



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR CROATIA

Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2017

Slavica Singer ▪ Nataša Šarlija ▪ Sanja Pfeifer ▪ Sunčica Oberman Peterka



REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo gospodarstva,
poduzetništva i obrta



CEPOR

Centar za politiku javnog i
kreditnog poduzetništva



ICES

International Centre for
Entrepreneurial Studies



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



EFMD
EQUIS
ACCREDITED

Št. Strossmayer University in Osijek, Croatia



HRZZ

Hrvatska zaklada
za znanost

HRVATSKA UDRUGA BANAKA



CROATIAN BANKING ASSOCIATION



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR **CROATIA**

Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2017

(s analizom rezultata istraživanja 'Razvoj i primjena modela za procjenu potencijala za rast poduzeća' financiranim od Hrvatske zaklade za znanost)

AUTORI

Slavica Singer
Nataša Šarlija
Sanja Pfeifer
Sunčica Oberman Peterka

SURADNICI

Danica Eterović
Oto Wilhelm

SPONZORI

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku
ICES Međunarodni centar za poduzetničke studije
UNESCO Katedra za poduzetničko obrazovanje
Hrvatska zaklada za znanost

MEDIJSKI POKROVITELJI

Hrvatska udruga banaka i Hrvatska udruga poslodavaca



CEPOR

Centar za politiku razvoja malih
i srednjih poduzeća i poduzetništva

Iako su u izradi ove studije korišteni GEM podaci, za njihovu interpretaciju i korištenje odgovorni su isključivo autori. Dijelovi ove publikacije smiju se reproducirati bez odobrenja autora, ali bez izmjena i uz podatak o izvoru.

RECENZENTI

Prof. dr. sc. Miroslav Rebernik, University of Maribor, Faculty of Economics and Business

„In GEM Croatia 2017 publication there is a special chapter (Ch.5) presenting the results of the research project 'Development and application of growth potential prediction models for small and medium enterprises in Croatia'. The results are complementary to the GEM findings and strengthen the informational base on understanding the pattern of businesses with growth potential in Croatia...The methodological correctness of the GEM Croatia 2017 is excellent, as well as its cognitive value and scope of novelty. Therefore, I strongly recommend that the proposed publication Global Entrepreneurship Monitor Croatia 2017 to be published in the form and content as submitted for review.“

Prof. dr. sc. Bahrija Umihanić, Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet Tuzla

„Razumijevajući doprinos i važnost rezultata GEM istraživanja, način njihove upotrebe od strane vlada i ministarstava najrazvijenih zemalja svijeta, slobodan sam preporučiti nadležnim ministarstvima i vladinim agencijama da (p)ostanu partneri i sustavno podrže napore istraživača GEM tima Hrvatske a rezultate GEM istraživanja koriste oslanjajući se i na primjere dobre prakse, prikazane u studiji (Švedska, Slovenija, Njemačka).“

Izdavač:

CEPOR –

Centar za politiku razvoja
malih i srednjih poduzeća
i poduzetništva

www.cepor.hr

Zagreb

Godina izdanja: 2018.

Za izdavača:

Slavica Singer

Dizajn i priprema:

Grafika d.o.o.

Tisak:

Grafika d.o.o.

CIP zapis dostupan u
računalnome katalogu
Nacionalne i sveučilišne
knjižnice u Zagrebu
pod brojem 000996029

ISBN 978-953-7520-09-0

Sadržaj

Popis tablica

Popis slika

Popis primjera

Predgovor

Ukratko o najvažnijem

8

9

1. Uvod	13
GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja	13
GEM indikatori poduzetničke aktivnosti	15
Međunarodna dimenzija GEM istraživanja	18
O uzorku u Hrvatskoj	19
GEM istraživački tim u Hrvatskoj	19
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj	20
2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske – prilike, namjere i pothvati, u međunarodnoj perspektivi	21
Percepcija o prilikama raste, ali ne i namjere za pokretanje poslovnog pothvata	21
<i>Individualni atributi potencijalnih poduzetnika</i>	22
<i>Percepcija o društvenim vrijednostima</i>	24
Nizak dinamizam poduzetničke strukture	26
<i>Nova poduzetnička aktivnost</i>	26
<i>Učešće „odraslih“ poduzeća</i>	31
<i>Intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti</i>	31
<i>Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture</i>	32
Malo rastućih poduzeća	33
<i>Ulaganja u tehnologiju, ali malo novih proizvoda</i>	34
<i>Još uvijek dominiraju tržišta „crvenog oceana“, uz jačanje internacionalizacije novih poduzeća</i>	37
<i>Očekivanja novog zapošljavanja – preoptimistična?</i>	39
Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske	41
3. Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	43
Poduzetnička demografija – pokazatelj uključenosti s obzirom na rodnost i dob	43
Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji	45
Sektorska rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	46
Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti po regijama oscilira, uz različite motive	46
Razvojni profili regija – „tvrđi“ pokazatelji	50
Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti i razvojni profili regija	67
4. Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi 2015.-2017.	68
Pristup novcima	70
Vladine politike prema poduzetništvu	70
Vladini programi za poduzetništvo	72
Poduzetničko obrazovanje	73
Transfer istraživanja i razvoja	78

Profesionalna i komercijalna infrastruktura	79
Otvorenost domaćeg tržišta	79
Fizička infrastruktura	80
Kulturne i društvene norme	80
Djelotvornost poduzetničke okoline	81
5. Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća	85
(rezultati projekta financiranog od Hrvatske zaklade za znanost, 2014.-2018. godina)	
Cilj projekta	86
Što utječe na rast poduzeća?	86
<i>Osobine poduzetnika/vlasnika poduzeća i rast poduzeća</i>	87
<i>Osobine poduzeća i rast poduzeća</i>	87
<i>Okolina i rast poduzeća.</i>	88
Kako mjeriti rast poduzeća?	88
Metodologija istraživanja	88
Rezultati istraživanja	89
<i>Koliko ima brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj?</i>	89
<i>Profil brzorastućeg poduzetnika / poduzeća</i>	91
Modeli za procjenu potencijala za rast	94
<i>Opis modela</i>	95
<i>Kako koristiti alat za procjenu potencijala za rast?</i>	96
Od istraživanja do primjene	96
6. Zaključci i preporuke	98
Zaključci – promjena nema, a nužne su godinama	98
<i>Što GEM kaže?</i>	98
<i>Što kažu druga istraživanja?</i>	101
Preporuke – kako potaknuti više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti u rješavanju problema zaostajanja	101
<i>Odgovornost za promjene – polazište za preporuke.</i>	102
<i>Preporuke za pojedince – odgovornost za osobne odluke</i>	103
<i>Preporuke za institucije - više odgovornosti prema građanima</i>	103
Perspektiva Europskog semestra, Nacionalnog programa reformi i GEM istraživanje	105
Literatura i reference:	110
Izabrani dokumenti Europske unije	112
Izvori podataka za izradu razvojnih profila „regija“	113
Radovi članova istraživačkog tima u kojima se referira na GEM istraživanje	114
Prilog 1	116
GEM Hrvatska – uzorak, instrumenti, proces prikupljanja podataka i harmonizacije rezultata	
Prilog 2	118
Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničkog ekosustava koji su sudjelovali u GEM istraživanju u 2017. godini	
Prilog 3	119
Nacionalni timovi i sponzori koji su sudjelovali u GEM istraživanju u 2017. godini	

Popis tablica:

Tablica 1:	Ponderi za grupiranje zemalja prema kriteriju razvojne faze, Svjetski gospodarski forum	14
Tablica 2:	Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata, u svojoj okolini - %	22
Tablica 3:	Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - %	22
Tablica 4:	Percepcija o poduzetničkim namjerama - %	24
Tablica 5:	Percepcija o strahu od promašaja - % onih koji imaju namjeru pokrenuti poslovni pothvat	24
Tablica 6:	Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, u EU perspektivi - %	25
Tablica 7:	Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, usporedba s prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti - %	25
Tablica 8:	Nova poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - %	26
Tablica 9:	Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog uočene prilike ili zbog nužnosti	27
Tablica 10:	Učešće „odraslih“ poduzeća - %	31
Tablica 11:	Izlazak iz poslovne aktivnosti - %	31
Tablica 12:	Kapacitet obnavljanja „odraslih“ poduzeća – TEA/„odrasla“ poduzeća	33
Tablica 13:	Korištenje novih tehnologija – za TEA poduzetnike (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %	34
Tablica 14:	Korištenje novih tehnologija – za „odrasle“ poduzetnike (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %	34
Tablica 15:	Novina proizvoda za kupce – TEA poduzetnici (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %	35
Tablica 16:	Novina proizvoda za kupce – „odrasli“ poduzetnici (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %	35
Tablica 17:	Intenzitet očekivane konkurencije – TEA poduzetnici (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %	37
Tablica 18:	Intenzitet očekivane konkurencije – „odrasli“ poduzetnici (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %	37
Tablica 19:	Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – TEA poduzetnici - %	38
Tablica 20:	Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – „odrasli“ poduzetnici - %	38
Tablica 21:	Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – TEA poduzetnici - %	40
Tablica 22:	Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – „odrasli“ poduzetnici - %	40
Tablica 23:	Poduzetnička aktivnost zaposlenika - %	41
Tablica 24:	Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom	43
Tablica 25:	Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerena TEA indeksom - %	44
Tablica 26:	Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom - udjel u dobnoj skupini - %	44
Tablica 27:	Rana poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodosti, 2015-2017.	44
Tablica 28:	Rana poduzetnička aktivnost (TEA indeks) po obrazovnim razinama	45
Tablica 29:	Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima - %	46
Tablica 30:	Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, %	47
Tablica 31:	Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, %	47
Tablica 32:	Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – motivacijski indeks (TEA Prilika/TEA Nužnost)	49
Tablica 33:	Regionalna dimenzija pozitivne percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini - %	49
Tablica 34:	Regionalna dimenzija namjera za pokretanje poslovnog pothvata - %	49

Tablica 35	Regionalna dimenzija straha od promašaja - %	49
Tablica 36:	Razvojni profili regija u Hrvatskoj, 2017	67
Tablica 37:	Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje	70
Tablica 38:	Vladine politike – prioriteti i podrške, Hrvatska i EU zemlje	70
Tablica 39:	Vladine politike – porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje	71
Tablica 40:	Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje	73
Tablica 41:	Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje, Hrvatska i EU zemlje	73
Tablica 42:	Poduzetničko obrazovanje - tercijarno, Hrvatska i EU zemlje	75
Tablica 43:	Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje	78
Tablica 44	Transfer istraživanja i razvoja – prosječne ocjene pojedinačnih izvjava kojima se opisuje ova komponenta poduzetničke okoline, Hrvatska	78
Tablica 45:	Profesionalna i komercijalna infrastruktura, Hrvatska i EU zemlje	79
Tablica 46:	Otvorenost domaćeg tržišta – dinamičnost promjena, Hrvatska i EU zemlje	80
Tablica 47:	Otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje	80
Tablica 48:	Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje	80
Tablica 49:	Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje	81
Tablica 50:	Percepcija kvalitete poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2015.-2017.	81
Tablica 51	Najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2015.-2017.	82
Tablica 52:	Najniže ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2015.-2017.	83
Tablica 53:	Rastuća poduzeća po različitim kriterijima u razdoblju 2012.-2015.	89
Tablica 54:	Učešće rastućih poduzeća po djelatnostima - %	90
Tablica 55:	Regionalna rasprostranjenost rastućih poduzeća – učešće, u %	90
Tablica 56:	Učešće gazela po kriterijima rasta	91
Tablica 57:	Model za procjenu potencijala za rast prodaje i zaposlenih za mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj	95

Popis slika:

Slika 1:	Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničke okoline	13
Slika 2:	Karakteristike gospodarstva u pojedinim razvojnim fazama i ključni razvojni fokusi	14
Slika 3:	Poduzetnički proces i GEM operativne definicije	16
Slika 4:	Kategorije poduzetničke aktivnosti	16
Slika 5:	Definicije GEM indikatora	17
Slika 6:	Zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju 2016. godine, grupirane po kriteriju geografskih regija i stupnja razvoja	18
Slika 7:	Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog uočene prilike, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.	28
Slika 8:	Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog nužnosti, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.	28
Slika 9:	Motivacijski indeks ulaska u poduzetničku aktivnost – usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.	29

Slika 10:	Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %	45
Slika 11:	Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2015.	48
Slika 12:	Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2017.	48
Slika 13:	Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017. – usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti.	69
Slika 14:	Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017. – usporedba s prosjekom EU i najboljim ocjenama u EU zemljama	84

Popis primjera:

Primjer 1:	Prepoznavanje prilika	23
Primjer 2:	Kriza kao novi početak	30
Primjer 3:	Rast temeljen na vlastitom znanju i stranom ulaganju	36
Primjer 4:	Od „crvenog“ do „plavog“ oceana znanjem i inovacijama	38
Primjer 5:	Poduzetnička aktivnost zaposlenika	42
Primjer 6:	Promjene administrativnih procedura i dalje spore	72
Primjer 7:	Obrazovanje za poduzetničke kompetencije	74
Primjer 8:	Nikada nije prerano učiti iz stvarnog života	75
Primjer 9:	Triple Helix na djelu	76



Predgovor glavnog sponzora

Hrvatska je od 2002. godine uključena u svjetski konzorcij Global Entrepreneurship Monitor kojim se u godišnjoj dinamici prate ključne komponente nacionalnog poduzetničkog kapaciteta (mjereno namjerama i intenzitetom pokretanja poslovnih pothvata, udjelom rastućih poduzeća u gospodarstvu i kvalitetom poduzetničkog okruženja), što omogućava Hrvatskoj da razvojem upravlja pomoću politika temeljenih na činjenicama, a ne na pretpostavkama.

Poduzetnički kapacitet zemlje uvijek je rezultat interakcije poduzetničkog djelovanja na osobnoj razini i poduzetničkog okruženja te rezultat suradnje brojnih institucija (od kreatora politika i regulatornog okvira, do obrazovnih, istraživačkih i financijskih institucija, civilnog društva...). Zbog toga u većini zemalja Europske unije uz istraživačke institucije u GEM istraživanju kao financijska podrška i kao korisnici rezultata partnerski sudjeluju ministarstva gospodarstva, ministar-

stva rada, državne agencije za razvoj, državne agencije za zapošljavanje, banke (od centralnih, razvojnih do komercijalnih), gospodarske komore, udruge poslodavaca.

Prepoznata ograničenja gospodarskog rasta i suradnja brojnih institucija rezultirala su Nacionalnim programom reformi za 2018. čiji su ciljevi jačanje konkurentnosti, povezivanje obrazovanja s tržištem rada te stvaranje uvjeta za održive javne financije.

Poseban naglasak je na poboljšanju regulatornog okvira za poticanje inovacija, poduzetništva i investicija, pri čemu će smanjenje birokracije kroz korištenje digitalnih platformi i alata značajno pojednostaviti, ubrzati i pojeftiniti mnoge administrativne procese te na taj način olakšati aktivnosti poduzetnika i investitora.

U središtu kontinuiranog rada na poboljšanju poduzetničke okoline, odnosno stvaranju poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja nalaze se upravo poduzetnici, odnosno razumijevanje potreba poduzetnika te izazova s kojima se suočavaju na tržištu s konačnim ciljem transformacije hrvatskog poduzetništva u nositelja gospodarskog rasta i razvoja.

Martina Dalić

potpredsjednica Vlade Republike Hrvatske i ministrica gospodarstva, poduzetništva i obrta

Zagreb, 24. travnja 2018.

UKRATKO O NAJVAŽNIJEM

Hrvatska sudjeluje od 2002. godine u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanju, najvećem svjetskom istraživanju poduzetništva, a ovim izvještajem prezentiraju se rezultati istraživanja za 2017. godinu. Usporedba s rezultatima istraživanja u 2016. i 2015. godini omogućuje uvid u promjene. Uključenost u GEM istraživanje omogućava Hrvatskoj intervencije u različite aspekte poduzetničkog kapaciteta koje su temeljene na istraživačkim spoznajama a ne a ne pretpostavkama (od oblikovanja nacionalnih politika, do pokretanja obrazovnih programa ili kreiranja financijskih instrumenata za različite faze životnog ciklusa poslovnog pothvata).

GEM istraživanje izgrađuje osnovicu za vertikalno i horizontalno uspoređivanje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora, kojima se prate promjene u poduzetničkoj aktivnosti na individualnoj razini i u kvaliteti poduzetničke okoline. Poduzetnička aktivnost na individualnoj razini prati se kroz različite faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera, do pokretanja i rasta poslovnog pothvata, te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od propašaja, društveni status). Od 2011. godine prati se i poduzetnička aktivnost zaposlenika. Poduzetnička okolina prati se kroz dimenzije pristupa novcima, vladine politike (prema prioritetima, prema regulatornom okviru), vladine programe, obrazovanje (srednjoškolsko i niže, te iznad srednjoškolskog), transfer istraživanja i razvoja, usluge profesionalne i komercijalne infrastrukturu, fizičku infrastrukturu i društvene i kulturološke norme.

Korištenjem standardiziranih upitnika i metodologije istraživanja, prikupljaju se svake godine mišljenja reprezentativnog uzorka odraslih stanovnika 18-64 godine starosti (najmanje 2000 u svakoj zemlji), te izabranih eksperata (najmanje 36 u svakoj zemlji). Na taj način omogućava se svakoj zemlji da prati promjene i obrasce poduzetničkog ponašanja u svojoj zemlji (za Hrvatsku je to od 2002. godine), te da se uspoređuje s drugima, ili kroz kriterij pripadnosti istoj razvojnoj fazi gospodarstva, ili geografski, ili s pojedinim zemljama s obzirom na neku specifičnost zbog koje se takva zemlja izabere kao uzor (*benchmark*).

Za usporedbu Hrvatske sa svim zemljama koje su sudjelovale u GEM istraživanjima u 2017., 2016. i 2015. godini treba koristiti sljedeći izvor:

<http://gemconsortium.org/report>

O poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske u EU perspektivi:

1. **Percepcija o prilikama** u neposrednoj okolini sudionika istraživanja značajno raste (sa 22,3% u 2015. godini na 33,6% u 2017.), što je omogućilo da se Hrvatska prvi puta „odlijepi“ od začelja EU i znak je vraćanja poslovnog optimizma. Ipak, još uvijek je razlika između Hrvatske i EU vrlo velika (33,6% vs. 42,6%) što govori i o velikoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje. Istovremeno, Hrvatska je u vrhu EU po iskazanim poduzetničkim namjerama (u 2017. godini je na prvom mjestu), ali to nije rezultat uočenih prilika nego nužde.
2. **Društvene vrijednosti** ne podržavaju poduzetničko djelovanje. U europskoj perspektivi, Hrvatska se nalazi u prvoj trećini po stavu o tome da je biti poduzetnik dobar izbor karijere, ali je zadnja od EU zemalja uključenih u GEM istraživanje po stavu o društvenom statusu uspješnih poduzetnika. Blizu dvije trećine ispitanika (na razini od oko 62% u razdoblju 2012.-2017.) ima pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri (a to potvrđuju podaci da jedna petina ispitanika iskazuje namjeru pokretanja poslovnog pothvata - iznad prosjeka EU), ali to nije praćeno i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu, što umanjuje kapacitet poduzetničkog djelovanja.
3. **Poduzetnička aktivnost** Hrvatske mjerena kroz ranu aktivnost – TEA indeks (do 42 mjeseca aktivnosti) i aktivnost „odraslih“ poduzetnika (više od 42 mjeseca aktivnosti) i dalje pokazuje dvije zabrinjavajuće situacije: nizak motivacijski indeks i malo učešće „odraslih“ poduzetnika. Hrvatska u 2017. godini zadržava ranije ostvareni intenzitet rane poduzetničke aktivnosti (8,9%) i po tom pokazatelju je čak iznad prosjeka EU zemalja uključenih u GEM istraživanje, ali je to rezultat jačanja poduzetničke aktivnosti zbog nužde, a ne zbog uočenih prilika. Motivacijski indeks (omjer TEA zbog uočene prilike i TEA zbog nužde) u 2017. godini se vratio na 1,8 (nakon malog oporavka u 2016. godini na 2,2). Po motivacijskom indeksu, Hrvatska je na začelju u EU u cijelom promatranom razdoblju, a u 2015. godini bila je na posljednjem mjestu. Značaj mo-

tivacijskog indeksa za procjenu kapaciteta poduzetničkog djelovanja vidi se iz usporedbe s prosjekom motivacijskog indeksa za EU (npr. u 2017. godini) od 5,0, što znači da u EU ima u prosjeku 5 puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike a u Hrvatskoj samo je 1,8 puta više takvih poduzetnika. Istovremeno, Hrvatska u razdoblju 2015.-2017. povećava gustoću „odraslih“ poduzeća (broj „odraslih“ poduzeća na 100 odraslih stanovnika), sa 2,8% u 2015. godini na 4,4% u 2017. godini, ali to je još uvijek tek 62% od EU prosjeka u 2017. godini (u usporedbi s 43% prosjeka EU u 2015. godini, kada je Hrvatska bila na zadnjem mjestu zbog najniže gustoće „odraslih“ poduzeća). Ovako niska razina prisutnosti „odraslih“ poduzeća dugotrajna je karakteristika hrvatskog gospodarstva, što i dalje upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

4. Hrvatska i dalje ima **malo rastućih poduzeća**, koja se u GEM istraživanju definiraju pomoću kriterija inovativnosti u korištenju novih tehnologija, inovativnosti u razvoju novih proizvoda, izloženosti konkurenciji, izveznoj orijentaciji i očekivanju novog zapošljavanja. U 2017. godini nastavljaju se već uočene pojave: Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i ranih i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije, ali ima manje poduzeća s novim proizvodima, zbog čega su na tržištu izložena većoj konkurenciji. U 2017. godini Hrvatska ima 22 % novih poduzeća i 24,1% „odraslih“ s najnovijom tehnologijom prema 15,6% novih i 7,5% „odraslih“ takvih poduzeća u EU. U razdoblju 2015.-2017. čak oko 70% novih i više od 75% „odraslih“ poduzeća u Hrvatskoj imaju proizvode koji nikome nisu novi. Dugovječnost ovog obrasca poduzetničke aktivnosti (tehnološka spremnost bez novih proizvoda) ukazuje i na razlog zašto se Hrvatska ne uspijeva pomaknuti na ljestvici konkurentnosti. Konkurentnost se ne ostvaruje kroz tehnološku opremljenost, nego kroz inovativne proizvode. Nedostatak novih proizvoda onemogućava Hrvatskoj da izađe iz tržišta na kojima je velika konkurencija, te se većina poduzeća još uvijek kupu u „crvenom oceanu“ domaćeg tržišta. Novi pothvati češće su orijentirani izvozu (51%, izvoz više od 26% od ukupnog prihoda) nego „odrasla“ poduzeća (40%), ali je prisutnost pothvata koji ništa ne izvoze u porastu u obje kategorije poduzeća.
5. Po **poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika** (aktivnost na razvoju novog proizvoda / usluge, ili pokretanje nove poslovne jedinice za poslodavca) Hrvatska je iznad prosjeka EU u cijelom promatranom razdoblju 2015.-2017. U 2017. godini 9.2% zaposlenika u Hrvatskoj imaju poduzetničku aktivnost unutar svog poduzeća, dok je prosjek za EU zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju 7%. Taj oblik poduzetništva predstavlja skriveni poduzetnički kapacitet u Hrvatskoj o kojem nitko ne vodi računa, niti poduzeća, niti nacionalne politike iz područja inovacija, obrazovanja ili poreznih olakšica.

O poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske u perspektivi zemalja čijoj razvojnoj skupini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena ne efikasnosti i tranziciji između efikasnosti i inovativnosti):

6. Usporedba Hrvatske sa grupom zemalja čijoj razvojnoj razini pripada pokazuje da Hrvatska zaostaje za prosjekom tih zemalja u području prepoznavanja prilika, po namjerama za ulazak u poduzetničku aktivnost, po intenzitetu poduzetničke aktivnosti, po inovativnom kapacitetu (mjereno učešćem „odraslih“ poduzeća s novim proizvodima). Hrvatska je bolja od prosjeka te skupine zemalja po internacionalizaciji i po korištenju novih tehnologija, te po poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika.

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti:

7. **Poduzetnička demografija** pokazuje relativno stabilne odnose u distribuciji poduzetničke aktivnosti i po rodosti i po dobi. Hrvatska je još uvijek značajno „muška“ zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, na razini prosjeka EU koje su 2017. godini sudjelovale u GEM istraživanju, ali sa značajnije manje uravnoteženim odnosom poduzetničke aktivnosti prema kriteriju rodosti nego u nekim zemljama, kao npr. Nizozemska (1,8 u Hrvatskoj vs. 1,1 u Nizozemskoj). Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi oscilira neznatno oko EU prosjeka, osim u kategoriji mladih 18-24 godine starosti (gdje je više mladih poduzetnički aktivno u Hrvatskoj nego u EU) i u kategoriji 55-64 godine starosti (u Hrvatskoj je manje ljudi poduzetnički aktivno nego u EU). I dalje se potvrđuje obrazac da su **obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji**, po čemu je Hrvatska slična prosjeku EU. S obzirom na **sektorsku rasprostranjenost** poduzetničke aktivnosti, u razdoblju 2015.-2017. vidljiv je rast poduzetničke aktivnosti u ekstraktivnoj industriji i pad poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih poduzećima i potrošačima. Poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) varira unutar promatranog razdoblja s obzirom na **regionalnu rasprostranjenost**, a uključivanje motivacijskog

indeksa upućuje na vidljive razlike između pojedinih „regija“. Iako sve „regije“ pokazuju nizak motivacijski indeks (osim regije Istra, Primorje i Gorski Kotar, te Zagreb i okolica), najlošiji omjer između poduzetničkih pothvata pokrenutih zbog uočene prilike i nužde je u Lici i Banovini. Očita je povezanost poduzetničkog kapaciteta „regije“ s razinom razvijenosti mjerenom „tvrdim“ pokazateljima (BDP pc, Indeks razvijenosti, Nezaposlenost). Od šest „regija“ u 2017. godini Zagreb i okolica su na prvom mjestu po poduzetničkoj aktivnosti (mjereno TEA indeksom), na drugom mjestu po motivacijskom indeksu, na prvom mjestu po BDP pc i indeksu razvijenosti, i s ispodprosječnom stopom nezaposlenosti. Slavonija i Baranja ima najnižu poduzetničku aktivnost, uz Liku i Banovinu ima i najniži motivacijski indeks, ali i najniži indeks razvijenosti, BDP pc i najvišu nezaposlenost.

Kvaliteta poduzetničke okoline:

8. **Poduzetnička okolina** u Hrvatskoj još uvijek djeluje na poduzetničku aktivnost više ograničavajuće nego stimulirajuće. Prema ocjenama eksperata samo dvije komponente (raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture – telekomunikacijska i prometna, te dinamika domaćeg tržišta) djeluju **stimulirajuće** na poduzetničku aktivnost. Posebno **ograničavajuće komponente** poduzetničke okoline u Hrvatskoj su vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sistem vrijednosti), te nedostatan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.

Odgovornost za promjene je na pojedincima i institucijama

9. Poduzetnički kapacitet zemlje ovisi o poduzetničkom kapacitetu pojedinca koji se realizira u interakciji s poduzetničkom okolinom. Iz takve definicije očita je **odgovornost za promjene na razini svakog pojedinca te na razini institucija**.
10. Potreban je **društveni konsenzus** da je poduzetništvo vid demokratizacije društva, jer osposobljavanje za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje osnažuje pojedince, čime se povećava kapacitet uključenosti. Iz perspektive takvog razumijevanja poduzetništva, važno je da kapacitet poduzetničkog djelovanja bude ravnomjerno rasprostranjen u društvu, bez obzira na rodnost, dob, obrazovnu strukturu, gospodarski sektor ili regiju, te da **vladine politike budu u funkciji takvih očekivanja**.
11. Ujednačena kvaliteta svih komponenti poduzetničke okoline teško je ostvariv ali neophodan cilj, jer je oblikovanje pojedinih komponenti ovisno o razvojnom naslijeđu, političkim prioritetima, raspoloživim resursima (obrazovani ljudi i novci) i društvenim i kulturološkim odrednicama u kojima se događa poduzetnička aktivnost. Ipak, poznavanje (ne)kvalitete komponenti poduzetničke okoline u vlastitoj zemlji i mogućnost usporedbe sa zemljama koje imaju najbolja rješenja, a to upravo GEM istraživanje omogućava, zahtijeva analizu dobre prakse i konteksta u kojem je takva dobra praksa doprinijela jačanju povezanosti poduzetničke aktivnosti i ekonomskog rasta (kroz doprinos zaposlenosti i bruto domaćem proizvodu). To nije samo odgovornost jednog ministarstva, nego **brojnih ministarstava** (poduzetništva, gospodarstva, obrazovanja, znanosti, pravosuđa, rada, regionalnog razvoja), **agencija i drugih institucija (sveučilišta, škola, financijskih institucija, udruga, asocijacija, medija)**.
12. Promjenu stanja mogu osigurati **usklađene i istovremene vladine politike** na stvaranju poticajne poduzetničke okoline (prvenstveno u eliminiranju administrativnih barijera), **obrazovne institucije** (kroz omogućavanje svima da u procesu obrazovanja izgrade i svoje poduzetničke kompetencije), **poslovni i financijski sektor** (kroz jačanje konkurentnosti temeljene na inovativnosti i rastu) i **pojedinci** (koji će pokretati poslovne pothvate zbog uočene prilike).

Preporuke – više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti u rješavanju problema zaostajanja

13. **Preporuke za pojedince** – odgovornost za osobne odluke (insistirati da reforma obrazovnog sistema doprinese izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih - aktivnu ulogu u tome trebaju imati mladi, nastavnici i roditelji, jer je to jedna od osam cjeloživotnih kompetencija; neformalno učenje, samozapošljavanje).

14. **Preporuke za institucije** - više odgovornosti prema građanima:

- **Suradnja i istovremenost, korištenjem principa otvorene koordinacije:** na razini ministarstva neophodna je usklađenost politika, strategija, programa, instrumenata
- **Prioritet mora imati pojednostavljenje regulatornog okvira** u kojem se odvija poduzetnička aktivnost, jer bez toga «prozori prilika» koji se otvaraju zbog dinamičnosti tržišta i dalje neće moći biti iskorišteni.
- Pokrenuti politike / programe za poticanje **uravnoteženja poduzetničke aktivnosti** s obzirom na rodnost, dob, sektore i „regije“.
- Jačati **inovacijski kapacitet** gospodarstva kroz stimuliranje suradnje istraživačkih institucija i gospodarstva, te internacionalizaciju istraživačkih inicijativa.
- **Povećanja kvalitete javne uprave** jedna je od komponenti poduzetničke okoline koja ima važnu ulogu u stvaranju stimulirajuće okoline u kojoj djeluju poduzetnici.
- Izraditi okvir **statističkog praćenja aktivnosti malih i srednjih poduzeća:** povezati statističke baze o poslovanju poduzeća, vlasništvu, izvozno/uvoznim aktivnostima, te dodati pokazatelje o inovativnosti. Bez toga nemoguće je osigurati usporedne informacije s kojima se individualno poduzeće može mjeriti (grupacija, najbolji). Na pod-nacionalnoj razini raspoloživost statističkih informacija je vrlo nepotpuna i vremenski neusklađena, što značajno otežava upravljanje regionalnim razvojem.
- **Profesionalna infrastruktura** koja osigurava usluge za one koji ulaze u poduzetničku aktivnost i one koji žele razvijati inovativni poslovni pothvat s potencijalom rasta mora osigurati veći spektar i višu razinu usluga, posebno onih koje doprinose smanjenju poslovnih promašaja (uočavanje prilike, kompetencije, financijska pismenost) i onih koje doprinose povećanju konkurentnosti i internacionalizacije (dizajn, sofisticiranija financijska pismenost, upravljačka osnaženost, *competitive intelligence...*), jer brojnost institucija ne rješava problem nedostatka kvalitetnih usluga poduzetnicima.
- **Mediji i obrazovanje** moraju prepoznati svoju ulogu i odgovornost za nisku razinu društvenih i kulturnoloških normi (ne-podržavajući sistem vrijednosti) u odnosu na vrednovanje poduzetničkog djelovanja i na tome oblikovati svoje programe i aktivnosti.

1 Uvod

GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

GEM indikatori poduzetničke aktivnosti

Međunarodna dimenzija istraživanja

O uzorku u Hrvatskoj

GEM istraživački tim u Hrvatskoj

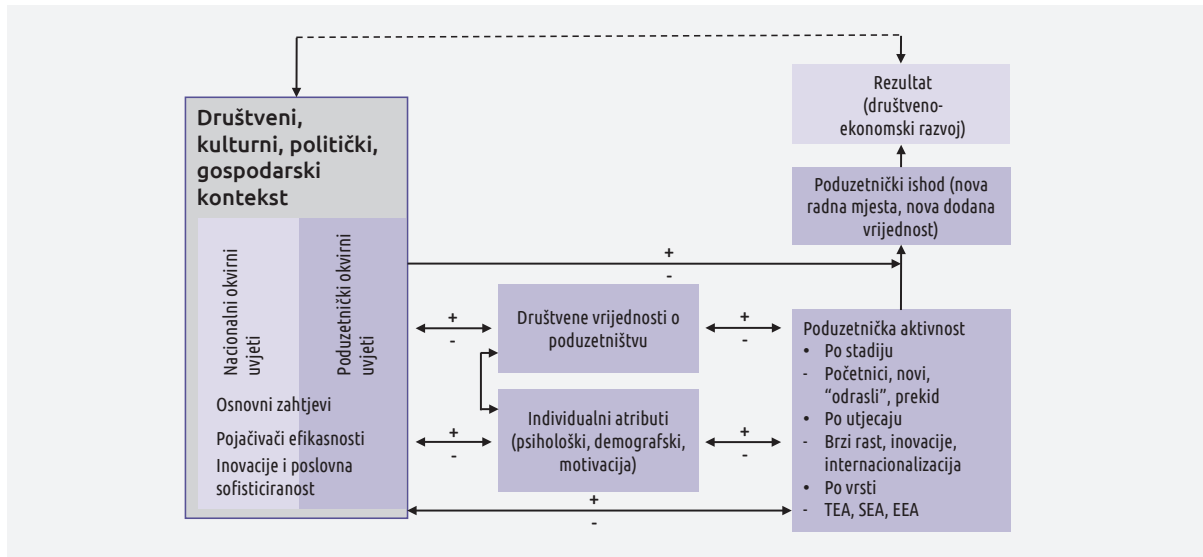
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveće je svjetsko empirijsko istraživanje poduzetničke aktivnosti, pokrenuto 1999. godine, na inicijativu deset najrazvijenijih zemalja svijeta¹. Hrvatska sudjeluje u GEM istraživanju od 2002. godine i ovim izvještajem prezentiraju se promjene u poduzetničkom profilu Hrvatske u 2017. godini, uz usporedbu sa stanjem u 2015. i 2016. godini.

GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru koji polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva da se kroz usklađene interakcije makroekonomskih faktora, poduzetničkog ekosustava i poduzetničkog djelovanja na razini pojedinca doprinosi stvaranju novih vrijednosti². Intenzitet povezanosti između komplementarnih mehanizama stvaranja nove vrijednosti (ljudi s intencijama pokretanja poslovnog pothvata, pokretanje poslovnih pothvata, rast postojećih poduzeća) i okoline prati se u GEM istraživanju iz perspektive pojedinca koji djeluje proaktivno, inovativno i odgovorno za svoje izbore (Slika 1).

Slika 1 Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničke okoline*



*Vrste poduzetničke aktivnosti: TEA - rana poduzetnička aktivnost profitno orijentirana, SEA – rana poduzetnička aktivnost u društvenom poduzetništvu, EEA – poduzetnička aktivnost zaposlenika

Izvor: prema Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 Global Report, 2018, str. 21 <http://www.gemconsortium.org/report>

¹ GEM istraživanje pokrenuto je 1999. godine kao inicijativa grupe istraživača sa London Business School iz Ujedinjenog Kraljevstva i Babson College iz SAD. Te godine u istraživanju sudjelovalo je deset najrazvijenijih zemalja (G-7 zemlje: Francuska, Italija, Japan, Kanada, Njemačka, SAD, Ujedinjeno Kraljevstvo, te Danska, Finska i Izrael), koje su željele dobiti odgovor zašto je poduzetnički kapacitet SAD veći nego u drugim razvijenim zemljama.

² Spoznaje dobivene provedenim GEM istraživanjima od 1999. godine, kao i istraživačke provjere postavljenih pretpostavki omogućavaju aktualiziranje konceptualnog okvira bez ugrožavanja kvalitete usporedbe prikupljenih podataka i izrađenih indikatora od početka istraživanja.

Ovakav konceptualni okvir istraživanja temelji se na holističkom pristupu u definiranju poduzetništva, kao multidimenzionalnom fenomenu interakcije pojedinca i okoline, koji je prisutan u svim društvenim organizacijama, ne samo u gospodarstvu, nego i u obrazovanju, istraživanju, kulturi, vladinim institucijama, lokalnoj upravi. Za sada GEM prati poduzetničko djelovanje samo u sferi poslovnih pothvata, koji mogu biti profitno ili ne-profitno orijentirani.

GEM istraživanje potvrdilo je karakteristične profile poduzetničkog djelovanja (vrste i intenzitet) za grupe zemalja čija gospodarstva pripadaju pojedinim razvojnim fazama. Zbog toga se u analizi prikupljenih podataka koristi Porterova kategorizacija na gospodarstva čiji razvoj je određen temeljnim faktorima, efikasnosti ili inovativnosti (Porter, 1990; Porter et al., 2002), koje je preuzeo i Svjetski gospodarski forum u istraživanju konkurentnosti (Slika 2).

Slika 2 Karakteristike gospodarstva u pojedinim razvojnim fazama i ključni razvojni fokus³



Za grupiranje zemalja prema kriteriju razvojne faze u kojoj se njihova gospodarstva nalaze, Svjetski gospodarski forum koristi sljedeće pondere (Tablica 1):

Tablica 1 Ponderi za grupiranje zemalja prema kriteriju razvojne faze, Svjetski gospodarski forum

	Razvoj gospodarstva temeljen na				
	Razvoj temeljen na resursima	Tranzicija	Razvoj temeljen na efikasnosti	Tranzicija	Razvoj temeljen na inovativnosti
BDP (USD)	< 2,000	2,000-2,999	3,000-8,999	9,000-17,000	>17,000
Ponder za temeljne faktore	60%	40-60%	40%	20-40%	20%
Ponder za faktore efikasnosti	35%	35-50%	50%	50%	50%
Ponder za faktore inovativnosti i sofisticiranosti poslovanja	5%	5-10%	10%	10-30%	30%

Izvor: Schwab, K. (ed.), The Global Competitiveness Report 2017-2018, Geneva, World Economic Forum, 2017., str. 332

Uvođenjem pretpostavke o razlikama u poduzetničkom kapacitetu i strukturi poduzetničke aktivnosti (različitoj kombinaciji tipova poduzetničke aktivnosti) ovisno o razvojnoj fazi u kojoj se neko gospodarstvo nalazi, GEM istraživanje daje i važnu informaciju vladama što treba biti fokus politika kojima se želi jačati razvojni kapacitet zemlje i kvaliteta života ljudi.

³ prema Schwab, K. (ed.), The Global Competitiveness Report 2017-2018, Geneva, World Economic Forum, 2017., str. 12, 319-320

Razvoj gospodarstava koja se oslanjaju na temeljne faktore ovisi prvenstveno o razvoju i poboljšanju institucija, infrastrukture, makroekonomske stabilnosti, zdravstva i primarnog obrazovanja. U GEM istraživanju se zbog analitičkih razloga u ovoj grupi nalaze i gospodarstva koja su u tranziciji prema gospodarstvima temeljenim na efikasnosti. U gospodarstvima koja se nalaze u ovoj razvojnoj fazi češće je prisutna poduzetnička aktivnost koja nastaje zbog nužde, a ne zbog uočenih prilika.

U gospodarstvima čiji razvoj se temelji na efikasnosti, vladine su politike (ili bi trebale biti) posvećene uspostavljanja usklađenog funkcioniranja tržišta rada i kapitala, privlačenju stranih investicija i obrazovanje radne snage za višu razinu tehnologizacije. U GEM istraživanju se zbog analitičkih razloga u ovoj grupi nalaze i gospodarstva koja su u tranziciji prema gospodarstvima temeljenim na inovativnosti. To je ujedno i platforma na kojoj se može očekivati intenzivnija poduzetnička aktivnost zbog uočenih prilika, a ne zbog nužde, što je izuzetno važno za Hrvatsku koja se nalazi u tranziciji prema gospodarstvima temeljenim na inovativnosti.

Treća razvojna faza pretpostavlja gospodarsku strukturu koja ima kompetencije da barem u nekim sektorima predstavlja globalne tehnološke lidere (Porter et al., 2002), a to znači da ima kapacitet generiranja ali i komercijalizacije novih znanja.

Unutar ovakvog konceptualnog okvira oblikovani su temeljni ciljevi istraživanja:

- Otkrivanje faktora koji utječu na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti neke zemlje
- Mjerenje razlika u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima između različitih zemalja, te kvalitete poduzetničkog ekosustava unutar kojeg se obavlja poduzetnička aktivnost
- Utvrđivanje politika koje mogu poboljšavati razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji

U trokutu ovih ciljeva, rezultati GEM istraživanja imaju značajan teorijski i aplikativni utjecaj u odgovaranju na dva važna pitanja:

- Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ukupnim društveno-ekonomskim rastom neke zemlje?
- Što vlade mogu činiti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja u zemlji, posebno kroz obrazovanje?

Teoretski utemeljeni konceptualni okvir i snažna empirijska komponenta istraživanja omogućavaju izgradnju konzistentne podloge za policy intervencije u cilju poboljšanja poduzetničkog ekosustava unutar kojeg (i u interakciji s kojim) se ostvaruje poduzetnička aktivnost pojedinaca. U zadnjih deset godina broj zemalja koje godišnje sudjeluju u GEM istraživanju predstavljaju oko 70% svjetskog stanovništva i generiraju oko 85% svjetskog bruto domaćeg proizvoda.

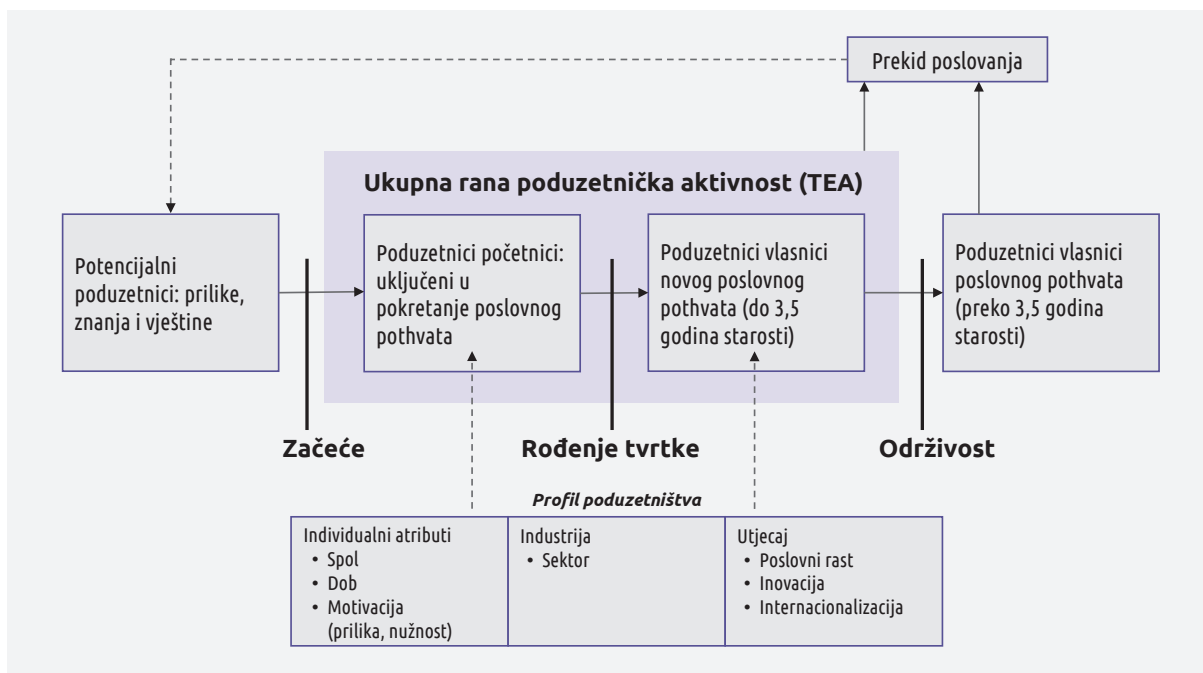
GEM istraživanje izgrađuje osnovicu za vertikalno i horizontalno uspoređivanje poduzetničke aktivnosti neke zemlje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora. Vertikalno uspoređivanje omogućava pojedinoj zemlji praćenje promjena poduzetničke aktivnosti i kvalitete poduzetničkog okruženja tijekom godina, te analizu efekata primijenjenih politika i instrumenata (za Hrvatsku je to od 2002-2017. godine). Horizontalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji međunarodno uspoređivanje u istom vremenu, odnosno izbor odgovarajućeg standarda (benchmark-a).

Kratki opis uzorka i metodologije istraživanja dat je u Prilogu 1.

GEM indikatori poduzetničke aktivnosti

GEM prati poduzetnički proces i mjeri različite komponente tog procesa (od percepcije društvenih vrijednosti fokusiranih na poduzetništvo, percepcije o prilikama, preko poduzetničkih namjera) do poduzetničkih pothvata u nastajanju i u ranoj fazi djelovanja (ne starijih od 42 mjeseca) i poduzetničkih aktivnosti u „odraslim“ poduzećima (starijim od 42 mjeseca). Istovremeno, svaki od indikatora poduzetničke aktivnosti može se analizirati s obzirom na različita obilježja, kao što su individualni atributi, sektori gospodarstva i utjecaj na razvoj gospodarstva (Slika 3).

Slika 3 Poduzetnički proces i GEM operativne definicije



Izvor: Global Entrepreneurship Monitor 2017/18 Global Report, 2018, str. 22 <http://www.gemconsortium.org/report>

Za potrebe GEM istraživanja, a temeljeno na konceptualnom okviru i ciljevima istraživanja utvrđene su kategorije poduzetničke aktivnosti i skup pokazatelja kojima se mjere različiti aspekti poduzetničke aktivnosti (Slika 4 i Slika 5):

Slika 4 Kategorije poduzetničke aktivnosti

Poduzetnička aktivnost odrasle populacije, 18-64 godina starosti	TEA indeks, u % od odrasle populacije		„odrasla“ poduzeća, u % od odrasle populacije	Poduzetnička aktivnost zaposlenika, u % od odrasle populacije*
	Početnici	Novi poduzetnici	Poduzetnici	Zaposlenici
	Sam ili sa drugima pokušava pokrenuti vlastiti posao, samozapošljavanje	Vlasnik poduzeća/ obrta, od 3 do 42 mjeseca starog	Vlasnik poduzeća/ obrta, starijeg od 42 mjeseca	Zaposlenik razvija novi proizvod/uslugu za poduzeće u kojem radi, u protekle tri godine i sada je uključen u takve aktivnosti
Poduzetnici uključeni u ranu poduzetničku aktivnost (iz uočene prilike vs. iz nužde)				

*Fokus je na zaposlenicima koji imaju vodeću ulogu u stvaranju i/ili implementaciji novih poslovnih aktivnosti, bez obzira gdje se takvi zaposlenici nalaze u organizacijskoj strukturi. Ta aktivnost se ne odnosi na optimiranje internih poslovnih procesa.

Za razumijevanje poduzetničkog kapaciteta zemlje potrebno je prepoznati i razlike koje se događaju s obzirom na uključenost (rodnost, starost), industrijski sektor i utjecaj koji imaju poduzeća, čiji rast se temelji stvaranju novih radnih mjesta, inovativnosti i internacionalizaciji poslovanja.

U skladu s konceptualnim okvirom (Slika 1) i poduzetničkim procesom kako ga prepoznaje GEM istraživanje (Slika 3), identificirani su sljedeći skupovi indikatora:

Slika 5 Definicije GEM indikatora

Društvene vrijednosti i percepcije	Indikatori poduzetničke aktivnosti	Percepcija o kvaliteti poduzetničke okoline
<p>Dobar izbor karijere</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da je poduzetništvo dobar izbor karijere</p>	<p>Rana poduzetnička aktivnost – Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji je u procesu pokretanja poslovnog pothvata (poduzetnik-početnik) ili je vlasnik novog pothvata starog do 42 mjeseca. Ovaj indikator može se promatrati iz perspektive motivacije (zbog uočene prilike ili nužde), uključenosti (spol, dob), utjecaja (nova radna mjesta, inovativnost, internacionalizacija) i sektora</p>	<p>Prosječna vrijednost ocjena eksperata o kvaliteti devet komponenti poduzetničkog ekosistema, korištenjem Likertove skale od 1 (jako nezadovoljavajuće) do 9 (jako zadovoljavajuće)⁴:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pristup novcima - vladine politike prema poduzetništvu - vladini programi za poduzetništvo - poduzetničko obrazovanje - transfer I & R - komercijalna i pravna infrastruktura - otvorenost domaćeg tržišta - fizička infrastruktura - kulturne i društvene norme
<p>Društveni status uspješnih poduzetnika</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status</p>	<p>Stopa „odraslih“ poduzeća</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji su sada vlasnici „odraslog“ poduzeća, tj. koji upravljaju vlastitim poduzećem koje isplaćuje plaće zaposlenicima i vlasniku, duže od 42 mjeseca</p>	
<p>Medijska pažnja poduzetništvu</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da postoji puno pozitivne medijske pažnje za poduzetništvo u njihovim zemljama</p>	<p>Stopa prekida poslovanja</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godine starosti (koji su ili poduzetnici-početnici ili vlasnici „odraslog“ poduzeća) koji su u zadnjih 12 mjeseci prestali sa svojim poslovnim pothvatom, ili prodajom, zatvaranjem, ili na neki drugi način</p>	
<p>Individualni atributi potencijalnog poduzetnika</p>	<p>Poduzetnička aktivnost zaposlenika⁵ - Entrepreneurial Employee Activity (EEA)</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godine starosti koji su kao zaposlenici uključeni u poduzetničke aktivnosti kao što je razvoj novih proizvoda / usluga ili pokretanje nove poslovne jedinice</p>	
<p>Percepcija o prilikama</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vide dobre prilike za pokretanje poslovnog pothvata u području gdje žive</p>	<p>Društveno poduzetništvo - Social Entrepreneurial Activity (SEA)</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godine starosti koji su angažirani u ranoj poduzetničkoj aktivnosti s društvenim ciljem</p>	
<p>Percepcija o osobnim sposobnostima</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vjeruju da imaju potrebne vještine i znanja za pokretanje poslovnog pothvata</p>		
<p>Poduzetničke namjere</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti (iz toga su isključene osobe koje su aktivne u bilo kojoj fazi poduzetničkog djelovanja) koji namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat u sljedeće tri godine</p>		
<p>Strah od propašaja</p> <p>Postotak populacije od 18-64 godina starosti koje strah od propašaja onemogućava u pokretanju poslovnog pothvata.</p> <p>Ovaj pokazatelj se može izračunati i kao postotak populacije od 18-64 godina starosti koji vide dobre prilike ali koje strah od propašaja onemogućava u pokretanju poslovnog pothvata</p>		

⁴ Od 2015. godine koristi se Likertova skala 1 do 9 – usporedivost s prijašnjim godinama kada je korištena Likertova skala ocjena 1 – 5, moguća je transponiranjem vrijednosti skale 1-9 u skalu 1-5.

⁵ GEM mjeri poduzetničku aktivnost zaposlenika od 2011. godine.

PODUZETNIČKI DUH - novi GEM indikator (u procesu testiranja u 2017. i 2018. godini) (GEM's Entrepreneurial Spirit Index - GESI)

Brojnost indikatora omogućava raznolikost perspektiva kojima se opisuje fenomen poduzetničkog djelovanja, ali i povezivanje tih različitih perspektiva u nove indikatore. Pitanja kojima se traži od ispitanika da ocijene svoje individualne atribute (poznavanje nekoga tko je poduzetnički aktivan, prepoznavanje dobrih prilika za pokretanje poslovnog pothvata u sredini u kojoj živi i misli li da ima vještine i znanja za pokretanje poslovnog pothvata) omogućavaju izradu novog indikatora PODUZETNIČKI DUH. Numerička vrijednost tog indikatora govori o poziciji zemlje u odnosu na druge zemlje koje sudjeluju u istraživanju u nekoj određenoj godini (relativna udaljenost od najbolje i najlošije). PODUZETNIČKI DUH daje informaciju o potencijalu poduzetničkog djelovanja, koji će se ostvariti ili ne ovisno o osobnoj odluci, ali i o interakciji s okolinom. Osobna odluka ovisi o dostupnosti financijskih resursa, u kojoj mjeri regulatorni okvir stimulira ili otežava poduzetničku aktivnost, postoje li odgovarajuće institucije za savjetodavnu pomoć, o suradnji s istraživačkim institucijama kao i ostalim komponentama poduzetničkog ekosustava.⁶ Testni rezultati za 2017. godinu prikazani su u GEM Global Report 2017/18. str- 29-31.

Međunarodna dimenzija GEM istraživanja

U 2017. godini u GEM istraživanje uključene su 54 zemlje, koje pokrivaju 67,8% svjetskog stanovništva i 86,0% svjetskog bruto domaćeg proizvoda.⁷

Za grupiranje zemalja po geografskom i razvojnom kriteriju korišteni izvori su Ujedinjeni narodi⁸ i Svjetski gospodarski forum (Slika 6).⁹

Slika 6 Zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju 2017. godine, grupirane po kriteriju geografskih regija i stupnja razvoja

	Gospodarstva čiji razvoj se oslanja na		
	temeljne faktore	Efikasnost	Inovativnost
Afrika	Madagaskar	Egipat	
		Južna Afrika	
		Maroko	
Azija i Oceanija	Indija	Indonezija	Australija
	Kazahstan	Iran	Izrael
	Vijetnam	Kina	Japan
		Libanon	Qatar
		Malezija	Republika Južna Koreja
		Saudijska Arabija	Tajvan
		Tajland	Ujedinjeni Arapski Emirati
Latinska Amerika i Karibi		Argentina	Portoriko
		Brazil	
		Čile	
		Ekvador	
		Guatemala	
		Jamajka	
		Kolumbija	
		Meksiko	
		Panama	
		Peru	
	Urugvaj		

⁶ Za izračun ovog indikatora korištena je analiza glavnih komponenti (principal component analysis) na neponderiranim podacima / odgovorima ispitanika iz slučajnog uzorka odrasle populacije starosti 18-64 godine za 54 zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju u 2017. godini.

⁷ GEM 2017/18 Global Report, str. 11, www.gemconsortium.org

⁸ Svjetske makro geografske regije <https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/>

⁹ Grupiranje zemalja s obzirom na razvojnu razinu <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>, str. 319-320

Europa		Bosna i Hercegovina	Cipar
		Bugarska	Estonija
		Hrvatska	Francuska
		Latvija	Grčka
		Poljska	Irska
		Slovačka	Italija
			Luksemburg
			Nizozemska
			Njemačka
			Slovenija
			Španjolska
			Švedska
		Švicarska	
		Ujedinjeno Kraljevstvo	
Sjeverna Amerika			Kanada
			Sjedinjene Američke Države

GEM istraživanje koristi tri razvojne faze (razvoj temeljen na resursima, na efikasnosti i inovativnosti), te su zemlje koje se nalaze u tranzicijskim fazama grupirane uz grupu iz koje „izlaze“. Tako se i Hrvatska, čije gospodarstvo se nalazi u tranziciji iz efikasnosti prema inovativnosti, nalazi u grupi zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti.

O uzorku u Hrvatskoj

U svakoj zemlji utvrđuje se slučajnim izborom uzorak odraslih stanovnika, koji mora zadovoljiti kriterije dobi, spola i regionalne pripadnosti, te prigodni uzorak eksperata (najmanje 36) temeljen na kriteriju reputacije i iskustva u 9 različitih područja koja određuju poduzetničku okolinu u kojoj poduzetnici djeluju.

Veličina uzorka je minimalno 2000 odraslih stanovnika od 18-64 godine starosti. Neke zemlje, zbog želje za utvrđivanjem razlika u poduzetničkoj aktivnosti **unutar** zemlje i djelotvornijim oblikovanjem politika ciljanih na jačanje poduzetničke aktivnosti, opredjeljuju se za veći uzorak (kao npr. Austrija – 4.500, Njemačka – 4.450, Poljska 8.000, UK – 8.990, Švedska – 5.000 Španjolska – 23.400).

U Hrvatskoj, uzorak je u svim godinama bio 2000 odraslih ispitanika, pa tako i u 2017., što znači da je od uključivanja Hrvatske u GEM istraživanje do sada (od 2002. do 2017. godine) slučajnim izborom bilo uključeno 32.000 osoba. Izbor uzorka i anketiranje odrasle populacije u Hrvatskoj obavlja IPSOS, u suradnji s istraživačkim timom GEM Hrvatska i globalnim GEM koordinacijskim timom, korištenjem standardiziranog upitnika.

U 2017. godini u svoje ocjene o kvaliteti komponenti poduzetničke okoline dala su 42 eksperta. Izbor eksperata i njihovo anketiranje obavlja GEM istraživački tim i CEPOR. Od uključenosti u GEM istraživanje, tj. od 2002. godine, 349 eksperata je sudjelovalo u istraživanju (u nekim godinama, u skladu s propozicijama, mogli su sudjelovati isti eksperti kao i u nekoj od prethodnih godina, pa je tako broj ekspertskih doprinosa bio 624). U prilogu 2 je popis eksperata koji su u 2017. svojim mišljenjem pridonijeli praćenju promjena u kvaliteti pojedinih komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj i čiji stavovi su ugrađeni u izradu ove studije.

GEM istraživački tim u Hrvatskoj

GEM istraživanje koordinira Global Entrepreneurship Research Association (GERA) čije sjedište je na London Business School (London), a provode ga nacionalni istraživački timovi. Koordinacijski tim odgovoran je za cjelovitu istraživanja, za prikupljanje standardiziranih podataka iz međunarodnih izvora i izradu globalnog izvještaja s usporedbom razine poduzetničke aktivnosti među zemljama sudionicima istraživanja. Nacionalni istraživački timovi provode intervjue s ekspertima i istraživanje odrasle populacije, te analiziraju prikupljene informacije i izrađuju nacionalne izvještaje. GEM koordinacijski tim i nacionalni timovi obvezni su i javno promovirati istraživačke rezultate, upravo zbog njihovog značaja za policy intervencije u vođenju nacionalne ekonomske politike (Singer et al, 2003.; Singer et al, 2006.; Singer et al, 2007; Singer et al., 2012; Singer et al., 2016; Singer et al.,

2017)¹⁰. Sve publikacije o rezultatima GEM istraživanja mogu se preuzeti na www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/

U 2017. godini, Hrvatska je sudjelovala šesnaesti put u GEM istraživanju. Nositelj istraživanja je CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništvo. Istraživački tim čini grupa istraživača sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku: Slavica Singer (singer@efos.hr), voditeljica tima i članovi tima: Nataša Šarlija (natasa@efos.hr), Sanja Pfeifer (pfeifer@efos.hr) i Sunčica Oberman Peterka (suncica@efos.hr). U provođenju anketiranja i intervjuiranja eksperata sudjeluje Danica Eterović, CEPOR, a anketiranje odrasle populacije obavlja IPSOS, prema metodologiji i instrumentima koji su obavezni za sve sudionike u GEM istraživanju. U obradi prikupljenih podataka, izradi grafičkih prikaza i prevođenju studije na engleski jezik sudjeluje Oto Wilhelm, Ekonomski fakultet u Osijeku.

U prilogu 3 nalazi se popis svih nacionalnih GEM timova i sponzora, koji su sudjelovali u istraživanju u 2017. godini.

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Od početka uključenosti Hrvatske u GEM istraživanje, sudjelovanje Hrvatske sufinancira Ministarstvo poduzetništva i obrta / Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, te CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. U 2015. godini glavni je financijski sponzor bila Privredna banka Zagreb. U 2016. godini Hrvatska udruga banaka bila je glavni financijski sponzor GEM istraživanja i promocije rezultata istraživanja kroz rasprave u Zagrebu, Rijeci i Splitu tokom 2017. godine.

U 2017. godini, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta je glavni financijski sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj, a Hrvatska udruga banka i Hrvatska udruga poslodavaca su pokrovitelji medijske promocije rezultata istraživanja.

¹⁰ Pored toga, članovi istraživačkog tima sudjeluju na brojnim znanstvenim i stručnim konferencijama na kojima prezentiraju rezultate GEM istraživanja – popis radova je unutar dijela Literatura i reference, na kraju studije.

2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske – prilike, namjere i pothvati, u međunarodnoj perspektivi

Percepcija o prilikama raste, ali ne i namjere za pokretanje poslovnog pothvata

Individualni atributi potencijalnih poduzetnika

Percepcija o društvenim vrijednostima

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Rana poduzetnička aktivnost

Učesće „odraslih“ poduzeća

Intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti

Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture

Malo rastućih poduzeća

Ulaganja u tehnologiju, ali malo novih proizvoda

Još uvijek dominiraju tržišta „crvenog oceana“, uz jačanje internacionalizacije novih poduzeća

Očekivanja novog zapošljavanja - preoptimistična?

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

GEM istraživanje prati poduzetničku aktivnost različitih kategorija ljudi na nacionalnoj razini (kao što je definirano u Slici 4):

- Potencijalni poduzetnici („početnici“) – oni koji vide priliku, vjeruju da imaju sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata i namjeravaju to učiniti
- Novi poduzetnici – oni koji imaju poslovni pothvat stariji od tri mjeseca ali manje od 42 mjeseca
- „Odrasli“ poduzetnici – oni koji imaju poslovni pothvat stariji od 42 mjeseca
- Poduzetnička aktivnost zaposlenika

Međunarodna usporedba poduzetničke aktivnosti Hrvatske promatra se iz dvije perspektive – perspektive Europske unije i perspektive grupacije kojoj Hrvatska pripada s obzirom na razvojnu razinu (rast gospodarstva temeljen na efikasnosti¹¹).

Percepcija o prilikama raste, ali ne i namjere za pokretanje poslovnog pothvata

Proces poduzetničkog djelovanja počinje prepoznavanjem prilika i oblikovanjem namjere o pokretanju poslovnog pothvata. Osobne preferencije, koje su polazište za ostale faze poduzetničkog procesa i stvaranje individualnog poduzetničkog kapaciteta, u GEM istraživanju su konceptualizirane kroz interakciju društvenih vrijednosti i individualnih atributa potencijalnih poduzetnika.

¹¹ U ovoj grupi nalaze se i zemlje čija gospodarstva su u tranziciji između razvoja temeljenog na efikasnosti i razvoja temeljenog na inovativnosti, kao što je i Hrvatska (po kategorizaciji zemalja s obzirom na razvojnu razinu koju koristi Svjetski gospodarski forum u istraživanju globalne konkurentnosti).

Individualni atributi potencijalnih poduzetnika

Individualni atributi o kojima ovisi izgradnja poduzetničkog kapaciteta pojedinaca u GEM konceptualnom okviru identificiraju se kao:

- Percepcija o prilikama
- Percepcija o vlastitim vještinama i znanjima za pokretanje poslovnog pothvata
- Percepcija o namjerama za pokretanje poslovnog pothvata
- Strah od promašaja

Definicije tih indikatora opisane su u Slici 5, poglavlje 1.

Podatak o percepciji o prilikama temelji se na prepoznavanju prilika u sredini u kojoj anketirani žive (Tablica 2).

Tablica 2 Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata, u svojoj okolini - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	22,3	34,8 70,2 Švedska	18/21	40,9	28/29
2016.	24,6	36,7 78,5 Švedska	19/22	42,5	30/32
2017.	33,6	42,6 79,5 Švedska	13/18	43,8	22/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

Percepcija o postojanju prilika za pokretanje poslovnog pothvata u neposrednoj okolini sudionika istraživanja značajno raste u 2017. godini i u Hrvatskoj i u prosjeku EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju (u Hrvatskoj za jednu trećinu, u EU za 16% u odnosu na 2016. godinu). To može biti signal vraćanja optimizma, ali je u međunarodnoj perspektivi (EU i grupaciji gospodarstava temeljenih na efikasnosti) Hrvatska još uvijek u zadnjoj trećini zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju, iako više ne na samom začelju. Razlika u percepciji o prilikama određuje i ostale komponente o kojima ovisi poduzetnička aktivnost (kao što su namjere, strah od promašaja, odluka o pokretanju poslovnog pothvata). I pored porasta percepcije o prilikama, činjenica da u 2017. godini u Hrvatskoj tek jedna trećina odraslih stanovnika prepoznaje poslovne prilike, a u EU 43% (ili u Švedskoj čak više od tri četvrtine odraslih stanovnika) govori o ogromnoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje.

Percepcija o prilikama daje uvid što ispitanici vide u svojoj okolini, a percepcija o vlastitim sposobnostima o pokretanju poslovnog pothvata što misle o sebi (Tablica 3).

Tablica 3 Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	47,5	43,1 55,9 Poljska	6/21	52,4	19/29
2016.	50,2	43,7 60,2 Poljska	4/22	54,6	19/32
2017.	50,8	44,0 53,3 Slovenija	3/18	53,5	14/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

Po pokazatelju percepcije o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata Hrvatska je u svim promatranim godinama iznad EU prosjeka (ali ispod prosjeka grupe zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada). Zanimljivo je da zemlja s najvišom razinom prepoznavanja poslovnih prilika (Švedska, 79,5% u 2017. godini) ima i najnižu ocjenu o percepciji osobnih sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata (34,5% u 2017. godini).

Ako je percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata u Hrvatskoj bolja od prosjeka za EU zemlje, onda niska razina percepcije o prilikama otvara pitanja o realnosti takve samouvjerenosti (posebno u usporedbi sa Švedskom). Jaz između ta dva važna obilježja o kojima ovisi stvaranje namjere za pokretanje poslovnog pothvata zahtijeva daljnje istraživanje o tome zašto ljudi ne vide prilike - zato što ih nema ili ih ne znaju prepoznati (a to otvara pitanje kako obrazovni sistem doprinosi osposobljenosti ljudi za pokretanje poslovnog pothvata, uključujući i znanja i vještine za prepoznavanje prilika).

Primjer 1 Prepoznavanje prilika

Ergovita i Ozana Pope Gajić

(www.ergovita.hr)



Prepoznavanjem prilika od samozaposlenog fizioterapeuta do globalnog edukatora

Ozana Pope-Gajić prvostupnica je fizioterapije (i magistra sestriinstva). Nakon deset godina rada i stjecanja iskustva u kliničkom bolničkom centru, zasićena radom u javnom sustavu i nemogućnošću ostvarenja vlastitih ideja, Ozana se 2004. godine odlučuje dati otkaz i osnovati Ergovitu, vlastiti studio za fizioterapiju.

Prva prijelomna točka u odlučivanju- Ergovita počinje s radom u malom obiteljskom stanu s tradicionalnim fizioterapijama i masažama, te s ponudom grupnih vježbi za kralježnicu i trudnice, za što iznajmljuje dvoranu poznanice. S obzirom da su se vježbe uglavnom održavale u večernjim satima, prijedopodne sate Ozana je, u pauzama između (malog broja) pacijenata, provodila u pretraživanju interneta i traženju ideja za proširenje ponude.

I tako počinje potraga za novom prilikom. Od jedne klijentice (odbojkašice iz Zagreba koja je bila na tretmanu u Ergoviti) saznaje za Bowen metodu koja budi u njoj skepsu ali i znatiželju. Kao fizioterapeutu, Ozani je Bowen metoda zanimljiva jer se temelji na manualnoj manipulaciji mekog tkiva na precizno određenim lokacijama tijela, a rezultat je smanjenje mišićno-koštanih i neuroloških problema, ali i utjecaja na cjelovito zdravlje, u malom broju tretmana. Istražujući primjenu metode diljem svijeta, nailazi na web stranicu fizioterapeuta i Bowen terapeuta iz Australije od kojeg dobiva povratnu informaciju o učinkovitosti metode i pronalazi školu u Velikoj Britaniji vlasnice Anneke Loode. Održiva uspješnost škole navodi Ozanu na odluku da u suradnji s Anneke pokrene takav tečaj u Hrvatskoj, te da se sama obrazuje za primjenu Bowen metode i to omogući i drugima. Prevodi tečajeve Anneke škole „The Bowen School for Healthcare Professionals“ i organizira tečajeve u Osijeku i Zagrebu, od 2008. godine.

Druga prijelomna točka u odlučivanju – Na samom početku edukacije, uvjereni u iznimnu kvalitetu Bowena i želeći pružiti svojim klijentima samo najbolje, Ozana odlučuje prekinuti s klasičnim metodama fizioterapije i počinje isključivo raditi Bowen terapiju. Nastavlja se kontinuirano educirati, te 2010. godine postaje licencirani Bowen terapeut. Ohrabrena rezultatima koje su imali pacijenti proširuje svoja znanja i vještine na brojnim edukativnim radionicama (London, Chicago, Ljubljana, Zagreb), stvara nove kontakte i koordinira brojne tečajeve inozemnim instruktorima u Hrvatskoj na kojima i sama uči. Kao najznačajnije osobno učenje izdvaja intenzivnu radionicu sa doktorom Romney Smeetom iz Australije, direktnim učenikom osnivača metode Thomas Ambrose Bowen-a. Uz Anneke upoznaje i Emmett metodu, završava osnovne i napredne tečajeve gdje uči direktno od osnivača metode Ross Emmett-a, a 2013. godine postaje predstavnik Emmett metode za Hrvatsku i Sloveniju. Intenzivnije primjenjuje Emmett metodu, ulazi u instruktorski trening i 2016. godine postaje ovlašten instruktorka. U Ergoviti i dalje radi s pacijentima, tretirajući ih isključivo kombinacijom ove dvije tehnike, zbog niza prednosti, koje postiže s njima. Uz rad s pacijentima Ozana najveći dio svog vremena provodi u educiranju i treningu drugih fizioterapeuta u korištenju ove dvije tehnike u Hrvatskoj i Americi.

Svojim angažmanom uspjela je da Bowen kao zdravstvenu metodu prepozna Ministarstvo zdravlja (2014. godine) i da ga kao kontinuiranu edukaciju fizioterapeuta boduje Hrvatska komora fizioterapeuta, a kroz različite treninge je do sada educirala stotinjak zdravstvenih djelatnika. Danas se Bowen i Emmett metode primjenjuju u velikom broju javnih i privatnih bolnica te privatnih praksi (Poliklinika Sv.Katarina, Arither, Aviva, Rakovac, Nova bolnica Zagreb, KBC Sestre milosrdnice Klinika za traumatologiju Zagreb, Lječilište Bizovačke toplice, Ambulanta za bol KBC Osijek, Daruvarske toplice), puno je zdravstvenih djelatnika promijenilo svoju poslovnu karijeru učenjem ove metode, a veliki broj pacijenata i njihovih obitelji doživjeli su poboljšanja u kvaliteti života upravo zbog njezinog cjelovitog utjecaja na zdravlje.

Treća prijelomna točka u odlučivanju – zaposliti fizioterapeute i razvijati Ergovitu kroz ponudu Bowen i Emmett tehnike ili nešto drugo. Ozana budućnost Ergovite vidi kroz „nešto drugo“. Njena vizija je baviti se treningom i edukacijom, uz samostalni rad s pacijentima, koji joj daje potvrdu onoga što uči i prenosi drugima. Iako mala, Ergovita raste, s obzirom na broj onih, koji su, zahvaljujući Ozani počeli primjenjivati ove tehnike i na taj način obogatili svoju praksu i uslugu. Izvršnost u pružanju usluge (i u radu s pacijentima i u edukaciji) osigurava Ozani ne samo opstanak, nego i napredak i rast.

Znatiželja, praćenje što se događa ne samo u vlastitoj profesiji nego i na presijecanju tradicionalnih i novih pristupa omogućava prepoznavanje prilika. Prepoznate prilike traže iskreno preispitivanje osposobljenosti za njihovo realiziranje, što dovodi do svjesnosti o nužnosti izgradnje vlastitih kompetencija kroz stalno profesionalno usavršavanje za nove prilike i spremnosti za preuzimanje dobro procijenjenih rizika.

Profesionalna priča Ozane to potvrđuje – Ergovita ne raste ako se koriste kriteriji novog zapošljavanja ili prihoda. Ali Ergovita raste kroz utjecaj na profesiju i zbog toga Ergovita je dio svjetske elite u ovom području. Ozanine odluke odvele su Ergovitu od jednog među brojnim do lidera u svom poslu.

Percepcije o prilikama i vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata određuju kakva će biti percepcija o poduzetničkim namjerama. U razdoblju 2015.-2017. odrasla populacija u Hrvatskoj češće nego što je to prosjek za EU izražava namjeru o pokretanju poslovnog pothvata – u 2017. godini Hrvatska je na 1. mjestu (Tablica 4), uz pad straha od promašaja u 2017. godini (Tablica 5).

Tablica 4 Percepcija o poduzetničkim namjerama - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	20,9	15,1 31,1 Rumunjska	4/21	27,6	20/29
2016.	22,3	14,8 23,5 Poljska	2/22	29,8	22/32
2017.	22,8	13,8 22,8 Hrvatska	1/18	30,1	16/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

Tablica 5 Percepcija o strahu od promašaja - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najniži	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	44,7	46,0 37,2 UK	12/21	38,4	22/29
2016.	46,0	46,6 35,1 Nizozemska	12/22	38,6	27/32
2017.	37,1	44,0 32,9 Nizozemska	4/18	39,1	13/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

Stabilna razina odrasle populacije koja ima namjeru pokrenuti poslovni pothvat (iznad prosjeka EU, u 2017. godini je na prvom mjestu), te pad straha od promašaja u Hrvatskoj signalizira povećanje broja potencijalnih poduzetnika, ali otvara i pitanje motivacije za uključivanje u poduzetničku aktivnosti (zbog uočene prilike ili nužde). Niska razina odrasle populacije u Hrvatskoj koja vidi priliku u svojoj okolini upozorava na odlučivanje o pokretanju poslovnog pothvata zbog izostanka bilo kojih drugih opcija, tj. zbog nužde.

Najnižu razinu straha od promašaja češće izražavaju ljudi u zemljama sa stabilno dobrim gospodarstvima (kao što su Nizozemska i UK), dok je najviša razina u Grčkoj (64% u 2015., 70% u 2016., 56% u 2017.). Istovremeno, najnižu percepciju o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u sredini u kojoj žive izrazili su ispitanici u Grčkoj (14% u 2015., 13% u 2016., 14% u 2017.). Najnižu percepciju o namjerama izrazili su ispitanici u Španjolskoj u sve tri promatrane godine (od 6-8%).

Percepcija o društvenim vrijednostima

Hrvatska je po percepciji odraslih o osobnim poduzetničkim namjerama u vrhu EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju u promatranom razdoblju (neznatno oscilira na razini nešto višoj od 20% - Tablica 4). U istom razdoblju čak oko dvije trećine ispitanika smatra da biti poduzetnik je dobar izbor karijere (Tablica 6). Takav spoj namjere o pokretanju poslovnog pothvata i percepcije da je biti poduzetnik dobar izbor karijere bila bi značajna komponenta izgradnje poduzetničke kulture u Hrvatskoj, koju poništava vrlo niska percepcija da uspješni podu-

zetcnici imaju visok status u društvu. Ispod 50% smatra da uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu, dok u EU je to čak na razini od dvije trećine ispitanika, ne samo u razdoblju 2015-2017., nego i u ranijim godinama. U europskoj perspektivi, Hrvatska se nalazi u prvoj trećini po stavu o tome da je biti poduzetnik dobar izbor karijere, ali je zadnja od EU zemalja uključenih u GEM istraživanje po stavu o društvenom statusu uspješnih poduzetnika (Tablica 6), kao i u grupi zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti (Tablica 7).

Na društveni stav o uspješnim poduzetnicima mediji imaju ogroman utjecaj. I u tome je Hrvatska na začelju u obje grupe (EU i gospodarstva temeljena na efikasnosti), što zahtijeva ozbiljnu analizu sadržaja medijskog praćenja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj i odgovornosti medija za razvoj poduzetničke kulture.

Tablica 6 Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, u EU perspektivi¹- %

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	EU/Rang HR	Hrvatska	EU/Rang HR	Hrvatska	EU/Rang HR
2015.	61,5	56,1 4/21	42,3	66,4 21/21	47,5	54,1 17/21
2016.	62,2	57,4 6/21*	45,6	66,5 21/21*	47,2	54,3 15/21*
2017.	62,2	58,6 6/18	47,7	67,0 18/18	48,1	55,6 15/18

¹ rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

*podaci za 1 državu nisu raspoloživi

Tablica 7 Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, usporedba s prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti² - %

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang
2015.	61,5	64,1 18/28*	42,3	65,7 27/28*	47,5	62,4 25/28*
2016.	62,2	66,9 20/30**	45,6	66,9 30/30**	47,2	61,1 26/30**
2017.	62,2	65,7 15/24**	47,7	66,3 23/24**	48,1	60,1 20/24**

²rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

* podaci za 1 državu nisu raspoloživi

** podaci za 2 države nisu raspoloživi

Najviše vrijednosti ovih indikatora u EU imaju zemlje s najrazvijenijim gospodarstvima. Od 2012. godine najveći broj ispitanika koji smatraju da biti poduzetnik je dobar izbor karijere je u Nizozemskoj (oko 79%), najviši društveni status uspješni poduzetnici imaju u Finskoj (oko 85%) i Irskoj (oko 82%), a medijska pažnja uspješnim poduzetnicima najviša je u Irskoj (od 72 - 76% ispitanika tako misli), Portugalu (oko 72%) i Finskoj (oko 68%).

Transformacija individualnih atributa (percepcija o osobnom kapacitetu prepoznavanja prilika, o sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata, o namjerama i strahu od promašaja) u poduzetničku aktivnost ostvaruje se pod utjecajem sistema društvenih vrijednosti unutar kojeg pojedinci djeluju (stav o izboru karijere, o društvenom statusu uspješnih poduzetnika, medijskoj pažnji uspješnim poduzetnicima). Kompleksnost ovog procesa potenciraju i međupovezanosti unutar ove dvije grupe činitelja o kojima ovisi poduzetničko djelovanje na individualnoj razini. Sinergijski efekt tih povezanosti ostvaruje se kroz kapacitet poduzetničkog djelovanja, kojeg GEM prati kroz pokretanje poslovnog pothvata i rast poslovnog pothvata. Dugotrajnost prisutnosti pozitivnog

stava o poduzetničkoj karijeri koji nije praćen i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu, godinama ugrožava kapacitet poduzetničkog djelovanja.

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Dinamika promjena gospodarske strukture određena je životnim ciklusima individualnih poslovnih pothvata, tj. intenzitetom pokretanja novih poslovnih pothvata, odnosom rastućih i nerastućih poslovnih pothvata i stopi preživljavanja. Stopa preživljavanja poslovnih pothvata na razini cjeline gospodarstva dobar je indikator održavanja ili narušavanja vitalnosti gospodarske strukture - skraćivanje stope preživljavanja zahtijeva intenziviranje ulaska u poduzetničke pothvate, jer će se u protivnom gospodarska struktura urušavati a baza smanjivati. Održiva vitalnost gospodarske strukture zahtijeva zbog toga vrlo usklađene, ali i diferencirane politike u intenziviranju aktivnosti u pojedinim fazama životnog ciklusa gospodarske strukture.

Stopa preživljavanja opada starenjem poslovnog pothvata – u EU, jednogodišnja stopa preživljavanja je oko 80% (poduzeća rođena u 2014 aktivna i u 2015. godini). Najviša stopa jednogodišnjeg preživljavanja bila je u Švedskoj (96,7%), a iznad 90% u Grčkoj, Nizozemskoj, UK, Hrvatskoj i Belgiji.¹² Petogodišnja stopa preživljavanja poduzeća rođenih u 2010. godini a još aktivnih u 2015. godini u pravilu je ispod 50%. Najvišu stopu petogodišnjeg preživljavanja imaju poduzeća u Belgiji, Švedskoj, Luksemburgu i Nizozemskoj.¹³

Gubitak poslovnih pothvata znači gubitak radnih mjesta i ugrožava stvaranje nove vrijednosti, što upozorava na potrebu posebne pažnje svim fazama razvoja poslovnog pothvata (od pokretanja, preko „odrastanja“ poslovnog pothvata, do rasta i izlaska iz poslovne aktivnosti).

Istovremeno treba istaknuti da stopa preživljavanja ne znači uvijek i čuvanje ili i rast radnih mjesta. Prema podacima Eurostata, samo je u deset zemalja (Irska, Finska, Malta, Nizozemska, Estonija, Luksemburg, Belgija, Latvija i Rumunjska) povećana zaposlenost u poduzećima koja su preživjela pet godina.¹⁴ Da bi se zadržala zaposlenost ili čak i povećavala potrebno je, osim preživljavanja, osigurati i veće učešće rastućih poslovnih pothvata.

Dinamika promjena poduzetničke strukture u Hrvatskoj, u međunarodnoj perspektivi, analizirana je korištenjem informacija o veličini kontingenata poslovnih pothvata u pojedinim fazama životnog ciklusa i karakteristika rastućih poslovnih pothvata.

Nova poduzetnička aktivnost

Trajna vitalnost gospodarske strukture zahtijeva kontinuiran priljev novih poslovnih pothvata i to u intenzitetu koji barem kompenzira gubitak poslovnih pothvata. Osim toga, najčešće novi poslovni pothvati donose nove ideje, nove tehnologije, nove proizvode, izlazak na nova tržišta i na taj način doprinose povećanju produktivnosti i konkurentnosti. U Tablici 8 prikazana je poduzetnička aktivnost onih koji su pokrenuli poslovni pothvat (ne stariji od 3 mjeseca) i onih koji imaju poslovni pothvat stariji od 3 mjeseca ali mlađi od 42 mjeseca, na temelju čega se izračunava TEA – Total Early-stage Entrepreneurial Activity pokazatelj rane poduzetničke aktivnosti kao % u odnosu na 100 odraslih.

Tablica 8 Nova poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	7,7	8,0/14,1 Latvija	10/21	14,5	24/29
2016	8,4	8,6/16,2 Estonija	11/22	14,2	25/32
2017.	8,9	8,3/19,4 Estonija	7/18	18,5	20/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

¹² Izvor za podatke o poslovnoj demografiji EU je http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Business_demography_statistics 15.4.2018.

¹³ Za Hrvatsku ne postoji podatak o 5-godišnjoj stopi preživljavanja, jer je Hrvatska obuhvaćena Eurostat praćenjem poslovne demografije od 2012. godine.

¹⁴ http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Business_demography_statistics#Enterprise_survival_rate 15.4.2018.

U promatranom razdoblju 2015.-2017. indikator poduzetničke aktivnosti raste. Ipak u 2017. godini u Hrvatskoj je upola manje novo pokrenutih poslovnih pothvata nego u Estoniji, ali u razini prosjeka za EU.

Razlike u motiviranosti za poduzetničko djelovanje prate se u GEM istraživanju kroz indikator TEA Prilika - postotak odrasle populacije koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog uočene prilike i indikator TEA Nužnost - postotak odrasle populacije koji su to učinili zbog nužde (npr. ostali bez posla, nemaju drugu opciju i sl.). Omjer ta dva indikatora (odnos TEA Prilika prema TEA Nužnost) se u GEM istraživanju naziva motivacijski indeks. Motivacijski indeks iznad 1 znači da ima više onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti. Motivacijski indeks ispod 1 znači da ima više onih koje je situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, iako to nisu željeli. Veći motivacijski indeks bolji je za nacionalno gospodarstvo, jer govori o potencijalno boljoj pripremljenosti za pokretanje poslovnog pothvata i o većem optimizmu koji se temelji na prepoznatoj prilici. Iako je intenzitet pokretanja poslovnih pothvata u Hrvatskoj „uhvatio“ prosjek EU, motivacijski indeks je značajnije niži (Tablica 9).

Tablica 9 Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog uočene prilike ili zbog nužnosti

Godina	TEA Prilika %		TEA Nužnost %		Motivacijski indeks TEA Prilika/TEA Nužnost		
	Hrvatska	EU prosjek/ najviši	Hrvatska	EU prosjek/ najniži	Hrvatska		EU prosjek**
					TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang u EU*	
2015.	4,6	6,0 11,4 Latvija	3,1	1,7 0,7 Švedska	1,5	21/21	4,0
2016.	5,6	6,6 12,9 Estonija	2,6	1,7 0,3 Švedska	2,2	20/22	5,3
2017.	5,6	6,2 14,7 Estonija	3,1	1,6 0,6 Švedska	1,8	17/18	5,0

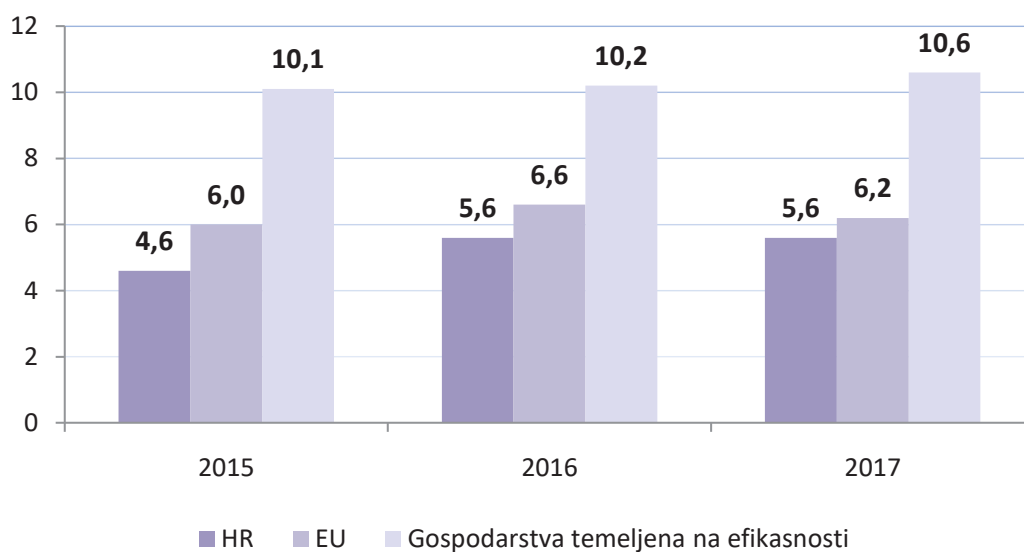
*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**EU prosjek za motivacijski indeks izračunat je tako da je prvo za svaku zemlju izračunat TEA prilika/TEA Nužnost, a onda prosjek tih indeksa za EU

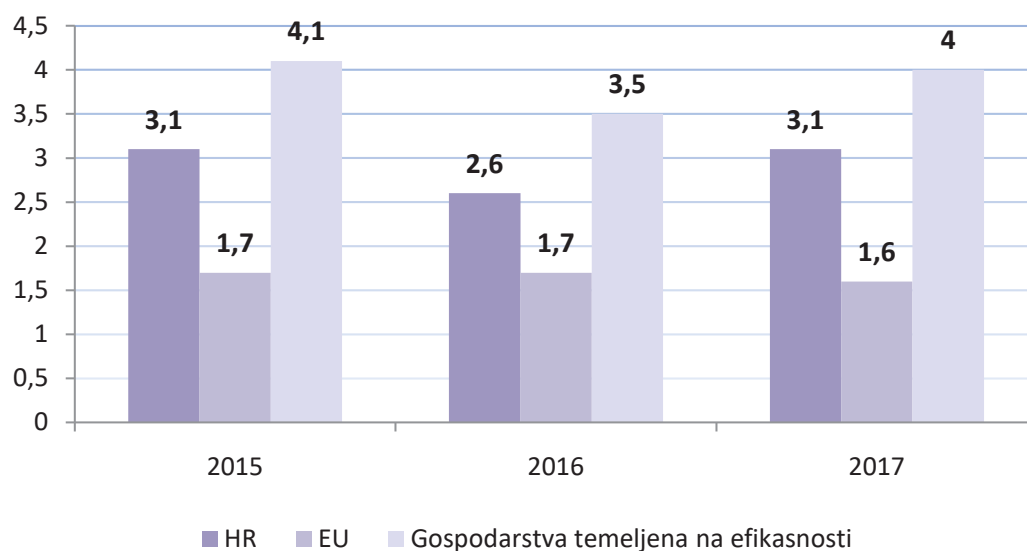
Osciliranje motivacijskog indeksa Hrvatske u razdoblju 2015.-2017. godine drži Hrvatsku na samom začelju u EU, ali i u grupi zemalja iste razvojne razine. U 2015. godini Hrvatska je imala NAJNIŽI motivacijski indeks među zemljama EU. U 2017. godini najveći motivacijski indeks ima Nizozemska (11,6) što znači da je u Nizozemskoj 11,6 puta više poduzetnika koji ulaze u poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike a ne nužde, dok je to u Hrvatskoj samo 1,8 puta više.

Dominacija rane poduzetničke aktivnosti motivirane nuždom u Hrvatskoj i zbog toga dugogodišnji nizak motivacijski indeks, te usporedba prvenstveno s prosjekom EU zemalja (Slike 7, 8 i 9) otvara pitanja kako poduzetnicima iz nužde omogućiti potrebnu potporu (znanja, vještine, umrežavanje, ...) i smanjiti rizik njihovog poslovnog promašaja.

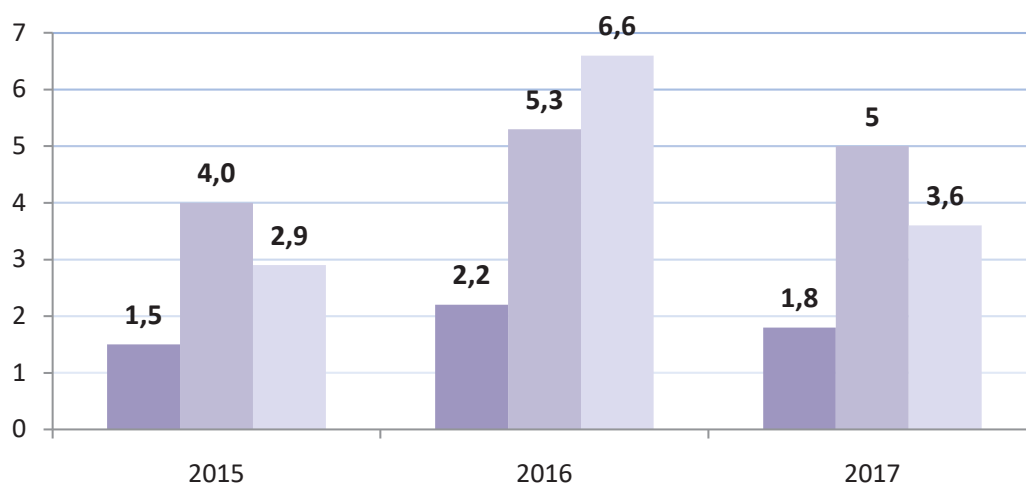
Slika 7 Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog uočene prilike, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.



Slika 8 Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog nužnosti, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.



Slika 9 Motivacijski indeks ulaska u poduzetničku aktivnost – usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, 2015.-2017.



Indeks rane poduzetničke aktivnosti u 2017. godini je u Hrvatskoj isti kao i u 2016. godini (5,6%), ali raste ulazak u poduzetničku aktivnost onih koji to čine zbog nužde (sa 2,6% u 2016. godini na 3,1%). To dovodi do slabljenja motivacijskog indeksa a to znači smanjenje poduzetničkog kapaciteta u ovoj vrlo osjetljivoj ranoj fazi životnog pothvata. Na taj način se smanjuje i stopa preživljavanja, jer ulazak u poduzetničku aktivnost zbog nužde često znači privremeno rješenje, što se reflektira na ulaganje resursa (osobnih i financijskih).

Niska razina ulaska u poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike povezana je i s niskom razinom percepcije o prilikama: na primjer, u 2017. godini, isto kao što je to bilo u 2016. godini, Bugarska ima najniži pokazatelj o poduzetničkoj aktivnosti zbog uočene prilike (TEA Prilika je 3,7%), a po percepciji o prilikama je na predzadnjem mjestu: samo 19,5% ispitanika smatra da postoje prilike u sredini gdje ispitanici žive.

Moguća povezanost jačine gospodarstva i motivacijskog indeksa može se vidjeti i iz pokazatelja o zemljama s najvišim motivacijskim indeksom: Danska (16,8 u 2014. godini), Luksemburg (9,3 u 2015. godini), Švedska (19,6 u 2016. godini) i Nizozemska (11,6 u 2017. godini). Osim toga, visoki motivacijski indeks povezan je i s visokim pokazateljem o percepciji o prilikama – u 2016. godini, Švedska je na prvom mjestu po tom pokazatelju, jer čak 78,5% ispitanika vidi prilike u sredinama u kojima žive, u 2017. godini ponovo Švedska s 79,5%.



Primjer 2 Kriza kao novi početak

POSTIRA, poljoprivredna zadruga

www.pzpostira.hr

POSTIRA poljoprivredna zadruga iz Postira na otoku Braču osnovana je 1947. godine i jedna je od najstarijih poljoprivrednih zadruga u Dalmaciji. POSTIRA je dokaz da su proizvodnja hrane i turizam komplementarni, te da „turistifikacija“ ne bi smjela otvoriti vrata „dizanju ruke od zemlje“. POSTIRA to nikada nije dozvolila - i onda kada je bilo najteže, zadrugari su ostali vjerni svojoj zemlji i tradicionalnim djelatnostima na kojima su temeljili svoj opstanak i budućnost. Mještani Postira proizvodili su 1970-tih i 1980-tih godina najviše hrane po glavi stanovnika na svim jadranskim otocima: mjesto s oko 1 200 stanovnika godišnje je proizvodilo 50-100 tona maslinova ulja, oko 20 vagona vina, 50 tona agruma, te nekoliko desetaka tona voća i povrća, uz to što su mještani posjedovali više od dvije tisuće ovaca. I danas se postirska proizvodnja odvija gotovo na istoj razini, jedino je u proizvodnji mandarina i kivija nastupila osjetnija stagnacija.

Zbog nerazumnog reduciranja poslovnih aktivnosti u 1990im godinama POSTIRA PZ se u poslovanju suočila s velikim financijskim poteškoćama, koje su gotovo dovele do zatvaranja zadruge. Uz veliku pomoć lokalne samouprave, zadrugara i nove upraviteljice Ljerke Vlahović otvoren je 2015. godine put novom početku kroz proces predstečajne nagodbe. „Nekoć na rubu propasti danas smo likvidni i poslujemo pozitivno, a možemo se prijavljivati i na natječaje za financijsku podršku novim razvojnim projektima“ kaže Ljerka.

Zadruga ima 89 zadrugara čija struktura starijih i mlađih čini odličan tim u kojem se iskustvo nadograđuje inovativnim pristupom u oblikovanju novih proizvoda i novih načina prodaje. Vraćeno povjerenje zadrugara garancija je realizacije vizije razvoja koja se temelji na jačanju marke bračkog ulja u suradnji s ostalim proizvođačima ulja na Braču, proširenju vlastitog kapaciteta proizvodnje ulja, na zaštiti ulja nastalog preradom na tradicionalni način (prešanjem) u zadruzi POSTIRA i obogaćivanjem asortimana u kojem bi POSTIRA bila nositelj proizvodnje izvorno otočne hrane i agroturizma.

“U 2017. godine smo preradili 1 200 tona maslina (kapacitet prerade po danu je 35 tona maslina) i otkupili 15 000 litara maslinovog ulja. Proizvode prodajemo u našoj suvenirnici, preko web shopa, na sajmovima, direktno restoranima, te u trgovačkim lancima”, kaže Ljerka Vlahović.

Glavni proizvod zadruge POSTIRA je maslinovo ulje iz sorte oblica. S oznakom hrvatskog otočnog proizvoda sudjeluju na sajmovima otočnih proizvoda i tako grade svoju prepoznatljivost. Zadruga je vrlo aktivna u raznim aktivnostima promocije maslinarstva i proizvodnje maslinovog ulja. Oblica Fest Postira održava se u travnju svake godine od 2009. godine – sa 94 prijavljenih uzoraka maslinovog ulja 2018. godine proslavljena je 10-godišnjica ove manifestacije. „Dobra je to prilika za druženje i razmjenu iskustava maslinara, organiziramo predavanja koja će im biti korisna, održavamo degustacije, a na kraju analiziramo ulje. Sve je to dio nastojanja da se greške u preradi od prošle godine ne ponavljaju i da se maslinari usavršavaju u struci.“

POSTIRA je suorganizator Svjetskog prvenstva u branju maslina, prvog takve vrste u svijetu, koji se je u postirskom masliniku održao od 19.- 22.listopada 2017. godine, a najava za drugo svjetsko prvenstvo u branju maslina je za 11.-14.10.2018. godine.

Malom suvenirnicom u sklopu uljare, te organiziranje ljetne fešte od uja u dvorištu same uljare, POSTIRA se uključuje i u turističku ponudu Brača.

Ljerka Vlahović, rođenom Bračanka, ekonomistica, koja se nakon završetka školovanja na Sveučilištu u Splitu vratila na Brač ističe da ju je poljoprivreda odgojila i da je znala za probleme Poljoprivredne zadruge POSTIRA kada se javila na natječaj za posao upraviteljice 2008. godine. “Bilo je stresno”, kaže, “možda ponajviše u radu s ljudima.”

“Kada sam prije deset godina, kao 26-godišnjakinja, prihvatila izazov vođenja zadruge, stvari nisu bile kao danas. Preuzimajući zadrugu, zatekla sam stanje koje je prijetilo njenom potpunom propašću, ali smo se zajedničkim radom lokalne samouprave, zadrugara, nositelja OPG-ova učlanjenih u našu zadrugu održali i imamo viziju razvoja. Ovo danas tek je dio zamišljenog.”

“Osnovna misao vodilja mi je bila - ne odustati na putu do cilja. Isplatilo se, jer sada konačno uživam u tome što radim – novom početku radujemo se svi.”

Učešće „odraslih“ poduzeća

Dok fazu rane poduzetničke aktivnosti određuje intenzitet pokretanja poslovnog pothvata i motivacija (zbog prilike ili nužde), faza „odrastanja“ poslovnih pothvata ovisi o stopi preživljavanja i rastućeg kapaciteta pokrenutih poslovnih pothvata. „Odrasla“ poduzeća u GEM istraživanju definiraju se kao poduzeća starija od 42 mjeseca. U razdoblju 2015-2017. Hrvatska i dalje ima izuzetno „tanku“ bazu „odraslih“ poduzeća i nalazi se na začelju i EU zemalja i gospodarstava temeljenih na efikasnosti (Tablica 10).

Tablica 10 Učešće „odraslih“ poduzeća - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2015.	2,8	6,5 13,1 Grčka	21/21	8,1	26/29
2016.	4,2	6,8 14,1 Grčka	21/22	8,6	29/32
2017.	4,4	7,1 12,4 Grčka	14/18	8,9	21/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

Razlika u gustoći poduzeća na 100 odraslih stanovnika je vrlo informativna za procjenu gospodarskog kapaciteta Hrvatske. U grupi zemalja EU koja su uključena u GEM istraživanje Hrvatska je u 2015. godini imala najmanje „odraslih“ poduzeća na 100 stanovnika starosti 18-64 godina, što je bilo samo 43% EU prosjeka (a tako je bilo i u 2012. godini). U 2016. i 2017. godini učešće „odraslih“ poduzeća se povećava i zadržava na razini od 62% učešća „odraslih“ poduzeća u Europskoj uniji.

U usporedbi sa prosjekom zemalja čijoj razvojnoj skupini pripada, Hrvatska je u 2016. godini dosegla 50% prosjeka tih zemalja, te zadržava tu razinu i u 2017. godini. Ovako niska razina prisutnosti „odraslih“ poduzeća dugotrajna je karakteristika hrvatskog gospodarstva, što i dalje upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

U cijelom promatranom razdoblju, Grčka ima najveću gustoću „odraslih“ poslovnih pothvata a istovremeno i najniži kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture promatrane kroz odnos broja novih i „odraslih“ poduzeća (Tablica 12). Niska efikasnost grčkog gospodarstva i ovi pokazatelji upućuju na mogući zaključak da samo pokretanje poslovnih pothvata i njihovo „odrastanje“ bez kapaciteta doprinosa stvaranja nove vrijednosti uz nizak omjer novih i „odraslih“ poslovnih pothvata samo okoštava neproduktivnu i nekonkurentnu poduzetničku strukturu.

Intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti

Prestanak poslovne aktivnosti dio je životnog ciklusa poslovnog pothvata. Najčešći razlozi su neodgovarajuća profitabilnost, želja za promjenom, prodaja, odlazak u mirovinu, nasljeđivanje i sl. U Tablici 11 prikazan je postotak onih koji su izašli iz poslovne aktivnosti u zadnjih 12 mjeseci i čija poslovna aktivnost nije nastavljena, u grupi ispitanika od 18-64 godine starosti koji su poduzetnici s ranom poduzetničkom aktivnosti ili „odrasli“ poduzetnici.

Tablica 11 Izlazak iz poslovne aktivnosti - %*

Godina	Hrvatska		EU		
	%	Rang*	%	Najmanji	Najveći
2015.	1,7	10/21	1,9	1,0 Belgija	3,5 Slovačka
2016.	3,4	21/22	2,0	0,8 Italija	3,8 Grčka
2017.	1,9	9/18	2,1	1,0 Njemačka	4,7 Grčka

*rang Hrvatske u grupi zemalja EU uključenih u GEM istraživanje, pri čemu je rang računat prema najmanjem postotku

Tumačenje pokazatelja o izlasku iz poslovne aktivnosti ovisi o kontekstu. Niska razina prestanka poduzetničkog djelovanja može značiti da se radi o dobro uočenoj poslovnoj prilici i dobro osmišljenom i vođenom poduzetničkom pothvatu ili o *statusu quo* koji onemogućava uspješno „provjetranje“ gospodarske strukture. Visoki postotak izlaska iz poduzetničke aktivnosti može značiti da se radi o loše procijenjenoj poslovnoj prilici, o nepripremljenosti za vođenje poslovnog pothvata (nedovoljno znanja, nedostatak tima, novaca...), ali i poteškoćama u poslovanju zbog ograničavajućeg utjecaja poduzetničkog ekosustava.

U 2016. godini Hrvatska je po postotku poslovnih pothvata (poduzeća) koja su prestala djelovati u zadnjih 12 mjeseci značajno iznad prosjeka EU, u 2017. godini oko prosjeka. Bolje razumijevanje značenja vrijednosti ovog pokazatelja može se dobiti kroz povezivanje niza drugih indikatora poduzetničkog djelovanja. Niska razina prepoznavanja prilika u svojoj sredini (Tablica 2), istovremeno visoka samouvjerenost o sposobnostima za poduzetničko djelovanje (Tablica 3) i visoka razina izraženih namjera za pokretanje poslovnog pothvata (Tablica 4) praćena je vrlo niskim motivacijskim indeksom (1,8 – Tablica 9), što upućuje na pretpostavku o nedovoljnoj pripremljenosti za pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, ali je moguće da i poduzetnički ekosustav ne prepoznaje poteškoće onih koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog nužde i ne osigurava potrebne usluge.

I u 2017. godini zemlje s visokim motivacijskim indeksom (tj. prisutnost znatno više onih koji u poslovni pothvat ulaze zbog uočene prilike nego zato što ih je na to prisilila nužda) češće imaju i niži postotak izlaska iz poslovne aktivnosti. Na primjer, tri zemlje koje su u 2017. godini imale najviši motivacijski indeks, imaju prosječnu stopu izlaska iz poslovnih pothvata¹⁵, što potvrđuje tvrdnju o tome da vlastiti izbor i opredjeljenost donose izuzetno važan emocionalni i ekspertski kapital u poslovni pothvat i čine ga stabilnim.

Za održivu vitalnost gospodarstva najlošija kombinacija je nizak motivacijski indeks i nizak intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti. Veliko učešće poduzetničkih pothvata zbog nužde unosi u poduzetnički kapacitet zemlje veću količinu neizvjesnosti zbog niže obrazovanosti¹⁶ nositelja tih aktivnosti koja dovodi vrlo često do poslovne neefikasnosti. Bilo bi za očekivati da će to biti praćeno i intenzivnijim izlaskom iz poduzetničkih aktivnosti, ali ako se to ne događa, onda počinje dominirati klima „preživljavanja“ poslovnih pothvata koji ne doprinose niti stvaranju nove vrijednosti niti novom zapošljavanju. Najčešći uzrok takve situacije je u neodgovarajućim regulatornim rješenjima poduzetničkog ekosustava, koji otežavaju izlaz iz poslovne aktivnosti.¹⁷

Niski motivacijski indeks i visoki intenzitet izlaska iz poslovne aktivnosti govori o nepripremljenosti za pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, što dovodi do neefikasnog korištenja resursa (vremena, ljudskog kapitala, novaca) – vrlo specijaliziranim programima obrazovanja odraslih i savjetodavnim uslugama broj takvih slučajeva bi se mogao smanjiti.

Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture

Stabilnost poduzetničke strukture određena je njezinim kapacitetom obnavljanja, koji ovisi o intenzitetu stvaranja novih poslovnih pothvata, njihovom odrastanju i kontinuiranom inoviranju, ali i brzini izlaska iz poslovne aktivnosti ukoliko se radi o poslovnom promašaju.

Stopa preživljavanja poslovnih pothvata opada vremenom – jednogodišnja stopa preživljavanja u Europskoj uniji je na razini od 80%, a nakon pet godina pada na razinu ispod 50%.¹⁸ Shane (2016) konstatira da je stopa smrtnosti američkih poduzeća od 1977. godine smanjena za 30% uglavnom zbog bolje pripremljenosti poslovnog pothvata prilikom pokretanja, ali i bolje osposobljenosti poduzetnika za upravljanje poslovnim pothvatom.

Obnavljanje poduzetničke strukture treba osigurati stabilnu bazu “odraslih” poduzeća, ali i unutar te kategorije poduzeća treba osigurati njihovo kontinuirano inoviranje. To je posebno važno za zemlje kao što je Hrvatska,

¹⁵ Na primjer: Nizozemska s najvišim motivacijskim indeksom (11,6) u grupi EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju imala je 2,2% poduzeća koja prestaju djelovati, što je neznatno iznad EU prosjeka. Švedska je na drugom mjestu po motivacijskom indeksu (10,2), a stopa izlaska iz poslovnih aktivnosti je 2,1%. Poljska s motivacijskim indeksom od 10,0, ima stopu izlaska također na razini EU prosjeka (2,1).

¹⁶ U 2017. godini u Hrvatskoj je među onima koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog uočene prilike najmanje onih s manje od srednjeg obrazovanja (10,7%) vs. 27,9% s takvim obrazovanjem među onima koji su to učinili zbog nužde. Istovremeno među onima koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog nužde najmanje je s post-sekundarnim obrazovanjem (14,8%) vs. 22,3% s takvim obrazovanjem među poduzetnicima zbog uočene prilike. Sa srednjim obrazovanjem je 63% među poduzetnicima zbog uočene prilike i 57,4% među poduzetnicima zbog nužde.

¹⁷ Prema istraživanju Svjetske banke – Doing Business 2017 za rješavanje problema nesolventnosti / izlaska iz poslovnih aktivnosti u Hrvatskoj treba 3,1 godina, u Grčkoj 3,5 godina, ali u Irskoj 0,4 godina, Sloveniji 0,8 godina, Finskoj 0,9 godina, Belgiji 0,9 godina, Nizozemskoj 1,1 godina a u Njemačkoj 1,2 godina. <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/resolving-insolvency> 15.4.2018.

¹⁸ Slične stope preživljavanja evidentne su i u SAD: oko polovine započetih poslovnih pothvata preživi, a jedna trećina 10 i više godina, Small Business Administration, 2018.

gdje je smanjenje još uvijek visoke nezaposlenosti (11 %, kraj 2017. godine) jedino moguće kroz jačanje gospodarstva. Novo zapošljavanje ne ostvaruje se u svim poduzećima koja prežive pet i više godina, ukoliko se životni ciklus ne osvježava inovativnim intervencijama koje povećavaju konkurentnost.

GEM pokazatelji o ranoj (mlađoj od 42 mjeseca) poduzetničkoj aktivnosti i prisutnosti „odraslih“ poduzetničkih pothvata (starijih od 42 mjeseca) omogućavaju utvrđivanja omjera kojim se može procjenjivati kapacitet obnavljanja gospodarske strukture (Tablica 12).

Tablica 12 Kapacitet obnavljanja „odraslih“ poduzeća – TEA/„odrasla“ poduzeća

Godina	TEA/„odrasla“ poduzeća		
	Hrvatska	Najveći u EU	Najmanji u EU
2015.	2,7	3,1 Luksemburg	0,5 Grčka
2016.	2,0	2,9 Luksemburg	0,4 Grčka
2017.	2,0	2,8 Luksemburg	0,4 Grčka

Nema univerzalno definiranog „najboljeg“ odnosa novih i „odraslih“ poduzeća, jer niski koeficijent obnavljanja poduzeća u Grčkoj očito ne doprinosi održivoj vitalnosti gospodarstva, nego može biti rezultat velikog broja „odraslih“ (što se vidi iz Tablice 10) i niske razine pokretanja novih poslovnih pothvata (TEA 4,8%, među najnižim u zemljama EU koje su sudjelovale u GEM istraživanju u 2017. godini), pri čemu se ne zna je li veliki broj „odraslih“ poduzeća odraz njihove kvalitete ili poteškoća u zatvaranju poslovnih pothvata.

Najbolji odnos novih i „odraslih“ poduzeća je onaj koji omogućava održivu vitalnost poduzetničke strukture, ali je za takvu ocjenu potrebno imati uvid u kvalitetu poslovnih pothvata. Iz GEM istraživanja se kvaliteta novih poslovnih pothvata može pretpostaviti kroz motivacijski indeks, a „odraslih“ poslovnih pothvata kroz njihov potencijal za rast.

Niski motivacijski koeficijent u Hrvatskoj (Tablica 9) koji upućuje na značajno prisustvo ljudi poduzetnički aktivnih zbog nužnosti određuje i sposobnost vođenja poslovnog pothvata kroz proces transformacije novih poduzetničkih pothvata u „odrasla“ poduzeća (starija od 42 mjeseca). Nedovoljna pripremljenost za taj proces može značiti da se relativno visoka rana poduzetnička aktivnost vrlo brzo ugasi. I u 2017. godini to potvrđuje revidirana vrijednost pokazatelja o kapacitetu obnavljanja „odraslih“ poduzeća, izračunata korištenjem motivacijskog indeksa (TEA prilika/TEA nužnost) umjesto broja novopokrenutih poslovnih pothvata. Stavljanjem motivacijskog indeksa u odnos sa pokazateljem o broju „odraslih“ poduzeća pokazatelj obnavljanja poduzetničke strukture se mijenja: u Hrvatskoj ta stopa pada s 2.0 na 0,4 a u Luksemburgu sa 2,8 na 1,8. To i dalje upućuje na opasno nisku razinu obnavljanja gospodarske strukture u Hrvatskoj, koja se odražava i na konkurentnost gospodarstva.

Malo rastućih poduzeća

Rast poslovnog pothvata najviše ovisi o mjeri u kojoj proizvodi/usluge takvog pothvata zadovoljavaju neke nezadovoljene potrebe dovoljnom broju kupaca, ali prije svega o volji vlasnika. Uz ove dvije osnovne okosnice rasta mora postojati i niz međusobno povezanih resursa (ljudski, socijalni i financijski kapital) i uvjeta koji stimuliraju ili ograničavaju rast poslovnog pothvata (poduzetnički ekosustav: regulatorni okvir, obrazovanje, suradnja poslovnog i istraživačkog sektora, raspoloživost profesionalne infrastrukture, fizička infrastruktura, otvorenost tržišta...).

Zbog kompleksnosti ovih interakcija (tržišta, volje vlasnika, poduzetničkog ekosustava) rast poslovnih pothvata je različitog intenziteta. Brzorastuća poduzeća¹⁹ su rijetka, ali izuzetno važna dimenzija gospodarstva svake zemlje, jer su nositelji konkurentnosti i generiranja nove zaposlenosti. Iz analize poslovne demografije EU za 2015. godinu vidljiv je lagani rast učešća brzorastućih poduzeća u ukupnom broju aktivnih poduzeća s najmanje 10 zaposlenih (sa oko 145 000 poduzeća ili 9,2% aktivnih poduzeća u 2014. godini na 158 000 poduzeća ili

¹⁹ Europska unija koristi definiciju OECD koja kaže da su brzorastuća poduzeća ona koja imaju godišnji rast veći od 20% godišnje u 3-godišnjem razdoblju (pri čemu se rast može mjeriti brojem zaposlenih ili prometom), odnosno ukoliko poduzeće ima rast zaposlenih po godišnjoj stopi od 10% ili više u trogodišnjem razdoblju (uz 10 zaposlenih na početku razdoblja).
http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Business_demography_statistics 20.4.2018.

9,9% svih aktivnih poduzeća). Povećano učešće brzorastućih poduzeća dovelo je i do rasta zaposlenih u takvim poduzećima sa 12,2 milijuna na 13,6 milijuna. I u 2015. godini nastavlja se postojanje značajnih razlika između članica EU: od 15% takvih poduzeća u Irskoj, nešto iznad 12% u Malti, Mađarskoj i Slovačkoj, do manje od 3% u Rumunjskoj i Cipru. U Hrvatskoj u strukturi aktivnih poduzeća u 2015. godini povećano je učešće brzorastućih poduzeća na 11,7% (sa 10,6% u 2016. godini), odnosno bilo je 1 459 poduzeća sa 103 955 zaposlenih (u 2016. godini bilo je 1 275 poduzeća u kojima je bilo 79 777 zaposlenih).²⁰

Zbog takvog značaja brzorastućih poduzeća od 2006. godine GEM prati i taj segment poslovnih pothvata, koristeći se sljedećim kriterijima za ocjenu radi li se o brzorastućem poduzeću:

- Inovativnost u korištenju novih tehnologija (najnovije tehnologije – do 1 godine starosti, tehnologije od 1 do 5 godina starosti, bez novih tehnologija)
- Inovativnost u razvoju novih proizvoda (proizvodi su novi svima, nekima, nikome)
- Izloženost konkurenciji (isti proizvod nude svi, neki, nitko)
- Očekivanje novog zapošljavanja u roku od 5 godina (više od 20 zaposlenika, 6-19, 1-5, ništa)

Ulaganja u tehnologiju, ali malo novih proizvoda

U 2017. godini Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i novih i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije nego što je to prosjek EU zemalja i zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti (Tablica 13 i Tablica 14), ali istovremeno zaostaje po učešću poduzeća čiji proizvodi su novina svim kupcima (tablice 15 i 16). To otvara pitanja djelotvornosti ulaganja u tehnologiju, ali i razine inovativnosti unutar poduzeća, a time i konkurentnosti.

Tablica 13 Korištenje novih tehnologija – za TEA poduzetnike* (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – najnovije tehnologije
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2015.	32,8	33,9	33,3	13,9	32,8 Hrvatska	20,0
2016.	27,3	33,2	39,5	14,5	28,7 Slovenija	19,4
2017.	22,0	34,5	43,5	15,6	34,9 Cipar	19,9

* s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca (novi pothvati)

Tablica 14 Korištenje novih tehnologija – za „odrasle“ poduzetnike* (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – najnovije tehnologije
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2015.	27,4	23,8	48,8	5,2	27,4 Hrvatska	8,7
2016.	28,0	19,2	52,8	5,1	28,0 Hrvatska	8,8
2017.	24,1	26,4	49,5	7,5	24,1 Hrvatska	8,6

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

U kategoriji ranih poslovnih pothvata prisutan je trend rasta onih koji imaju tehnologije starije od 5 godina i značajan pad onih koji imaju najnovije tehnologije. Izjednačeno je učešće ranih i „odraslih“ poduzeća u kategoriji onih koji koriste najnoviju tehnologiju. Važno je uočiti da je Hrvatska zemlja s najvećim učešćem „odraslih“ poduzeća s najnovijom tehnologijom u Europskoj uniji u sve tri promatrane godine.

²⁰ http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Business_demography_statistics 20.4.2018.

Iako je Hrvatska bolja po tehnološkoj opremljenosti svojih poduzeća od EU i usporedne skupine zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, po inovativnosti proizvoda Hrvatska zaostaje (Tablica 15 i Tablica 16).

Tablica 15 Novina proizvoda za kupce – TEA poduzetnici* (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – proizvod nov svima
	Nov svima	Nov nekima	Nikome nov	Nov svima	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća čiji proizvodi su novi svima	
2015.	8,8	19,4	71,8	14,4	29,5 Italija	14,9
2016.	10,9	17,2	71,9	13,9	30,6 Italija	17,1
2017.	14,2	14,1	71,7	15,1	33,5 Francuska	13,3

* s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca (novi pothvati)

Tablica 16 Novina proizvoda za kupce – „odrasli“ poduzetnici* (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – proizvod nov svima
	Nov svima	Nov nekima	Nikome nov	Nov svima	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća čiji proizvodi su novi svima	
2015.	11,1	13,9	75,0	9,6	25,0 Italija	12,3
2016.	9,6	14,6	75,8	7,9	19,6 Irska	13,6
2017.	6,4	12,4	81,2	9,8	25,2 Italija	12,5

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

U razdoblju 2015.-2017. oko 70% TEA poduzetnika i više od 75% „odraslih“ poduzeća u Hrvatskoj imaju proizvode koji nikome nisu novi. TEA poduzetnici pokazuju rast učešća novih proizvoda, ali u grupi „odraslih“ poduzeća pada učešće onih koji imaju proizvod nov svima. U svim promatranim godinama Italija je zemlja s najvećim učešćem poduzeća čiji proizvodi su novi svima. Na primjer u 2017. godini u Hrvatskoj je gotovo četiri puta manje takvih „odraslih“ nego u Italiji (6,4% vs. 25,2%), a takvih TEA poduzeća je gotovo 2,5 puta manje nego u Francuskoj (14,2% vs. 33,5%). Dugotrajnost takvih struktura je vrlo zabrinjavajući pokazatelj, jer se konkurentnost ne ostvaruje kroz tehnološku opremljenost, nego kroz inovativne proizvode.



Primjer 3 Rast temeljen na vlastitom znanju i stranom ulaganju

L&P Tehnologije d.o.o. (LPT), Prelog

Trgovačko društvo L&P tehnologije d.o.o., ili skraćeno LPT, osnovano je 2000. godine kao tvrtka kćer multinacionalne američke korporacije Leggett & Platt, sa sjedištem u gradu Carthageu u saveznoj državi Missouri u Sjedinjenim Američkim Državama. Tvrtka LPT dio je europske divizije Leggett & Platt Components Europe. Posluje u Prelogu, na adresi Hrupine 4, na koju je proizvodnja preseljena 2008. godine. To je ujedno bila i prva greenfield investicija matične kompanije izvan SAD-a (nakon što je Leggett kupio firmu Spuhl u Švicarskoj u 1997. godine).

Tvrtka je podijeljena u dva osnovna segmenta poslovanja: proizvodnju žice i žičanih jezgri za madrace te proizvodnju strojeva, opreme i dijelova za strojeve za proizvodnju žičanih jezgri, uz jak odjel istraživanja i razvoja. U programu žičanih jezgri LPT danas ima status najvećeg hrvatskog, ali i regionalnog proizvođača različitih tipova žičanih jezgri za madrace i namještaj.

LPT zapošljava preko 500 djelatnika od kojih 400 radi u proizvodnji žičanih jezgri, a 100 u strojogradnji. U 2018. godini se očekuje ukupni godišnji prihod od preko pola milijarde kuna, koji se ostvaruje kroz 95% prodaje na međunarodnim tržištima, prvenstveno Europe. Tokom godina LPT je primio nekoliko nagrada za najboljeg izvoznika. Nakon četvrte dogradnje postojeće tvornice za proizvodnju žičanih jezgri i izgradnje nove tvornice za proizvodnju žice, LPT će u 2018. godini imati 38.000m² proizvodno-skladišno-upravnih prostora, što će omogućiti novo zapošljavanje minimalno 60 radnika.

LPT je u 18 godina postojanja investirao u zemljište, zgradu, strojeve i opremu preko pola milijarde kuna.

Rast poduzeća temelji se na inovativnosti, diferencijaciji proizvoda i kontinuiranoj edukaciji zaposlenika. Takav pristup duboko je utkan u organizacijsku kulturu i strukturu poduzeća. Jak istraživačko razvojni tim u kojem se nalazi 15-ak visoko kvalificiranih i iskusnih stručnjaka iz područja strojarstva i elektrotehnike trenutno radi na više međunarodnih projekata u okviru osnovne djelatnosti poduzeća. Dugogodišnja kontinuirana i značajna ulaganja u istraživanje i razvoj nisu bila uzaludna, pa su danas LPT, njegovi zaposlenici i suradnici autori nekoliko patenata koji su zaštićeni u cijelom svijetu.

LPT kroz stipendije, obuku i različite tečajeve neprestano ulaže u vlastite kadrove i njihovu edukaciju, svjesno gradeći visoku profesionalnu kompetenciju zaposlenika za inovativno i operativno djelovanje, čime grade povjerenje svojih partnera i kupaca u visoku kvalitetu LPT proizvoda.

Od samog početka, tj. od 2000. godine vodstvo tvrtke čine Davor Gečić, predsjednik uprave, te Kristijan Babić, prokurist tvrtke.

Kako je sve počelo?

1997. godine tadašnja tvrtka HESPO d.o.o. iz Preloga kao dio projektnog zadatka vlastitog tima istraživanja i razvoja, odlučila se za projekt izrade CNC stroja za izradu džepičastih opruga sa mogućnošću korištenja 4 žice, čime je omogućena proizvodnja višezonskih anatomskih jezgri za madrace, kao nešto novo u svijetu madraca. Nakon uspješne realizacije projekta, stroj je i patentiran.

Na drugom kraju svijeta, Leggett & Platt, multinacionalna korporacija iz SAD, specijalizirana za proizvodnju jezgri za madrace, započela je sa snažnijim akvizicijama na globalnim tržištima. Američkoj kompaniji bila je vrlo zanimljiva HESPO-ova tehnologija proizvodnje žičanih jezgri sa mogućnošću zoniranja, odnosno korištenja raznih zona džepičastih opruga u istoj jezgri, kao nešto novo i inovativno u svijetu. Nakon prvog kontakta 1999. godine do kojeg je došlo posredovanjem kanadskog poduzetnika Milana Badovinca, hrvatskog iseljenika, čije poduzeće je Leggett kupilo. Tom Wells Paul Archer i Melanie Caddick ispred Leggetta, te Davor Gečić i lokalni tim ispred Hespo/Heplast grupe ključni su ljudi koji su vodili dubinsku analizu i dogovore oko kupnje izdvojenih proizvodnji iz Hespo/Heplast grupe.

Dubinska analiza poduzeća, kao i pregovori trajali su od studenog 1999. godine do studenog 2000. godine, kada počinje djelovati LPT. U tom trenutku u LPT d.o.o. prelazi 140 postojećih djelatnika Hespo/Heplast grupe, a poduzeće organizira svoje aktivnosti u iznajmljenom prostoru na lokaciji tvrtke HESPO d.o.o.

2006. godine, obzirom da proizvodnja raste, LPT se odlučuje za investiciju u vlastitu tvornicu u Prelogu - kupuje zemljište u Gospodarskoj zoni Sjever i počinje s gradnjom tvornice. Dvije godine poslije (2008. godine) LPT seli svoju proizvodnju na sadašnju lokaciju, Hrupine 4, Prelog, i od tada kontinuirano povećava svoje proizvodne kapacitete.

LPT ostvaruje kontinuirani rast ukupnog prihoda - 370 milijuna kuna u 2016. godini, 450 milijuna kuna u 2017. godini, a očekivani ukupni prihod u 2018. godini je preko pola milijarde kuna.

Još uvijek dominiraju tržišta „crvenog oceana“, uz jačanje internacionalizacije novih poduzeća

Paradoks relativno dobre tehnološke opremljenosti i nedostatka novih proizvoda ograničava mogućnost ulaska na tržišta s manje konkurencije, tj. na tržišta „plavog oceana“. Ako 72% novih i 81% „odraslih“ poduzeća imaju proizvode koji nikom nisu novi (Tablice 15 i 16), onda to neminovno dovodi do guranja hrvatskih poduzeća na tržištima „crvenog“ oceana na kojima mnogi nude iste proizvode (Tablice 17 i 18). To je već godinama vidljivo u obje kategorije poduzeća – novih i „odraslih“. Novim poduzećima trebalo je 10 godina da od odnosa 50 : 50 u 2002. godini (50% poduzeća na tržištu s mnogo ponuđača i 50 % poduzeća na tržištima na kojima isti proizvod nudi manje poduzeća ili nitko) postignu odnos od 40% : 60% u 2011. godini (Singer et al., 2012, str. 34). Međutim, u 2017. godini taj odnos se pogoršao i vratio na razinu iz 2002. godine.

Kod „odraslih“ poduzeća tendencija povećanja konkurentnosti proizvoda (% poduzeća na tržištu s mnogo ponuđača vs. % poduzeća na tržištima na kojima isti proizvod nudi manje poduzeća ili nitko) vidljiva je u razdoblju 2002.-2011. godine (od 78 : 22% u 2002. godini na 59 : 41% u 2011. godini) (Singer et al., 2012, str. 34). Taj proces nastavljen je u godinama 2012.-2014., kada je postignut odnos od 40 : 60% (Singer et al., 2016, str. 33), ali se u razdoblju 2015. – 2017. ponovo pogoršao na razinu 51 : 49%. Ipak, u ovoj kategoriji poduzeća postoje skokovite promjene u učešću poduzeća na tržištu na kojima je niska konkurencija – to je teško objasniti, jer broj poduzeća s proizvodima koji su novi svima pada (Tablica 16), te će biti važno pratiti promjene u narednim godinama.

Tablica 17 Intenzitet očekivane konkurencije – TEA poduzetnici* (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – nitko ne nudi
	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	Nitko ne nudi	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji nemaju konkurenciju	
2015.	50,2	42,5	7,3	8,3	24,3 Irska	8,3
2016.	44,5	47,5	8,0	9,5	19,3 Irska	8,8
2107.	51,1	40,6	8,3	9,6	18,1 Irska	7,2

* s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca (novi pothvati)

Tablica 18 Intenzitet očekivane konkurencije – „odrasli“ poduzetnici* (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – nitko ne nudi
	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	Nitko ne nudi	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji nemaju konkurenciju	
2015.	59,3	29,3	11,5	4,7	11,5 Hrvatska	5,5
2016.	59,5	35,6	4,9	4,4	12,3 Mađarska	5,7
2017.	50,9	31,3	17,9	5,6	17,9 Hrvatska	5,2

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Iako je Hrvatska „osuđena“ na izlazak na međunarodna tržišta (zbog malog domaćeg tržišta), rast obje kategorije poduzeća (novih i „odraslih“) bez kupaca izvan zemlje samo potvrđuje kako nedostatak proizvoda koji su novi kupcima zatvara vrata inozemnih tržišta i gura poduzeća na tržišta „crvenog“ oceana.

Internationalizacija hrvatskog gospodarstva je neophodnost, ali je uspješnost tog procesa ovisna o inoviranju proizvodnog portfolia i novih i „odraslih“ poduzeća (Tablica 19 i Tablica 20).

Tablica 19 Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – TEA poduzetnici* - %

Godina	Hrvatska				EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – zemlje s izvozom 76-100%
	Nema kupaca izvan zemlje	1-25%	26-75%	76-100%	76-100%	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji izvoze 76-100%	
2015.	9,9	52,5	23,7	13,9	7,4	17,0 Slovenija	3,7
2016.	16,5	45,0	24,2	14,3	9,1	19,6 Grčka	5,1
2017.	19,1	29,5	33,4	18,0	9,4	24,5 Slovenija	4,6

* s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca (novi pothvati)

Tablica 20 Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – „odrasli“ poduzetnici* - %

Godina	Hrvatska				EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – zemlje s izvozom 76-100%
	Nema kupaca izvan zemlje	1-25%	26-75%	76-100%	76-100%	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji izvoze 76-100%	
2015.	12,6	44,1	35,0	8,4	6,8	14,9 Luksemburg	3,7
2016.	14,4	48,8	22,4	14,5	7,0	14,5 Hrvatska	6,8
2017.	18,0	41,6	28,8	11,6	6,1	13,1 Luksemburg	3,9

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Promjene u razdoblju 2015.-2017. u strukturi internacionalizacije (internationalizacija – više od 25% kupaca izvan zemlje vs. niska internacionalizacija – bez kupaca izvan zemlje + manje od 25% kupaca izvan zemlje) upućuju na suprotna kretanja u kategoriji novih i „odraslih“ poduzeća:

- Nova poduzeća (TEA) su povećala svoju internacionalizaciju od 38% (internationalizacija) vs 62% (niska internacionalizacija) u 2015. godini na 51% (internationalizacija) vs 49% (niska internacionalizacija) u 2017. godini (Tablica 19).
- „Odrasla“ poduzeća uglavnom su zadržala svoju razinu internacionalizacije na odnosu od 40% (internationalizacija) vs. 60% (niska internacionalizacija) u 2017. godini uz rast poduzeća koja nemaju kupce izvan Hrvatske (Tablica 20).



Primjer 4 Od “crvenog” do “plavog” oceana znanjem i inovacijama

MONO

www.mono.hr

MONO d.o.o. je tvrtka za proizvodnju softvera iz Osijeka. Osnovana 2003. godine, tvrtka je na početku imala 4 zaposlenika, da bi do početka 2018. narasla na 59 stručnjaka.

Osnivači tvrtke su Jasmin Muharemović, Žarko Gajić i Denis Sušac. Radeći zajedno u prethodnoj tvrtki uočili su zasićenost tržišta poslovnim aplikacijama koje su tada u lokalnom okruženju radili svi (plivali su u “crvenom” oceanu, mnogo konkurenata s istim/sličnim proizvodima) kao i nemogućnost stručnog razvoja i napretka. A “plavi” ocean se pojavljivao kroz ogroman potencijal na tržištu web aplikacija. To je bilo vrijeme (2003. godina) kad je primjena Interneta u poslovne svrhe bila na početku, a neki od danas velikih segmenata (društvene mreže, mobilne aplikacije) praktično nisu niti postojali. Nakon nekoliko uspješno realiziranih projekata uvidjeli su da su predugo ostali u “crvenom” oceanu, ne tražeći nove prilike, izvan uhodanog portfolija proizvoda.

mono

Ulaz u "plavi" ocean zahtijevao je nove proizvode, a novi proizvodi su tražili i nova znanja.

Danas rade na projektima koji uključuju napredne tehnologije poput strojnog učenja i podatkovne znanosti. Više napora ulažu u razvoj vlastitih proizvoda i servisa, nego u uobičajeni outsourcing usluga razvoja softvera.

S takvom poslovnom strategijom MONO se profilirao kao poduzeće čiji razvoj se temelji na znanju. Rezultat su brojni novi proizvodi s kojima je MONO internacionalizirao svoje poslovanje. Paket softverskih alata eCTD Office koristi veliki broj farmaceutskih tvrtki svih veličina za upravljanje regulatornom dokumentacijom, prvenstveno u procesu registracije novih lijekova u humanoj i veterinarskoj medicini kod nacionalnih agencija. Protokoli i standardi za tu namjenu u farmaceutskoj industriji znaju biti vrlo složeni, pa ovi alati omogućavaju znatnu uštedu vremena i novca. Najveći broj korisnika ovog softverskog paketa MONO ima u EU, SAD, Švicarskoj, Kanadi, Australiji, Saudijskoj Arabiji, Tajlandu i Južnoafričkoj Republici.

MONO ima i druge proizvode, kaon a primjer za razvoj složenih softverskih aplikacija (Baasic), evidenciju i organizaciji radnog vremena (Clokke) i automatizaciju rada u poslovima zapošljavanja ("recruitment" industriji) (Peoplecamp).

Ideja za eCTD Office je nastala kao i neke poslije nje, suradnjom na manjim projektima na kojima u biti dokazujemo našu kvalitetu i mogućnosti. U visoko regulirane niše poput medicine, bankarstva, farmacije itd. nije lako ući - bolje reći to je nemoguće bez suradnje sa ekspertima iz tih područja, ljudima koji imaju velikog iskustva i mrežu kontakata. "Mi smo tako upoznali partnere iz Belgije koji su cijeli radni vijek u farmaciji, i u kontaktima s njima prepoznali smo potencijal za novo rješenje. Ovako ispričano zvuči jednostavno, no uključuje jako puno elemenata - od stvaranja početnog povjerenja, do našeg razumijevanja potreba industrije, do same tehničke implementacije, te prodaje i podrške - ako bilo što od ovoga ne štima, cijela priča pada u vodu."

Osim farmaceutske industrije, MONO najviše posluje s kterima u zdravstvenoj djelatnosti (nekoliko desetaka američkih bolnica koristi MONO softverske proizvode za naplatu potraživanja i organizaciju rada anesteziologa, u bankarstvu (veći broj banaka i kreditnih zadruga u SAD), u građevinskoj djelatnosti (upravljanje troškovima, plan i analiza, te nadzor u SAD i Australiji), prodaji nekretnina (SAD), itd. Na pitanje, a kod nas?, Denis odgovara: u Hrvatskoj, nakon nekoliko pokušaja ulaska s proizvodom za naplatu potraživanja i organizaciju rada anesteziologa, nismo više ni pokušavali ulaziti u medicinski sustav. Po našim iskustvima, on je potpuno zatvoren za manje tvrtke poput naše."

MONO svoj rast temelji na stalnom učenju i upornom radu, što omogućava rad na sve većim i ozbiljnijim projektima. "Kvaliteta softverskih proizvoda privlači nove kupce partnere i ona nam je donijela više posla nego svi ostali marketinški kanali zajedno" kaže Denis Sušac. MONO je razvio strukturiran program edukacije koji počinje i prije zapošljavanja i nastavlja se kroz radni vijek ljudi u tvrtki.

MONO je prepoznat i po tome što ulaže značajne napore u suradnju s obrazovnim institucijama, kao i po svom angažiranju na razvoju stručne zajednice u Osijeku i regiji, posebno kroz udругu "Osijek Software City" čiji su suosnivač i članovi Upravnog odbora. "Istinski vjerujemo da možemo postati ozbiljan regionalni IT centar, no u isto vrijeme smo svjesni koliko smo daleko od toga cilja".

"Najveći problemi i zapreke s kojima se susrećemo su vezani uz zakonsku regulativu i brzinu – bolje reći nepostojanje – reformi koje bi nas dovele u stanje da budemo konkurentniji na globalnom tržištu, primarno po pitanju porezne politike i cijene rada, te općenite prenormiranosti. Na lokalnoj razini imamo problema i sa baznom poslovnom infrastrukturom Deklarativnu podršku kao tvrtka i kao udругa "Osijek Software City" dobivamo od svih, no stvarni su pomaci vrlo mali i vrlo spori. Na primjer, niti uz maksimalno zalaganje nismo bili u stanju u 3 godine doći ni do faze kupovine zemljišta za gradnju IT parka, a zbog toga smo izgubili i moguća sredstva iz EU fondova. Najgore od svega je što se kao posljedica takvog odnosa ukorjenila atmosfera pesimizma i defetizma – jer „ovdje se ništa ne može“ i „treba što brže otići van“. Naše je da radom i rezultatima dokažemo da to nije istina, bez obzira koliko to izgledalo poput borbe s vjetrovačama", kaže Denis Sušac.

I to kaže suvlasnik firme koja je trostruki dobitnik nagrade Zlatna kuna Hrvatske gospodarske komore ŽK Osijek, kao najbolja mala tvrtka u regiji (2012, 2015, 2016), koja je 2013. bila uključena u Deloitte Technology Fast 50 in Central Europe 2013, prestižni program kojim se odaje priznanje najbrže rastućim tehnološkim tvrtkama iz centralne Europe prema postotku rasta u petogodišnjem periodu. Osim toga, MONO je hrvatski predstavnik u kategoriji organskog rasta za The European Business Awards 2014/2015.

Kada dođemo do toga da vlasnici takvih poduzeća kao što je MONO kažu kako su njihove inicijative i planovi realizirane uz stimulirajući poduzetnički ekosustav, jer na primjer poduzeća mogu koristiti voučere za suradnju s istraživačkim institucijama, ili da administrativne procedure u državnoj i javnoj upravi ne troše vrijeme i novce poduzetnicima u raskoraku s vrijednošću usluge koja se dobije ili da obrazovni sustav obrazuje ljude s kompetencijama koje su potrebne ovakvim firmama, onda zadnja Denisova rečenica neće biti potrebna.

A i zašto bi bila potrebna? Vrijeme je da prestanemo govoriti o dobrim primjerima usprkos ograničavajućem djelovanju poduzetničkog ekosustava, nego o dobrim primjerima uz stimulirajući poduzetnički ekosustav.

Očekivanja novog zapošljavanja – preoptimistična?

Uz kriterije tehnološke opremljenosti, inovativnosti proizvoda, izloženosti konkurenciji i internacionalizacije, GEM istraživanje definira poduzeće koje ima potencijal za intenzivni rast ako očekuje da će u razdoblju od pet godina povećati zaposlenost za najmanje 50%, s tim da to ujedno znači najmanje 10 zaposlenih na kraju tog razdoblja. Pod jako intenzivnim rastom podrazumijeva se zapošljavanje od 20 i više zaposlenika u razdoblju od 5 godina (ovi podaci su raspoloživi samo za nove (TEA) pothvate, ne i za „odrasla“ poduzeća) (Tablica 21 i Tablica 22).

Tablica 21 Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – TEA poduzetnici* - %

Godina	5+ novog zapošljavanja			10+ novog zapošljavanja, uz 50% povećanja početne zaposlenosti		
	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2015.	34,4	25,1	25,1	23,8	16,2	15,1
2016.	33,8	25,8	23,3	25,9	17,4	14,7
2017.	33,6	21,8	22,5	19,0	14,3	13,6

* s poslovnim pothvatima mlađim od 42 mjeseca (novi pothvati)

Očekivanje novog zapošljavanja je veće za kategoriju zapošljavanja 5+ u narednih pet godina nego za zapošljavanje 10+ zaposlenika, i u Hrvatskoj, i u EU i u zemljama čija gospodarstva se temelje na efikasnosti. Poduzetnici u Hrvatskoj su značajnije optimističniji u vezi zapošljavanja u usporedbi sa zemljama koje sudjeluju u GEM istraživanju i u Europskoj uniji i u grupi zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti. Teško je naći opravdanje za takav optimizam, posebno imajući u vidu lošiju pozicioniranost Hrvatske s obzirom na inovativnost proizvoda i veću izloženost konkurenciji zbog nedostatka inovativnijih proizvoda.

Optimizam Hrvatske za zapošljavanje u svim promatranim godinama pozicionira Hrvatsku na visoka mjesta (npr. u 2017. godini Hrvatska je na 6. mjestu od 18 EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju u procjeni novog zapošljavanja 10+ zaposlenika u narednih 5 godina). U 2017. godini, najveće očekivanje u kategoriji 5+ ima Hrvatska (sa 33,6% je na 1. mjestu od EU zemalja). Istovremeno, Hrvatska ima visoko učešće poduzetnika koji očekuju da će u narednih 5 godina zaposliti 1-5 zaposlenika (37,6% u 2017. godini, ali u ovoj kategoriji je prisutan trend pada: 42,2 % u 2015., 38,7% u 2016.).

Iako GEM istraživanje prati i kategoriju očekivanja o 20+ novog zapošljavanja u 5-godišnjem razdoblju, brojke pokazuju da je to teško ostvarivo, jer se ta očekivanja kreću na razini od oko 1% (u tome gotovo da ne postoje razlike između Hrvatske i usporednih grupa). Najniža očekivanja su bila u Bugarskoj, Grčkoj i Cipru (na razini od oko 0,1%), a najviša u Latviji, Irskoj i Estoniji (na razini od 2%) u razdoblju 2015.-2017.

„Odrasli“ poduzetnici značajnije su oprezniji u predviđanju novog zapošljavanja (Tablica 22).

Tablica 22 Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – „odrasli“ poduzetnici* - %

Godina	10+, uz 50% povećanja početne zaposlenosti		
	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2015.	9,3	4,3	5,8
2016.	6,5	4,0	5,8
2017.	11,0	4,0	5,3

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Izuzetan skok u očekivanju 10+ novih zaposlenika u narednih 5 godina, uz 50% povećanja početne zaposlenosti u kategoriji „odraslih“ poduzetnika u 2017. godini značajnije odskoče od očekivanja u usporednim grupacijama i po tome je Hrvatska na 1. mjestu u skupini EU zemalja. U 2015. godini na 1. mjestu bila je Rumunjska (12%),

a u 2016. godini Irska (9,5%). U tim zemljama je i nezaposlenost niska, na razini od oko 6% (Irska) i 4,6% (Rumunjska).²¹

Visoka razina nezaposlenosti u Hrvatskoj (oko 11 % u 2017. godini) u svakom slučaju zahtijeva optimizam, ali nadprosječni optimizam i među novim i „odraslim“ poduzetnicima nema potvrdu u drugim pokazateljima poduzetničke aktivnosti (nizak motivacijski indeks, niska konkurentnost).

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

GEM konceptualni okvir definira poduzetnički kapacitet zemlje kao ukupnost poduzetničke aktivnosti u fazi pokretanja poslovnog pothvata (rana ili nova poduzetnička aktivnost), u razvoju pothvata (starijeg od 42 mjeseca) i poduzetničke aktivnosti zaposlenika.²²

Poduzetnički aktivnim zaposlenicima definiraju se oni koji su razvili novi proizvod ili uslugu ili koji su pokrenuli novu poslovnu jedinicu za svog poslodavca. Postoji šira i uža definicija: šira je ona koja se odnosi na ove aktivnosti u zadnje tri godine, a uža definicija se odnosi na aktivnosti u zadnjih 12 mjeseci. Definicija poduzetničke aktivnosti zaposlenika isključuje inicijative zaposlenika koje su fokusirane na optimizacije internih radnih procesa (Tablica 23).

Tablica 23 Poduzetnička aktivnost zaposlenika -%

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2015.	9,7	7,0 12,0 UK	3/21	4,0	2/29
2016.	10,4	7,1 10,9 Austrija	3/22	4,5	3/32
2017.	9,2	7,0 12,8 Estonija	6/18	3,7	1/26

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

**rang Hrvatske od svih zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, uključenih u GEM istraživanje

U svim promatranim godinama Hrvatska ima iznadprosječnu poduzetničku aktivnost zaposlenika u odnosu na zemlje EU i zemlje čijoj razvojnoj fazi pripada (čak je iznad prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama: 8.2% u 2015. i 7,7% u 2016., 7,7% u 2017. godini). Hrvatska je po pokazatelju poduzetničke aktivnosti zaposlenika u 2017. godini na 6. mjestu od 18 EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju.

Od prvih šest zemalja u 2017. godini, Hrvatska je jedina zemlja čije gospodarstvo se temelji na efikasnosti. Rang zemalja s najvišom razinom poduzetničke aktivnosti zaposlenika u EU je:

1. Estonija 12,8%
2. Luksemburg 11,2%
3. Ujedinjeno kraljevstvo 11,0%
4. Slovenija 9,9%
5. Nizozemska 9,7%
6. Hrvatska 9,2%

²¹ <https://www.statista.com/statistics/268830/unemployment-rate-in-eu-countries/> 25.4.2018.

²² Podaci o poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika prikupljeni su od početka provođenja GEM istraživanja, ali se tek od 2011. godine prikupljene informacije o razini te aktivnosti prezentiraju kroz pokazatelj o poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika (Bosma, Wenckers i Amoros, 2012). Autori identificiraju poduzetničku aktivnost zaposlenika kroz dvije faze: fazu razvoja ideje (aktivno traženje informacija, brainstorming i podnošenje prijedloga za novu aktivnost upravi poduzeća) i fazu pripreme/implementacije nove aktivnosti (promoviranje ideje za novu aktivnost, priprema poslovnog plana, marketinga, traženje financijskih resursa i izgradnja tima).

Zemlja s najnižom stopom poduzetničke aktivnosti zaposlenika iz grupe EU zemalja je Bugarska (0,74% u 2017. godini, 1,33% u 2016. i 0,53 u 2015. godini).

Najrazvijenije zemlje (čija gospodarstva se temelje na inovacijama) u kojima se njeguje poslovna kultura sklona inovacijskom djelovanju imaju i najbolje rezultate u poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika (u 2017. godini to su Taiwan 12,9%, Estonija 12,8%, Kanada 11,9%, Izrael 11,8% i Australija 11,4%).

Stabilnost pokazatelja o visokoj razini poduzetničke aktivnosti zaposlenika u Hrvatskoj izuzetno je važna informacija, prvenstveno za poslodavce, jer se radi o skrivenoj komponenti poduzetničkog kapaciteta Hrvatske o kojoj se nedovoljno vodi računa. Upravo jaz između ulaganja u nove tehnologije i izostanak inoviranih proizvoda (Tablice 13, 14, 15 i 16) je područje u kojem bi poduzetno djelovanje zaposlenika (poboljšanje proizvodnih procesa, inoviranje proizvoda, organizacijskih rješenja) jačalo i konkurentnost poduzeća.

Primjer 5 Poduzetnička aktivnost zaposlenika

Silvija Canecki-Varžić, liječnica, istraživačica, zaposlenica – Klinički bolnički centar Osijek

Klinička ispitivanja – važna za koga?

Klinička istraživanja su kombinacija interesa brojnih aktera, kao što su farmaceutska industrija, bolnice, istraživački timovi, pacijenti i njihove obitelji, javno zdravstvo...Svaki od ovih aktera ima odgovornost doprinosti stvaranju institucionalnog kapaciteta za podržavanje takvih inicijativa.

Silvija Canecki-Varžić, dr.med. je specijalist internist, subspecijalist endokrinologije i dijabetologije u Kliničkom bolničkom centru Osijek na Klinici za unutarnje bolesti, Zavodu za endokrinologiju – od 2008., uz kraću pauzu, pročelnica je Zavoda. Profesionalni (liječnički i istraživački) interes je vrlo fokusiran na endokrinologiju-dijabetologiju još od početka liječničke karijere, a 2013. godine je obranila i doktorsku disertaciju pod nazivom «*Polimorfizam gena za citokine u osoba sa šećernom bolešću tipa 2*» (mentor prof. dr.sc. Jerko Barbić, dr.med.). U 2016. godine izabrana je u naslovno znanstveno-nastavno zvanje docenta u znanstvenoj grani interna medicina, u nastavnoj bazi KBC Osijek. Glavni je mentor za specijalizante opće interne medicine pri Klinici za unutarnje bolesti KBC Osijek te je također glavni mentor/komentor za užu specijalizaciju iz područja endokrinologije-dijabetologije pri istoj Klinici.

Unazad 20 godina u bolnicu je uspjela donijeti brojne kliničke studije - bila je su-istraživač, glavni istraživač, te u više navrata i nacionalni koordinator, te član globalnog ekspertnog foruma u više od 30 multicentričnih, multinacionalnih projekata, odnosno kliničkih ispitivanja novih lijekova u kliničkim fazama II b, III a i III b, te faze IV koje su rezultirale registracijom novih lijekova (exenatid, liraglutid, dulaglutid, semaglutid, saxagliptin, alogliptin, empagliflozin, inzulin degludec, inzulin degludec/aspart i drugi).

Za dobivanje kliničkih istraživanja potrebno je imati institucionalnu spremnost prihvaćanja takvih studija: profesionalnu reputaciju glavnog istraživača, kompetentan istraživački tim, organizacijski kapacitet i istraživačku infrastrukturu (prostor, opremu). Dobivanje kliničkih studija rezultat je oštre konkurencije i to na međunarodnoj razini, gdje je svaka komponenta institucionalne spremnosti važna. Na primjer, ako su administrativne procedure (odobrenja središnjeg etičkog povjerenstva i ministarstva zdravstva) u Srbiji jednostavnije i brže nego u Hrvatskoj, to može biti prevaga za dobivanje kliničkog istraživanja.

Od kliničkih studija korist imaju ne samo pacijenti koji su uključeni u istraživanje već i svi ostali pacijenti koji kasnije koriste nove lijekove, istraživači jer je to proces kontinuiranog usavršavanja, ali i javno zdravstvo kao cjelina, jer klinička istraživanja u cijelosti financiraju inovativne farmaceutske kompanije.

Takve kliničke studije moguće je izvoditi u KBC Osijek zahvaljujući istraživačkom timu dr. Canecki-Varžić, ali i timovima ostalih liječnika koji su uključeni u kliničke studije (oko 5% liječnika KBC Osijek). Ono što povezuje ovu grupu zaposlenika je osobna upornost, strast, prilagodljivost i odlučnost da se Osijeku provode takva istraživanja – to im omogućava da godinama uspijevaju funkcionirati i u uvjetima nedovoljne institucionalne spremnosti za takvu aktivnost (na primjer oskudnost istraživačke infrastrukture – prostor, oprema...), ali i izostanak poreznog stimuliranja takvih aktivnosti. Svojim aktivnostima Silvija i njezine kolege pokazuju kako se poduzetnički ponašati unutar velike hijerarhijski organizirane institucije kakva je bolnica.

Doc. dr. sc. Silvija Canecki-Varžić jedna je od inovativno aktivnih zaposlenica Kliničkog bolničkog centra Osijek koji godinama donose kliničke studije u svoju radnu sredinu i time doprinose međunarodnoj prepoznatljivosti Kliničke bolnice Osijek.

Sasvim je jasno da su takvi ljudi potrebni u svakoj organizaciji. Jedino je pitanje prepoznaju li i vrednuju li organizacije takve ljude...dok ne bude prekasno, pa ih izgube.

3 Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

**Poduzetnička demografija – pokazatelj uključenosti s obzirom na rodnost i dob
Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji**

Sektorska rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti po regijama oscilira, uz različite motive

Razvojni profili regija – „tvrđi“ pokazatelji

Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti i razvojni profili regija

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti daje uvid u uključenost, sektorsku fokusiranost i uravnoteženost regionalnog razvoja, te predstavlja svojevrsni indikator kvalitete života u zemlji. Zbog toga je važno da kapacitet poduzetničkog djelovanja bude ravnomjerno rasprostranjen u društvu, bez obzira na rodnost, dob, obrazovnu strukturu, gospodarski sektor ili regiju, tj. da se ostvari uključenost svih.

U GEM istraživanju poduzetnički kapacitet zemlje prati se kroz pokazatelje o ranoj poduzetničkoj aktivnosti do 3,5 godine starosti (TEA), o „odraslim“ poslovnim pothvatima (starijim od 3,5 godine) i kroz pokazatelje o poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika. Analiza rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti temelji se samo na pokazateljima o ranoj poduzetničkoj aktivnosti (TEA).

Poduzetnička demografija – pokazatelj uključenosti s obzirom na rodnost i dob

Hrvatska ne postiže značajnije promjene prema uravnoteženosti poduzetničkih aktivnosti s obzirom na kriterij rodnosti (Tablica 24). Veća uravnoteženost obično je prisutnija u zemljama koje imaju visoku nezaposlenost, što je vidljivo i unutar EU (Grčka i Bugarska u ovom razdoblju, Španjolska u 2014.), ali je vrlo često prisutna i u visoko razvijenim zemljama (npr. u Nizozemskoj).

Takvi obrasci prisutni su i na sub-nacionalnoj razini u Hrvatskoj što se vidi iz podataka da je razlika između angažiranosti muškaraca i žena u ranoj poduzetničkoj aktivnosti u najmanje razvijenim „regijama“ i najniža: u Slavoniji i Baranji (0,86; 1,34 i 1,53 u promatranim godinama) i u Lici i Banovini (1,06; 1,68 i 1,05 u promatranim godinama).

Tablica 24 Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodnosti, mjerena TEA indeksom

Godina	TEA muškarci %	TEA žene %	TEA Muškarci/TEA Žene		
			Hrvatska	EU	Najuravnoteženiji
2015.	9,7	5,7	1,7	1,9	1,3 Grčka
2016.	11,2	5,6	2	1,8	1,1 Bugarska
2017.	11,5	6,4	1,8	1,7	1,1 Nizozemska

U većini zemalja muškarci češće pokreću poslovni pothvat zbog uočene prilike, a žene zbog nužde. U Hrvatskoj je u 2017. godini od svih muškaraca koji su pokrenuli poslovni pothvat, 71% to učinilo zbog uočene prilike prema 49% svih žena. Od svih žena koje su pokrenule poslovni pothvat 50% žena je to učinilo zbog nužde, prema 26% svih muškaraca.

Rasprostranjenost rane poduzetničke aktivnosti po kriteriju dobi prilično je stabilna uz neznatne oscilacije, osim što se vidi povećanje TEA indeksa u dobnoj skupini 18-24 (Tablica 25). Oscilacije su prisutne u cijelom razdoblju od 2002. godine, od kada je Hrvatska uključena u GEM istraživanje, bez jasno izraženih trendova. Poduzetnički su najaktivnije dobne skupine 25-34 i 35-44, dok je značajnije manje poduzetnički aktivnih ljudi u starosnim skupinama 18-24 i 55-64. Za razliku od distribucije rane poduzetničke aktivnosti po dobnim skupinama u EU, u Hrvatskoj ima više mladih poduzetnički aktivnih u dobnoj skupini 18-24 i manje poduzetnički aktivnih u dobnoj skupini 55-64. Distribucija poduzetnički aktivnih prema dobi u Hrvatskoj sličnija je distribuciji rane poduzetničke aktivnosti u zemljama čija gospodarstva se temelje na efikasnosti.

Tablica 25 Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerena TEA indeksom – udjel u dobnoj skupini - %

Godina	Dobna skupina				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
2015	13,8	30,6	28,2	19,2	8,2
2016.	13,5	32,8	28,3	18,0	7,5
2017.	16,1	30,5	26,7	18,5	8,2
Usporedba Hrvatske:					
EU 2017	11,3	29,7	28,1	19,6	11,2
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2017	16,5	32,2	26,0	16,8	8,4

U razdoblju 2015.-2017. učešće mladih u dobi 18-34 u poduzetničkim aktivnostima je stabilno na razini od oko 46% i nešto je iznad prosjeka za EU zemlje obuhvaćene GEM istraživanjem i bliže prosjeku učešća te kategorije odraslih u ranoj poduzetničkoj aktivnosti u grupi zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (Tablica 26).

Tablica 26 Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom – udjel u dobnoj skupini - %

Godina	Mladi (dobne skupine 18-24 + 25-34)			
	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti
		Prosjek	Zemlja s dominantnim učešćem mladih	
2015.	44,4	41,1	52,7 Latvija	48,3
2016.	46,3	41,6	57,9 Estonija	49,2
2017.	46,6	41,0	55,3 Poljska	48,7

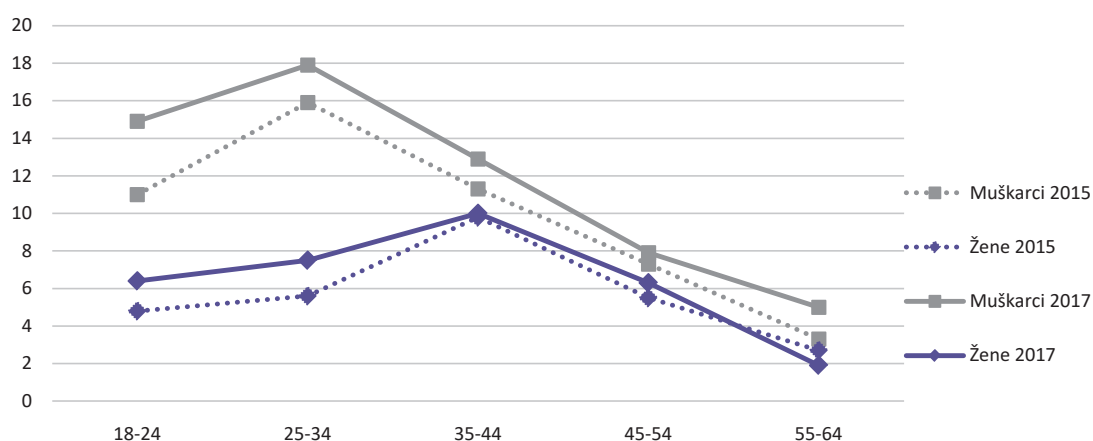
Dobna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti dopunjuje informaciju o razlikama u poduzetničkim aktivnostima muškaraca i žena (Tablica 27 i Slika 10).

Tablica 27 Rana poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, po dobnim skupinama i rodosti, 2015-2017.

Dobne granice	TEA Muškarci / TEA Žene		
	2015.	2016.	2017.
18-24	2,3	2,2	2,3
25-34	2,8	1,9	2,4
35-44	1,2	1,4	1,3
45-54	1,3	2,6	1,3
55-64	1,2	3,2	2,6
Prosjek	1,7	2,0	1,8

Slika 10 Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2015.	11,0	15,9	11,3	7,3	3,3
Žene 2015.	4,8	5,6	9,8	5,5	2,7
Muškarci 2016.	11,7	16,9	13,5	9,5	4,5
Žene 2016.	5,4	8,7	9,5	3,6	1,4
Muškarci 2017.	14,9	17,9	12,9	7,9	5,0
Žene 2017.	6,4	7,5	10,0	6,3	1,9



Poduzetnički su najaktivniji muškarci u dobnoj skupini 25-34, a žene u dobnoj skupini 35-44. Najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti po kriteriju rodosti je u dobi 18-24 i 25-34, što proizlazi iz majčinstva, ali i raspoloživosti uvjeta koji omogućavaju ravnopravnije uloge u organizaciji obiteljskog života (jaslice, vrtići, obroci u školama i na radnom mjestu, rodiljni dopust očeva, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji...). U kasnijim dobnim skupinama razlike u poduzetničkoj aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti se smanjuju (osim što u 2016. i 2017. godini taj jaz se otvara u najstarijoj dobnoj skupini).

Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji

Obrazovaniji ljudi su i poduzetnički aktivniji ne samo u Hrvatskoj nego i u grupama zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje (EU zemlje, gospodarstva temeljena na efikasnosti) što potvrđuju GEM istraživanja godinama (Tablica 28).

Tablica 28 Rana poduzetnička aktivnost (TEA indeks) po obrazovnim razinama - %

Godina	Manje od srednje škole	Srednja škola	Obrazovanje nakon srednje škole	Postdiplomsko obrazovanje
2015.	0,8	9,1	9,8	10,7
2016.	1,5	8,8	12,6	9,7
2017.	8,4*	8,6	10,8	12,3
EU, 2017	5,7	7,0	10,6	12,5
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2017.	12,2	14,5	17,8	21,4
Gospodarstva temeljena na inovativnosti, 2017.	6,4	7,2	10,9	13,6

*veliki skok u broju novih poduzetničkih pothvata u ovoj kategoriji će svoju provjeru dobiti tek u istraživanju za 2018. godinu

Distribucija rane poduzetničke aktivnosti mjerene TEA indeksom s obzirom na obrazovnu razinu u Hrvatskoj slična je prosjeku EU zemalja uključenih u GEM istraživanje. Istovremeno, podaci o poduzetničkoj aktivnosti i obrazovnoj razini za Hrvatsku pokazuju značajno veću sličnost u svim kategorijama s distribucijom koja je karakteristična za gospodarstva temeljena na inovativnosti, a ne efikasnosti.

Sektorska rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti

Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti po djelatnostima / sektorima ukazuje na razinu specijalizacije ali i razlike u privlačnosti za poduzetničko djelovanje u pojedinom sektoru. U GEM istraživanju prati se rana poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) u 11 različitih djelatnosti koje se mogu grupirati u sljedeća četiri sektora: ekstraktivni, prerađivački, poslovne usluge orijentirane poduzećima i poslovne usluge orijentirane krajnjim potrošačima²³ (Tablica 29).

Tablica 29 Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom, udjel u sektorima - %

Godina	Ekstraktivna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orijentirane	
			poduzećima (B2B)	potrošačima (B2C)
2015.	16,8	23,6	25,5	36,1
2016.	16,3	28,5	20,9	34,3
2017.	20,6	25,6	22,4	31,4
EU, 2017.	6,6	22,9	27,6	42,9
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2017.	5,5	22,7	11,4	60,4
Gospodarstva temeljenim na inovacijama, 2017.	4,1	19,6	28,7	47,5

Sektorska distribucija novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju 2015.-2017. godine rast u ekstraktivnoj industriji i pad poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih poduzećima i potrošačima. Uspoređujući Hrvatsku s prosjekom poduzetničkih aktivnosti u tim sektorima u EU, Hrvatska ima manje novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima i značajnije više u sektoru ekstraktivne industrije.

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti po regijama oscilira, uz različite motive

Za potrebe GEM istraživanja, županije i Grad Zagreb grupirani su u šest regija, po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske:

- Zagreb i okolica
- Slavonija i Baranja
- Sjeverna Hrvatska
- Lika i Banovina
- Istra, Primorje i Gorski Kotar
- Dalmacija

²³ Ekstraktivna industrija: poljoprivreda, šumarstvo, ribarstvo; Prerađivačka industrija: građevinarstvo, prehrambena industrija, transport, komunikacije, komunalne usluge, veleprodaja; Usluge orijentirane poduzećima (B2B): financijske usluge, nekretnine, sve poslovne usluge; Usluge orijentirane poduzećima (B2C): maloprodaja, motorna vozila, hotelski smještaj, ugostiteljstvo, zdravstvene usluge, obrazovanje, socijalne usluge, rekreativne djelatnosti.

Poduzetnička aktivnost po regijama mjerena TEA indeksom nastavlja oscilirati i u razdoblju 2015.-2017. Rast poduzetničke aktivnosti pokazuje samo Sjeverna Hrvatska (Tablica 30).

Tablica 30 Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, %

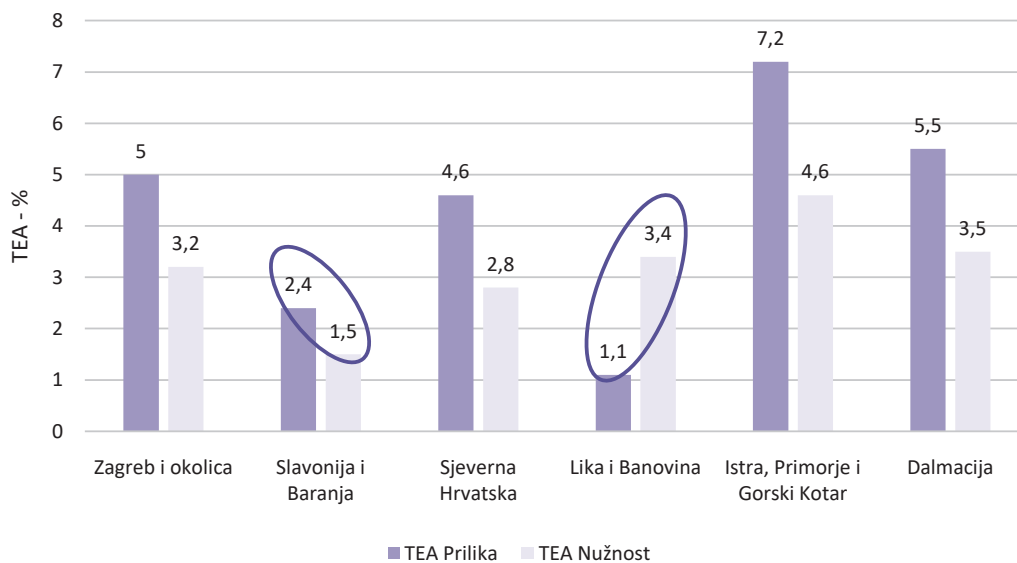
Godina	Zagreb okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	8,2	3,9	7,7	4,4	11,8	9,0	7,7
2016.	11,4	5,7	8,1	7,5	7,5	7,7	8,4
2017.	9,9	5,1	8,8	6,7	9,8	11,2	8,9

Uključivanjem razloga za ulazak u poduzetničku aktivnost (uočena prilika ili nužnost) (Tablica 31, Slika 11 i Slika 12). slika o rasprostranjenosti poduzetničke aktivnosti dobiva dvije dodatne informacije. Rast poduzetničke aktivnosti (mjereno TEA indeksom) u Sjevernoj Hrvatskoj praćen je rastom pokretanja poslovnog pothvata zbog nužde. Pad poduzetničke aktivnosti iz nužde vidljiv je u „regijama“ Zagreb i okolica, te Istra, Primorje i Gorski Kotar.

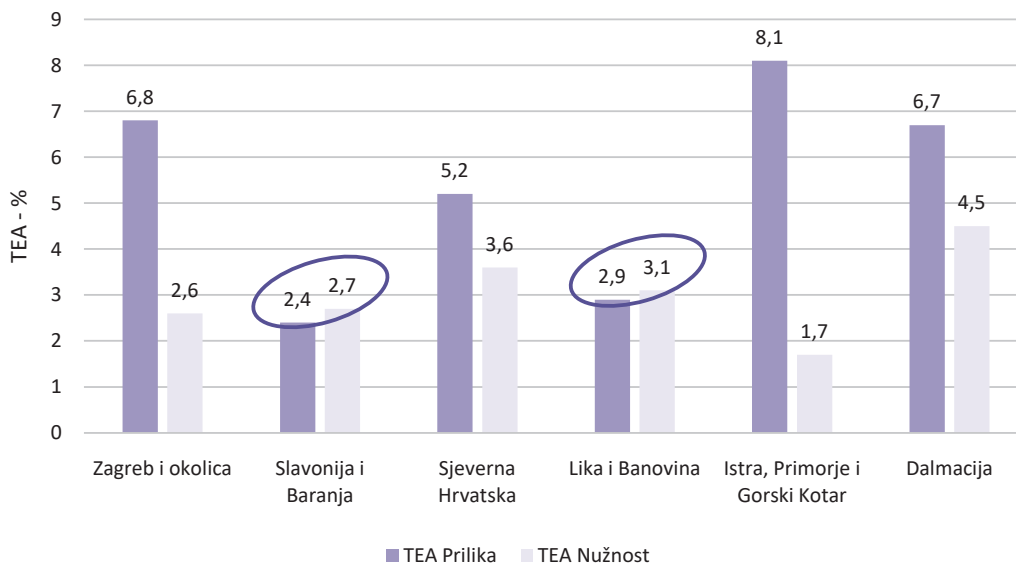
Tablica 31 Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, %

Regija	2015.		2016.		2017.	
	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost
Zagreb i okolica	5,0	3,2	8,2	2,5	6,8	2,6
Slavonija i Baranja	2,4	1,5	3,6	2,0	2,4	2,7
Sjeverna Hrvatska	4,6	2,8	4,9	3,2	5,2	3,6
Lika i Banovina	1,1	3,4	3,1	4,4	2,9	3,1
Istra, Primorje i Gorski Kotar	7,2	4,6	6,5	1,0	8,1	1,7
Dalmacija	5,5	3,5	4,6	2,8	6,7	4,5
Hrvatska	4,6	3,1	5,6	2,6	5,6	3,1

Slika 11 Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2015.



Slika 12 Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2017.



Motivacijski indeks izražen omjerom ranih poduzetničkih pothvata pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti integrira dinamičnost promjena u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o motivaciji. Vrijednost motivacijskog indeksa ispod nule govori o pretežnosti poduzetničkih aktivnosti iz nužde a ne zbog uočene prilike. Lika i Banovina u sve tri godine ima vrijednost motivacijskog indeksa ispod nule, a Slavonija i Baranja u 2017. godini, uz vrlo niske omjere u prethodnim godinama. Vrlo niske omjere imaju i Dalmacija i Sjeverna Hrvatska. Najbolje omjere imaju Istra, Primorje i Gorski Kotar, te Zagreb i okolina, iako je i u ovim „regijama“ u 2017. godini evidentno pogoršanje motivacijskog indeksa (Tablica 32).

Tablica 32 Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – motivacijski indeks (TEA Prilika/TEA Nužnost)

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	1,6	1,6	1,7	0,3	1,6	1,6	1,5
2016.	3,3	1,8	1,5	0,7	6,5	1,6	2,2
2017.	2,6	0,9	1,4	0,9	4,8	1,5	1,8

Odluku o pokretanju poslovnog pothvata oblikuju sposobnost prepoznavanja prilika, prisutnost namjere, ali i strah od promašaja. Pozitivna percepcija o prilikama najniža je u cijelom promatranom razdoblju u „regijama“ Slavonije i Baranje, te Lika i Banovina, a najviša u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru i u Dalmaciji (Tablica 33).

Tablica 33 Regionalna dimenzija pozitivne percepcije o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata u svojoj okolini - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	25,4	12,6	22,0	20,3	25,8	26,2	22,3
2016.	31,7	14,1	21,7	11,4	31,9	28,1	24,6
2017.	34,2	20,9	27,6	24,8	45,8	45,3	33,6

Sličan obrazac prisutan je i u regionalnoj distribuciji namjera za pokretanje poslovnog pothvata (Tablica 34): najmanje je ljudi s namjerom pokretanja poslovnog pothvata u Slavoniji i Baranji, te u Lici i Banovini, a najviše u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru, te u Dalmaciji.

Tablica 34 Regionalna dimenzija namjera za pokretanje poslovnog pothvata - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	22,4	16,2	15,9	18,1	24,6	26,5	20,9
2016.	26,4	20,0	20,6	16,2	23,7	22,2	22,3
2017.	22,8	17,9	21,7	19,1	28,4	26,1	22,8

Najveće varijacije između „regionalnih“ vrijednosti su kod prepoznavanja poslovnih prilika (20,9% Slavonija i Baranja vs. 45,8% Istra, Primorje i Gorski Kotar, u 2017. godini), nešto manje kod namjera (17,9% Slavonija i Baranja vs. 28,4% Istra, Primorje i Gorski Kotar, u 2017. godini), a regije se najmanje razlikuju po percepciji straha od promašaja (Tablica 35).

Tablica 35 Regionalna dimenzija straha od promašaja - %

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2015.	45,8	47,6	45,5	40,9	47,5	40,2	44,7
2016.	45,9	47,9	45,1	48,1	46,7	44,0	46,0
2017.	33,7	39,2	40,7	38,9	35,0	37,6	37,1

U 2017. godini strah od promašaja je značajnije niži u svim „regijama“ u usporedbi s prethodnim godinama, što bi moglo značiti povećano povjerenje u poduzetnički ekosustav, ali to trebaju potvrditi rezultati istraživanja u narednim godinama.

Regionalne razlike u ove tri komponente o kojima ovisi ostvarivanje poduzetničke aktivnosti (Tablice 33, 34 i 35) upućuju na zaključak o potrebi regionalno profilirane podrške (posebno se to odnosi na usluge potpornih institucija, kao što su savjetovanja, edukativni programi, mentorski programi...).

Razvojni profili regija - „tvrđi“ pokazatelji

Hrvatsku obilježavaju dugotrajne razvojne razlike, što potvrđuju razni pokazatelji, kao što je bruto domaći proizvod po stanovniku, razina (ne)zaposlenosti, razina konkurentnosti, koncentracija poduzeća i sl. Od 2010. godine razvijenost na razini lokalnih jedinica prati se i indeksom razvijenosti²⁴ koji grupira jedinice područne (regionalne) samouprave u četiri kategorije, ovisno o otklonu od standardiziranog prosjeka za Hrvatsku:

- ispod 75% razvijenosti (I. kategorija)
- 75 – 100% (II. kategorija)
- 100-125% (III. kategorija)
- 125% i više (IV. kategorija)

Budući da se ovom publikacijom prikazuju rezultati GEM istraživanja za 2017. godinu, korišten je indeks razvijenosti važeći za razdoblje 2014.-2017.

Radi dobivanja boljeg uvida u povezanost poduzetničke aktivnosti i pokazatelja razvijenosti za svaku regiju izrađena je osobna karta izabranih „tvrđih“ pokazatelja razvijenosti, koji su korišteni iz javnih izvora (uz svaki izvor je navedena i godina za koju postoje zadnji podaci). Pri tome je uočen problem raspoloživosti pokazatelja razvijenosti na sub-nacionalnoj razini - na primjer, podatak o kontingentu zaposlenih je raspoloživ ali ne i podatak o stopi zaposlenosti koji je značajnije informativniji.

Osobna karta izabranih „tvrđih“ pokazatelja razvijenosti za regiju sadrži podatke o:

- fizičkim pokazateljima (površina, stanovništvo, vitalni indeks).
- ljudskom kapitalu (obrazovanost).
- razvijenosti (bruto domaći proizvod, konkurentnost, nezaposlenost, rizik od siromaštva)
- poslovnoj demografiji i poslovnoj uspješnosti.

Izvori za ove „tvrde“ pokazatelje razvijenosti regija su:

- Bruto domaći proizvod po stanovniku, 2015. godina
BRUTO DOMAĆI PROIZVOD PO STANOVNIKU ZA REPUBLIKU HRVATSKU I PREMA NKPJS-u 2012. - 2. RAZINA I ŽUPANIJE, tablica 12.1.2.2.
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Bruto%20domaci%20proizvod.xls
- Broj stanovnika, 2016. godina
Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017, Državni zavod za statistiku, Zagreb, prosinac, 2017.,
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf
- Vitalni indeks (živorođeni na 100 umrlih), 2016. godina – Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017, Državni zavod za statistiku, Zagreb, prosinac, 2017.,
https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf
- Obrazovanost, 2011. godine
Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, Državni zavod za statistiku
Državni zavod za statistiku, Statističko izvješće br 1582, 2016., obrada: Hrvatska gospodarska komora, Županijska komora Osijek
- Nezaposlenost, 2017. godina
Hrvatski zavod za zapošljavanje i Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje (mjesečni podaci), podaci dobiveni od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Regionalni ured Osijek, 17.1.2018.

²⁴ Do sada su provedena tri izračuna indeksa razvijenosti 2010. godine (kategorizacija korištena u razdoblju 2010.-2013.), 2013. godine (kategorizacija korištena u razdoblju 2014.-2017.) i 2017. (za razdoblje 2018.-2020.). Indeks razvijenosti se utvrđuje kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti odabranih pokazatelja u određenom vremenskom razdoblju (uz do sada korištene pokazatelje o stopi nezaposlenosti, dohotku po stanovniku, proračunskom prihodu jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave po stanovniku, općeg kretanja stanovništva i stope obrazovanosti, u izračun koji se primjenjuje od 1.1.2018. godine uključen je i pokazatelj o stopi starenja).

- Stopa rizika od siromaštva, 2011. godine

Stopa rizika od siromaštva je postotak osoba koje imaju raspoloživi dohodak ili potrošnju niži od praga rizika od siromaštva. Prag rizika od siromaštva postavljen je na 60% medijana raspoloživog dohotka ili potrošnje svih kućanstava. Prema dohodovnoj metodi, Državni zavod za statistiku mjeri siromaštvo Anketom o dohotku stanovništva (EU-SILC), koja se svake godine provodi u svim zemljama članicama EU. Prema potrošnoj metodi, siromaštvo mjerimo Anketom o potrošnji kućanstva (APK), koja se provodi svakih nekoliko godina. Anketa o dohotku stanovništva pouzdana je na razini statističkih regija (NUTS 2), a Anketa o potrošnji kućanstva samo na nacionalnoj razini. Anketna istraživanja (zbog malog uzorka) nisu reprezentativna na nižim teritorijalnim razinama, zbog čega podaci o siromaštvu nisu dostupni na tim razinama.

Državni zavod za statistiku proveo je 2016. godine, u suradnji sa Svjetskom bankom istraživanje pod nazivom "Mapiranje i procjena geografske raspodjele rizika od siromaštva i socijalne isključenosti za mala područja Republike Hrvatske". Rezultati istraživanja korištenjem podataka o raspoloživom dohotku i potrošnji prikazani su u dva odvojena izvješća na

<https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelj%20siromastva/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelj%20siromastva.htm>

Zbog činjenice da Europska unija radi godišnje procjene rizika od siromaštva korištenjem dohodovnog pristupa, u ovoj publikaciji korišteni su pokazatelji o stopi siromaštva izračunati tim pristupom https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelj%20siromastva/Metodologija_SILC_WB.pdf

- Zaposlenost, 2015. godina

Podatak o stopi zaposlenosti na sub-nacionalnoj razini nije raspoloživ zbog toga što podaci o radno sposobnom stanovništvu (osobe starije od navršениh 15 godina) postoje samo iz popisa stanovništva (tj. iz 2011. godine) i nisu aktualizirani u godišnjoj dinamici.²⁵ Zbog toga se broj zaposlenih prikazuje samo u tablici o uspješnosti poslovanja, na temelju podataka iz FINA-e.

- Indeks razvijenosti, 2013. godine

Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj razini 2013, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 27.12.2013.

<https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/indeks%20razvijenosti/Dosada%C5%A1nji/2013//Vrijednosti%20indeksa%20razvijenosti%20na%20%C5%BEupanijskoj%20razini%202013..pdf>

- Konkurentnost, 2013. godine

Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2013., Zagreb, 2014. www.konkurentnost.hr

- Broj i struktura poslovnih subjekata po županijama, stanje 30.lipnja 2017.

Priopćenje broj 11.1.2/1 od 10. kolovoza 2017., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/11-01-02_01_2017.htm

- Uspješnost poslovanja, stanje 31.12.2015., izračunato iz FINA baze podataka za 2015. godinu, u okviru projekta Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća, u kojem je FINA partnerska organizacija. Projekt je financiran od Hrvatske zaklade za znanost u razdoblju 2014.-2018. <http://www.efos.unios.hr/development-and-application-of-growth-potential-prediction-models/> ili <http://www.potentio.eu/>

²⁵ Stopa zaposlenosti je postotni udio zaposlenih u radno sposobnom stanovništvu, a radno sposobno stanovništvo čine osobe starije od navršениh 15 godina (definicije Državnog zavoda za statistiku).

Zagreb i okolica



	Površina (km ²)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km ² 2016.	Vitalni indeks 2016.
Grad Zagreb	641	802 338	1 251,70	95,2
Zagrebačka	3 060	314 549	102,79	80,6
Ukupno	3 701	1 116 887	301,78	87,9
Rang*			1	1

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti %	BDP po u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Grad Zagreb	186,44	18 579	1	2	3
Zagrebačka županija	124,23	8 265	7	4	5
Prosjek	155,34	13 422			
Rang*	1	1			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Grad Zagreb	802 338	0,3	28,98
Zagrebačka županija	314 549	0,8	12,45
Ukupno/Prosjek	1 116 887	0,55	20,72
Rang*		5	1

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost, prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva 2011.
Grad Zagreb	5,5	9,8
Zagrebačka županija	10,7	16,7
Ukupno/Prosjek	8,1	13,3
Rang*	5	5

*rang temeljen na ukupnim / prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Grad Zagreb	83 527	105,73	49 405	62,54	14 626	18,51
Zagrebačka županija	16 264	51,21	9 753	30,71	4 589	14,45
Ukupno/Prosjek	99 791	90,09	59 158	53,41	19 215	17,35
Rang*		1		1		3

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Grad Zagreb	327 970 434	929 353	13,9	9 218 062	2,8	352 902
Zagrebačka županija	43 972 609	865 092	15,9	1 230 415	2,8	50 830
Ukupno/Prosjek	371 943 043	921 262	14,1	10 448 478	2,8	403 732
Rang*		1	6		3	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Slavonija i Baranja



	Površina (km2)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km2 2016.	Vitalni indeks 2016.
Požeško-slavonska	1 823	71 920	39,45	62,5
Brodsko-posavska	2 030	148 373	73,09	64,1
Osječko-baranjska	4 155	290 412	69,89	62,9
Vukovarsko-srijemska	2 454	165 799	67,56	62,2
Ukupno/Prosjeck	10 462	676 504	64,66	62,9
Rang*			5	5

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Požeško-slavonska županija	33,81	6 061	21	20	21
Brodsko-posavska županija	18,43	5 962	16	14	14
Osječko-baranjska županija	46,07	8 413	11	13	09
Vukovarsko-srijemska županija	18,73	6 235	20	21	18
Prosjeck	29,26	6 668			
Rang*	6	6			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Požeško-slavonska županija	71 920	1,6	10,01
Brodsko-posavska županija	148 373	1,2	9,47
Osječko-baranjska županija	290 412	1	12,73
Vukovarsko-srijemska županija	165 799	1,6	9,45
Ukupno/Prosjeak	676 504	1,35	10,42
Rang*		2	5

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost, prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva 2011.
Požeško-slavonska županija	16,2	26,5
Brodsko-posavska županija	18,8	35,9
Osječko-baranjska županija	21,7	28,0
Vukovarsko-srijemska županija	22,5	31,9
Ukupno/Prosjeak	19,8	30,6
Rang*	1	1

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Požeško-slavonska županija	2 363	30,28	1 367	17,52	1 011	12,96
Brodsko-posavska županija	5 160	32,54	2 839	17,90	1 906	12,02
Osječko-baranjska županija	13 461	44,13	7 501	24,59	3 723	12,21
Vukovarsko-srijemska županija	5 748	32,02	3 108	17,31	2 158	12,02
Ukupno/Prosjeak	26 732	37,07	14 815	20,54	8 798	12,20
Rang*		6		5		6

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Požeško-slavonska županija	3 471 676	436 909	21,1	-339 732	-9,8	7 946
Brodsko-posavska županija	7 939 583	526 114	30,1	42 426	0,5	15 091
Osječko-baranjska županija	24 297 545	637 563	19,0	152 077	0,6	38 110
Vukovarskosrijemska županija	13 869 416	784 736	17,5	412 351	2,9	17 674
Ukupno/Prosjek	49 578 220	628 998	20,5	267 123	0,5	78 821
Rang*		2	4		6	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Sjeverna Hrvatska



	Površina (km ²)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km ² 2016.	Vitalni indeks 2016.
Krapinsko-zagorska	1 229	127 748	103,94	57,3
Varaždinska	1 262	170 563	135,15	68,8
Koprivničko-križevačka	1 748	110 976	63,49	60,8
Bjelovarsko-bilogorska	2 640	111 867	42,37	57,8
Virovitičko-podravska	2 024	79 111	39,09	61,9
Međimurska	729	112 089	153,76	101,2
Ukupno/Prosjeak	9 632	712 354	73,96	68
Rang*			3	3

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Krapinsko-zagorska županija	73,24	6 887	12	12	12
Varaždinska županija	86,34	8 871	2	1	2
Koprivničko-križevačka županija	59,19	8 791	8	5	7
Bjelovarsko-bilogorska županija	23,29	7 342	15	15	16
Virovitičko-podravska županija	5,56	5 852	18	17	17
Međimurska županija	69,65	9 029	4	6	4
Prosjeak	52,88	7 795			
Rang*	5	5			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Krapinsko-zagorska županija	111 867	0,8	9,17
Varaždinska županija	110 976	0,5	11,92
Koprivničko-križevačka županija	127 748	0,8	10,69
Bjelovarsko-bilogorska županija	112 089	1,3	9,30
Virovitičko-podravska županija	170 563	1,2	8,24
Međimurska županija	79 111	0,6	10,00
Ukupno/Prosjek	712 354	0,87	9,89
Rang*		4	6

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost, prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva 2011.
Krapinsko-zagorska županija	9,2	18,8
Varaždinska županija	6,2	17,1
Koprivničko-križevačka županija	9,6	20,3
Bjelovarsko-bilogorska županija	19,7	20,0
Virovitičko-podravska županija	24,8	33,4
Međimurska županija	8,1	20,8
Ukupno/Prosjek	12,93	21,7
Rang*	4	3

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Krapinsko-zagorska županija	4 747	39,64	2 869	23,96	2 220	18,54
Varaždinska županija	7 968	68,94	4 809	41,61	2 530	21,89
Koprivničko-križevačka županija	4 782	35,98	2 755	20,73	1 348	10,14
Bjelovarsko-bilogorska županija	5 090	44,73	2 859	25,12	1 274	11,19
Virovitičko-podravska županija	2 951	16,77	1 575	8,95	972	5,52
Međimurska županija	6 511	76,75	3 898	45,95	1 222	14,40
Ukupno/Prosjek	32 049	43,14	18 765	25,26	9 566	12,88
Rang*		4		4		5

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Krapinsko-zagorska županija	10 127 167	535 687	32,6	391 255	3,9	18 905
Varaždinska županija	22 638 400	571 100	35,4	223 087	1,0	39 640
Koprivničko-križevačka županija	9 572 452	605 698	22,1	514 698	5,4	15 804
Bjelovarsko-bilogorska županija	7 224 194	505 153	12,1	127 468	1,8	14 301
Virovitičko-podravska županija	3 470 077	509 631	22,0	12 471	0,3	6 809
Međimurska županija	12 074 344	474 658	33,1	343 854	2,8	25 438
Ukupno/Prosjek	65 106 634	538 530	29,3	1 612 833	2,5	120 897
Rang*		4	1		4	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Lika i Banovina



	Površina (km ²)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km ² 2016.	Vitalni indeks 2016.
Sisačko-moslavačka	4 468	157 204	35,18	56,7
Karlovačka	3 626	120 321	33,18	55,1
Ličko-senjska	5 353	46 888	8,76	44,1
Ukupno/Prosjeak	13 447	324 413	24,13	52
Rang*			6	6

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Sisačko-moslavačka županija	38,70	7 724	19	19	19
Karlovačka županija	56,34	8 007	13	11	13
Ličko-senjska županija	64,82	8 155	17	18	20
Prosjeak	53,29	7 962			
Rang*	4	4			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Sisačko-moslavačka županija	120 321	1,5	10,48
Karlovačka županija	46 888	1,4	12,85
Ličko-senjska županija	157 204	1,2	10,47
Ukupno/Prosjek	324 413	1,37	11,27
Rang*		1	4

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost Prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva 2011.
Sisačko-moslavačka županija	26,0	23,7
Karlovačka županija	14,6	23,2
Ličko-senjska županija	15,2	19,8
Ukupno/Prosjek	18,6	22,2
Rang*	2	2

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Sisačko-moslavačka županija	5.865	45,50	3.006	23,32	1.865	14,47
Karlovačka županija	5.281	103,70	2.959	58,10	1.776	34,87
Ličko-senjska županija	2.148	12,46	1.233	7,15	961	5,57
Ukupno/Prosjek	13.294	37,74	7.198	20,43	4.602	13,06
Rang*		5		6		4

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Sisačko-moslavačka županija	9 297 707	566 519	38,0	20 291	0,2	16 412
Karlovačka županija	8 356 401	346 107	22,1	653 365	7,8	24 144
Ličko-senjska županija	1 856 096	452 817	15,3	42 340	2,3	4 099
Ukupno/Prosjek	19 510 204	436 910	29,0	715 997	3,67	44 655
Rang*		6	2		2	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Istra, Primorje i Gorski kotar



	Površina (km2)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km ² 2016.	Vitalni indeks 2016.
Primorsko-goranska	3 588	289 479	80,68	63,3
Istarska	2 813	208 105	73,98	70,9
Ukupno/Prosjeak	6 401	497 584	77,74	67,1
Rang*			2	4

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Primorsko-goranska županija	139,21	12 770	5	8	6
Istarska županija	156,80	13 225	3	9	1
Prosjeak	148,01	12 998			
Rang*	2	2			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Primorsko-goranska županija	289 479	0,3	20,07
Istarska županija	208 105	0,3	16,57
Ukupno/Prosjeak	497 584	0,3	18,32
Rang*		6	1

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost, prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva, 2011.
Primorsko-goranska županija	8,0	11,9
Istarska županija	4,6	11,9
Ukupno/Prosijek	6,3	11,9
Rang*	6	6

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Primorsko-goranska županija	22 159	106,51	12 932	62,16	9 223	44,33
Istarska županija	19 971	67,43	11 958	40,37	7 020	23,70
Ukupno/Prosijek	42 130	83,55	24 890	49,36	16 243	32,21
Rang*		2		2		1

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Primorsko-goranska	34 760 031	586 182	21,8	729 925	2,1	59 299
Istarska	30 737 993	593 214	27,7	2 378 528	7,7	51 816
Ukupno/Prosijek	65 498 025	589 461	24,6	3 108 454	4,7	111 115
Rang*		3	3		1	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Dalmacija



	Površina (km ²)	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Broj stanovnika po km ² 2016.	Vitalni indeks 2016.
Zadarska	3 646	169 581	46,51	80,6
Šibensko-kninska	2 984	103 021	34,52	52,4
Splitsko-dalmatinska	4 540	452 035	99,57	84,0
Dubrovačko-neretvanska	1 781	121 970	68,48	93,5
Ukupno/Prosjeak	12 951	846 607	65,37	77,6
Rang*			4	2

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Razvijenost i konkurentnost

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
	2013.	2015.	2013.	2013.	2013.
Zadarska županija	106,39	8 604	6	3	8
Šibensko-kninska županija	80,93	8 291	14	16	15
Splitsko-dalmatinska županija	93,75	8 186	9	7	11
Dubrovačko-neretvanska županija	120,84	10 717	10	10	10
Prosjeak	100,48	8 950			
Rang*	3	3			

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Ljudski kapital

	Broj stanovnika (sredina 2016., procjena)	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.	Udio (%) visoko obrazovanih u stanovništvu starijem od 15 godina 2011.
Zadarska županija	121 970	1,5	14,79
Šibensko-kninska županija	452 035	2,0	13,21
Splitsko-dalmatinska županija	103 021	0,8	18,00
Dubrovačko-neretvanska županija	169 581	0,4	18,72
Ukupno/Prosjeak	846 607	1,17	16,18
Rang*		3	3

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Stopa nezaposlenosti i stopa rizika od siromaštva (%)

	Nezaposlenost, prosjek 2017.	Stopa rizika od siromaštva 2011.
Zadarska županija	10,0	25,2
Šibensko-kninska županija	15,1	24,7
Splitsko-dalmatinska županija	17,0	19,5
Dubrovačko-neretvanska županija	11,7	14,5
Ukupno/Prosjeak	13,45	21,0
Rang*	4	4

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Broj poslovnih subjekata - 30.6.2017.

	Broj registriranih pravnih osoba	Broj registriranih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj aktivnih pravnih osoba	Broj aktivnih pravnih osoba (na 1000 stanovnika)	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja	Broj registriranih obrta i slobodnih zanimanja (na 1000 stanovnika)
Zadarska županija	9 156	74,70	5 274	43,03	4 793	39,10
Šibensko-kninska županija	5 655	12,43	2 914	6,41	2 804	6,17
Splitsko-dalmatinska županija	27 219	248,86	15 600	142,63	12 081	110,45
Dubrovačko-neretvanska županija	8 122	47,77	4 667	27,45	3 973	23,37
Ukupno/Prosjeak	50 152	58,54	28 455	33,21	23 651	27,61
Rang*		3		3		2

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Uspješnost poslovanja, 2015.

	Ukupan prihod		% prihoda od izvoza	Dobit/gubitak		Broj zaposlenih
	000 kn	po zaposlenom, kn		000 kn	% od ukupnog prihoda	
Zadarska županija	12 546 365	620 278	25,1	240 962	1,9	20 227
Šibensko-kninska županija	5 378 914	491 046	12,2	-227 108	-4,2	10 954
Splitsko-dalmatinska županija	40 551 223	559 566	14,8	822 510	2,0	72 469
Dubrovačko-neretvanska županija	9 420 026	343 684	18,2	117 057	1,2	27 409
Ukupno/Prosjeak	67 896 528	518 061	17,0	953 421	1,4	131 059
Rang*		5	5		5	

*rang temeljen na prosječnim vrijednostima za regije

Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti i razvojni profili regija

Razlike u percepciji o prilikama i namjerama, razlike u poduzetničkoj aktivnosti, a posebno razlike u motivacijskom indeksu na sub-nacionalnoj razini komplementarne su s „tvrdim“ pokazateljima opće (ne)razvijenosti tih područja: indeksom razvijenosti, BDP po stanovniku i razinom nezaposlenosti (Tablica 36):

Tablica 36 Razvojni profili regija u Hrvatskoj, 2017

Regija	Indeks razvijenosti		BDP pc 2015		Nezaposlenost 2017.		Poduzetnička aktivnost 2017.			
	%	Rang	EUR	Rang	%	Rang	Nova poduzetnička aktivnost		Motivacijski indeks	
							TEA	Rang	TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang
Zagreb i okolica	155,34	1	13 422	1	8,1	5	9,9	2	2,6	2
Slavonija i Baranja	29,26	6	6 668	6	19,8	1	5,1	6	0,9	5
Sjeverna Hrvatska	52,88	5	7 795	5	12,93	4	8,8	4	1,4	4
Lika i Banovina	53,29	4	7 962	4	18,6	2	6,7	5	0,9	5
Istra, Primorje i Gorski Kotar	148,01	2	12 998	2	6,3	6	9,8	3	4,8	1
Dalmacija	100,48	3	8 950	3	13,45	3	11,2	1	1,5	3

Informacija o motivacijskom indeksu (omjeru ranih poduzetničkih pothvata pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti) na sub-nacionalnoj doprinosi razumijevanju razine (ne)razvijenosti pojedinih regija.

Dugotrajno najniži motivacijski indeksi Like i Banovine (1,1 u 2012. godini, 0,8 u 2013. godini, 1,7 u 2014. godini, ispod nule u kontinuitetu od 2015. godine), ali i Slavonije i Baranje praćeni su niskom razinom razvijenosti, niskom razinom BDPpc i visokom nezaposlenošću. Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, u tim regijama (Tablica 36) rezultat je poduzetničke aktivnosti onih koje je na to natjerala nužda (nezaposlenost), a takvi poduzetnički pothvati češće doživljavaju poslovni promašaj, jer su slabije pripremljeni zbog nedostatka znanja, ali su često i pod-investirani. To zahtijeva koordiniranu angažiranost različitih institucija (obrazovnih institucija i institucija koje pružaju profesionalne usluge malim poduzećima, financijske institucije za osiguranje mikrokreditnih programa, vladini programi podrške kroz garantne sheme, voučere za suradnju s istraživačkim institucijama...).

Jačanje motivacijskog indeksa (tj. povećanje učešća poduzetnički aktivnih ljudi zbog uočene prilike) imat će utjecaj na povećanje broja „odraslih“ poduzeća²⁶, poduzeća s potencijalom rasta, a zatim s vremenskim odmakom i na razinu razvijenosti mjerenu bruto domaćim proizvodom.

²⁶ Na takav zaključak upućuje i podatak o najmanjem broju „odraslih“ poduzeća u najmanje razvijenoj regiji Lici i Banovini, u cijelom promatranom razdoblju 2015.-2017.

4 Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi 2015.-2017.

Pristup novcima

Vladine politike prema poduzetništvu

Vladini programi za poduzetništvo

Poduzetničko obrazovanje

Transfer istraživanja i razvoja

Profesionalna i komercijalna infrastruktura

Otvorenost domaćeg tržišta

Fizička infrastruktura

Kulturne i društvene norme

Djelotvornost poduzetničke okoline

U GEM konceptualnom okviru (Slika 1, Poglavlje 1) poduzetnička okolina opisana je različitim komponentama, koje uz makro-ekonomske politike stvaraju kontekst karakterističan za svaku pojedinu zemlju unutar kojeg se događa poduzetnička aktivnost na osobnoj razini.

Poduzetnička aktivnost rezultat je kompleksne interakcije pojedinca s okolinom, koja može biti poticajna ili ograničavajuća u bilo kojoj fazi životnog ciklusa poduzetničkog djelovanja: od percepcije prilika, oblikovanja namjera do pokretanja poslovnog pothvata, od upravljanja rastom do prestanka djelovanja.

Raspoloživost i razinu kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u GEM istraživanju procjenjuju eksperti, čiji izbor se temelji na njihovoj reputaciji poznavanja specifične komponente poduzetničke okoline. Uzorak eksperata sastoji se od poduzetnika – praktičara, znanstvenika koji se istraživački bave poduzetništvom, predstavnika vladinih institucija, eksperata iz financijskog, obrazovnog i nevladinog sektora, te eksperata iz područja infrastrukture (fizičke, profesionalne i komercijalne).²⁷ Detaljniji opis metodologije prikupljanja mišljenja eksperata o kvaliteti komponenti poduzetničke okoline je u Prilogu 1.

U 2017. godini eksperti su ocjenjivali poduzetničku okolinu korištenjem standardiziranog upitnika u kojem su s 54 tvrdnje opisane komponente poduzetničke okoline (u pravilu jedna komponenta opisana je sa 3 do 8 tvrdnji). Izražavanjem svog slaganja/neslaganja s pojedinim tvrdnjama ocjenama 1 do 9 (pri čemu 1 = u potpunosti netočno, a 9 = u potpunosti točno) dobiva se procjena raspoloživosti i kvalitete svake pojedine komponente poduzetničke okoline.²⁸

Tvrdnje su grupirane tako da formiraju mjerne instrumente²⁹ kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata u pogledu:

- raspoloživosti i strukture izvora financiranja za poduzetnike,
- vladinih politika prema poduzetništvu,
- vladinih programa usmjerenih poticanju poduzetništva,
- obrazovnih programa usmjerenih na razvoj poduzetničkih kompetencija,
- prijenosa znanja i tehnologije,

²⁷ Popis eksperata koji su sudjelovali u vrednovanju komponenti poduzetničke okoline u 2017. godini je u prilogu 2.

²⁸ Od 2015. godine koristi se Likertova skala u rasponu od 1-9. Za usporedbu s prethodnim godinama potrebno je obaviti transponiranje na skalu od 1-5. I bez transponiranja može se uspoređivati u kojoj mjeri su pojedine komponente stimulirajuće ili ograničavajuće za poduzetničku aktivnost, jer je u skali 1-5 ocjena 3 razdjelnik za stimulirajuće (vrijednosti iznad 3) i ograničavajuće (vrijednost ispod 3) djelovanje pojedinih komponenti.

²⁹ Cronbach Alpha test s vrijednostima između 0,785 i 0,932 ukazuje na visoku pouzdanost mjernih instrumenata, što daje kredibilitet procjenama kvalitete poduzetničke okoline (za vrijednosti po pojedinim komponentama poduzetničke okoline vidjeti Prilog 1).

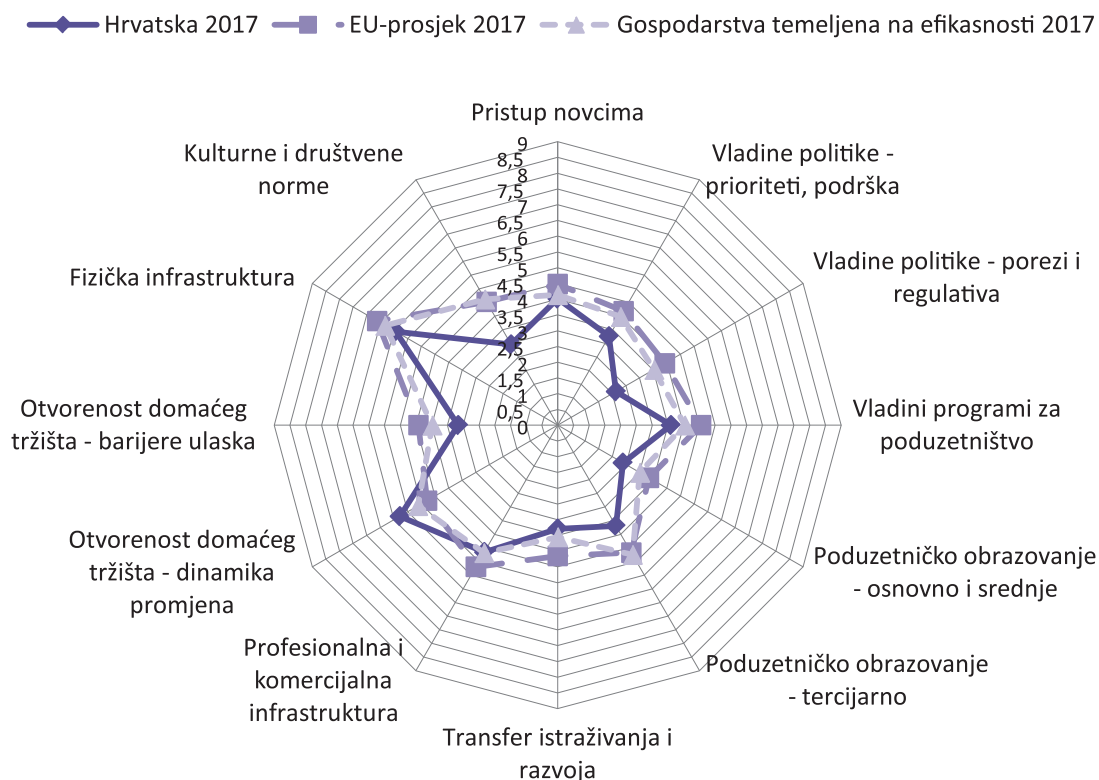
- kvalitete profesionalne i komercijalne infrastrukture,
- otvorenosti domaćeg tržišta,
- raspoloživosti fizičke infrastrukture,
- kulturnih i društvenih normi.

Ekspertno ocjenjivanje poduzetničke okoline, uz pretpostavku kontinuiranog sudjelovanja u GEM istraživanjima, omogućuje:

- vrednovanje percepcije kvalitete svake komponente, pri čemu ocjena iznad 5 signalizira poticajnu okolinu, a ocjena ispod 5 ograničavajuću (destimulirajuću) okolinu,
- uočavanje promjena u percepciji kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline u vremenu (u Hrvatskoj, od 2002. godine). Ovim izvještajem prezentiraju se pokazatelji za razdoblje 2015.-2017. godine,
- usporedbe razlika između percepcije kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u prostoru (tj. između zemalja sudionica GEM istraživanja u istoj godini).

U 2017. godini poduzetnička okolina u Hrvatskoj i dalje značajno zaostaje po kvaliteti od prosjeka ocjena poduzetničke okoline u 18 EU zemalja uključene u GEM istraživanje, ali i od prosjeka zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti)³⁰ (Slika 13). Jedino je dinamičnost promjena na domaćem tržištu (kao jedne od komponenti otvorenosti domaćeg tržišta) veća od prosjeka skupina s kojima se Hrvatska uspoređuje.

Slika 13 Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017. - usporedba s prosjekom EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti



Za bolji uvid u promjene o percepciji kvalitete poduzetničke okoline, u tablicama 37 do 49 prezentirane su prosječne ocjene za svaku od devet komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj za razdoblje 2015.-2017. godi-

³⁰ U 2016 GEM globalnom izvještaju i u ovom izvještaju u skupinu zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti uključene su i zemlje s gospodarstvima koja su u tranziciji između efikasnosti i inovativnosti – što je i Hrvatska.

ne. Prosječne vrijednosti za EU zemlje uključene u GEM istraživanje u tim godinama omogućavaju usporedbu dinamike promjena u Hrvatskoj i u EU, a „udaljenost“ od najbolje ocijenjene komponente može se dodatno analizirati korištenjem razlika u ocjenama pojedinih tvrdnji kojima se mjeri kvaliteta određene komponente poduzetničke okoline. Usporedba s najbolje ocijenjenim komponentama poduzetničke okoline u svim zemljama uključenim u GEM istraživanje u 2017. godini (54 zemlje) proširuje platformu učenja iz najbolje prakse oblikovanja poduzetničke okoline.

Pristup novcima

Po ocjenama kvalitete pristupa novcima (Tablica 37) Hrvatska u cijelom promatranom razdoblju zaostaje za prosjekom EU zemalja uključenih u GEM istraživanje, ali se razlika smanjuje i Hrvatska se udaljava od najlošijih. Iako na tržištu novca postoji značajna ponuda bankarskih kredita, u Hrvatskoj se problem nedostatka odgovarajuće vrste novca (rizični kapital, vlasnički kapital) za nove ili rastuće poduzetničke pothvate ponavlja u svim godinama GEM istraživanja. Izlazak na tržište dionica još uvijek je zanemariva strategija hrvatskih poduzeća za financiranje poslovnog rasta.

Tablica 37 Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	3,3	4,4	5,74	Nizozemska	3,03	Grčka
2016.	3,79	4,48	5,52	Nizozemska	3,32	Cipar
2017.	4,02	4,48	6,01	Nizozemska	3,22	Grčka

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Indonezija (6,17), a najlošiju Gvatemala (2,64).

Vladine politike prema poduzetništvu

U GEM istraživanju se vladine politike prema poduzetništvu promatraju kroz dva aspekta: vladine politike kojima se identificiraju prioriteti i podrška poduzetništvu i vladine politike usmjerene prema pojednostavljenju regulatornog okvira unutar kojeg se odvija poduzetnička aktivnost. Ocjene obje skupine vladinih politika (Tablica 38 i Tablica 39) u cijelom su promatranom razdoblju niže od prosjeka za EU zemlje, a ujedno su i među najnižim ocjenama u usporedbi s ostalim komponentama poduzetničke okoline u Hrvatskoj (vidjeti Tablicu 50). Posebno niske ocjene su za vladine politike prema regulatornom okviru (u sve tri godine Hrvatska je imala najniže ocijenjene vladine politike prema regulatornom okviru, od svih EU zemalja). Od deset najniže ocijenjenih tvrdnji u vezi s komponentama poduzetničke okoline u razdoblju 2015.-2017. godina pet je vezano za vladine politike (nova i rastuća poduzeća teško se nose s birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima; porezni teret za nova i rastuća poduzeća; nekonzistentnost i nepredvidivost porezne politike; država ništa ne čini da promijeni nepovoljni položaj novih poduzeća prilikom sudjelovanja u javnim nabavkama; nemogućnost dobivanja svih potrebnih dozvola i potvrda u roku od tjedan dana)³¹ (Tablica 52).

Tablica 38 Vladine politike – prioriteti i podrška, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	2,84	4,15	6,48	Belgija	2,71	Mađarska
2016.	2,8	3,98	5,87	Francuska	2,61	Bugarska
2017.	3,26	4,18	5,56	Francuska	2,98	Bugarska

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničkog ekosustava imaju UAE (6,33), a najlošiju Gvatemala (2,4).

³¹ Ovi aspekti vladinih politika prema poduzetništvu bili su najslabije ocijenjeni i u razdoblju 2012.-2014. godine.

Tablica 39 Vladine politike – porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	1,99	3,90	5,8	Portugal	1,99	Hrvatska
2016.	2,18	3,90	6,34	Estonija	2,18	Hrvatska
2017.	2,14	3,93	5,75	Nizozemska	2,14	Hrvatska

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima UAE (5,94), a najlošiju Portoriko (1,83).

Regulatorni okvir unutar kojeg djeluje gospodarstvo bilo koje zemlje može podržavati ili otežavati poduzetničke inicijative. U svim godinama od kada je Hrvatska uključena u GEM istraživanja (od 2002. godine), vladine politike prema regulatornom okviru ocjenjivane su najnižim ocjenama, što znači da ta komponenta poduzetničke okoline djeluje ograničavajuće a ne stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Zbog toga smo gotovo u svim publikacijama kojima smo prezentirali rezultate GEM istraživanja prikazivali primjere ne-funkcioniranja regulatornog okvira, vodeći se kriterijem najvećih ograničenja – na primjer, sporost administracije (odsustvo primjene principa administrativne šutnje) ili kultura ne-plaćanja koja brojna poduzeća dovodi do preživljavanja ili propasti (odsustvo primjene EU direktive o zakašnjelim plaćanjima od 2011. godine - Late Payment Directive 2011/7/EU, koja regulira komercijalne transakcije između države / javnih institucija i poslovnog sektora, te komercijalne transakcije unutar poslovnog sektora).

I pored toga što smo te primjere ponavljali i ponavljali, a i druga međunarodna istraživanja (o konkurentnosti, o lakoći poslovanja, o korupciji) su potvrđivala njihovu upornu prisutnost, još uvijek je regulatorni okvir kompliciran, administracija spora a nelikvidnost prisutna.

Umjesto opsežne analize zašto Hrvatska ne uspijeva riješiti ove probleme ni za petnaest godina, možda iskustvo o primjeni jedne male administrativne intervencije može biti odgovor.

Primjer 6 Promjene administrativnih procedura i dalje spore

PRIČA O PEČATU

Svjetska banka u svom Doing Business Memorandumu o reformskim zahvatima za Republiku Hrvatsku (svibanj 2015. godine) preporučila je niz mjera za poboljšanje poslovnog okruženja u kratkoročnom i srednjoročnom razdoblju. Prva među preporukama je:

“Ukinuti obvezu izrade pečata društva i osigurati da se ne zahtijeva ni u praksi (preporuka je provediva u kratkom roku, no njezin učinak, odnosno puna primjena u javnom i privatnom sektoru, mogu se očekivati u srednjoročnom razdoblju).” (Memorandum, str. 12).

I što se dogodilo?

Godinu dana poslije, Vlada je donijela zaključak o ukidanju pečata (4. svibnja 2016. godine), ali i 13 godina nakon što je Visoki trgovački sud još 2003. godine konstatirao da su za pravovaljanost isprave potrebni potpisi ovlaštenih osoba, ali ne i pečat. Reformska mjera ukidanja pečata ima za cilj financijski i vremenski osloboditi poduzetnike početnike obveze izrade pečata, ali i osuvremeniti poslovnu komunikaciju izbacivanjem nepotrebnih aktivnosti.

Ovim Vladinim zaključkom trgovačka društva i ostali poslovni subjekti koji obavljaju registriranu profitnu i neprofitnu djelatnost **ne moraju** stavljati pečat, ali mogu ako žele tj. nema pritiska da hitno moraju mijenjati statute ili osnivačke akte. Npr. Zakon o udrugama izmijenjen je i udruge više ne moraju imati pečat.

Svjesne međunarodne poslovne prakse, Hrvatska udruga banaka prihvatila je ovu inicijativu i banke su tokom 2017. godine prilagodile svoje interne procedure ukidanja pečata iz poslovanja. Hrvatska pošta promijenila je interne procedure te se prilikom preuzimanja pismena ne traži korištenje pečata.

Dvije su važne točke ovog Zaključka:

“Središnje tijela državne uprave dužna su nacрте prijedloga izmjena propisa” ... *o ukidanju obveze korištenja pečata*...” dostaviti na razmatranje Radnoj skupini za praćenje provedbe reformske mjere ukidanja upotrebe pečata, u roku od 15 dana od dana donošenja ovog Zaključka”. (čl. 2).

“Odredbe ovog Zaključka na odgovarajući se način primjenjuju na pravne osobe kojima je osnivač Republika Hrvatska (agencije, zavodi, fondovi i druge pravne osobe s javnim ovlastima)” (čl. 4).

Analizirano je 249 propisa, u 85 je ukinuta odredba o korištenju pečata. Dvije godine poslije (travanj 2018.) još uvijek ima 142 propisa za koje Agencija za investicije i konkurentnost (odgovorna za provedbu ovog Vladinog zaključka) zna da se trebaju izmijeniti, ali nema akcije nadležnih institucija. Za preostala 22 propisa analiza je u toku. Detaljnije na <http://www.aik-invest.hr/konkurentnost/provedba-reformske-mjere-ukidanje-pecata/>

Ako je ukinuti pečat tako teško, koliko vremena treba za pojednostavljivanje regulatornog okvira u kojem djeluje gospodarstvo?

Sva odstupanja u primjeni ovog Vladinog zaključka možete poslati na pecat@vlada.hr

Vladini programi za poduzetništvo

Vladini programi za poduzetništvo (Tablica 40) bolje su ocijenjeni od vladinih politika prema poduzetništvu, ali i dalje su ocjene u svim godinama ispod prosjeka EU zemalja, ne pokazuju tendenciju poboljšanja i bliže su najlošijima nego prosjeku EU. Jedna od deset najlošije ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u 2017. godini (Tablica 52) odnosi se na vladine programe za poduzetništvo (korištenje vladinih programa za poduzetništvo nije moguće ostvariti kroz kontakt s jednom agencijom), a i u prethodnim godinama bila je među 15 najlošije ocijenjenih tvrdnji.

Tablica 40 Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	3,21	4,45	5,96	Luksemburg	2,82	Grčka
2016.	3,46	4,46	6,28	Austrija	2,86	Grčka
2017.	3,6	4,55	6,04	Nizozemska	3,24	Grčka

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Nizozemska (6,04), a najlošiju Iran (2,08).

Poduzetničko obrazovanje

Obrazovanje za poduzetničke kompetencije ima visoki prioritet u politikama Europske unije, kao ključna komponenta jačanja kapaciteta poduzetničkog ponašanja te je definirana i ključnom cjeloživotnom kompetencijom³². Povezanost poduzetničke aktivnosti i osposobljenost za poduzetničko djelovanje potvrđuju i podaci o tome da su obrazovanije osobe češće poduzetnički aktivne od manje obrazovanih (Tablica 28, Poglavlje 3).

S obzirom na doprinos stvaranju poduzetničkih kompetencija tercijarno obrazovanje (Tablica 42) bolje je ocijenjeno od osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja (Tablica 41) u svim promatranim godinama. Iako je takav odnos karakterističan i za EU, izuzetno je zabrinjavajuće da u 2015. godini Hrvatska ima najniže ocjene u EU za doprinos ove dvije razine obrazovanja razvoju poduzetničkog kapaciteta mladih ljudi, i ponovo u 2017. godini tercijarna razina obrazovanja za poduzetničke kompetencije ocijenjena je najnižom ocjenom u grupi EU zemalja uključenih u GEM istraživanje. Među deset najniže ocijenjenih tvrdnji u razdoblju 2015.-2017. (Tablica 52) je i tvrdnja o tome da osnovno i srednjoškolsko obrazovanje ne doprinosi razvoju poduzetničkih kompetencija i razumijevanju tržišnog gospodarstva (a to je bilo i u razdoblju 2013.-2014.). Dugotrajnost tako drastičnog zaostajanja za prosjekom EU, nameće Hrvatskoj obavezu temeljitog upoznavanja s najboljom praksom europskih zemalja koje su referentne za koncipiranje obrazovanja za razvoj poduzetničkih kompetencija (posebno Nizozemske, koja svoje prvenstvo drži u cijelom promatranom razdoblju s tendencijom stalnog povećanja kvalitete te komponente poduzetničke okoline).

Tablica 41 Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	1,89	3,42	5,6	Portugal	1,89	Hrvatska
2016.	2,47	3,19	5,41	Nizozemska	2,16	Mađarska
2017.	2,39	3,34	5,59	Nizozemska	2,26	Poljska

Od 54 zemalja uključenih u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Nizozemska (5,59), a najlošiju Egipat (1,76).

Hrvatska je daleko od prosjeka EU zemalja uključenih u GEM istraživanje (bliža je najlošijim ocjenama), a značajnije daleko od najboljih, Pomak u kvaliteti ove komponente poduzetničke okoline je neznan, o potrebi kurikularne reforme samo se govori. I dok politika nema rješenja, inicijative su prisutne i u školama (npr. poduzetnička minuta u Ekonomskoj i trgovačkoj školi u Čakovcu) i u gospodarstvu (ŠuŠ u Hrvatskim šumama).

³² RECOMMENDATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC). U dokumentu Entrepreneurship 2020 Action Plan iz 2013. godine Europska unija je identificirala dvije glavne inicijative za stvaranje nove generacije poduzetnika u Europi (poduzetničko obrazovanje i razvoj kulture poduzetničkog djelovanja).



Primjer 7 Obrazovanje za poduzetničke kompetencije

Poduzetnička minuta u nastavi biologije i kemije u Ekonomskoj i trgovačkoj školi Čakovec

www.ets.hr

Ekonomska i trgovačka škola Čakovec bliži se 100-tom rođendanu (osnovana je 1921. godine). U svojoj dugoj povijesti mijenjala je imena i nastavne programe, ali je i razvila organizacijsku kulturu prožetu kreativnošću i inovativnošću. Promjene nastavnih programa možda su bile naporne, ali su i obogatile školu razumijevanjem važnosti interdisciplinarnog pristupa.

PODUZETNIČKA MINUTA. čiji autor je Željka Kadi, prof. savjetnik na predmetima biologije i kemije, otvara put povezivanju različitih znanja kroz učeničke projekte.

Od školske godine 2014./2015. „Poduzetničkom minutom“ završava svaki sat na kojem se obrađuju nastavni sadržaji iz predmeta biologije i kemije. Učenici se potiču na razmišljanje kako primijeniti stečena znanja i vještine kao potencijalnu mogućnost za pokretanje vlastitog posla. Svaki učenik/ca mora na posebnom obrascu prikazati svoju poduzetničku zamisao (naziv, opis proizvoda, ciljna tržišna skupina, utjecaj na okoliš/zdravlje). Obično to potraje tjedan ili dva od obrade novih nastavnih sadržaja do oblikovanje poslovne ideje.

U oblikovanju takvih poslovnih ideja ostvaruje se suradnja nastavnika iz Biologije, Kemije, Poznavanja robe, Stranih jezika, Marketinga, Poduzetništva, Turizma, Računovodstva, Obiteljskog posla i Vježbeničke tvrtke.

I tako od minute do minute pokrenuli su učeničku zadrugu Terra Economica, razradili brojne poslovne ideje temeljene na učenju iz biologije i kemije koje moraju zadovoljiti tri kriterija: imati pozitivan učinak na okoliš i zdravlje ljudi, doprinijeti rješavanju problema svoje neposredne sredine, i naravno osigurati poslovnu održivost.

Bilo je tu poslovnih ideja o začинима (ZAZ – zdrava abeceda začina), kozmetičkim proizvodima (ZAK – zdrava abeceda kozmetike) temeljenim na lavandi, smilju, timijanu i kadulji, proizvedenim u vlastitom Mirisnom vrtu (u čijoj realizaciji je sudjelovalo i čakovečko komunalno poduzeće ČAKOM, kao poklon školi za 95. godišnjicu), plantažna proizvodnja zaboravljene začinske biljke kvelne, trajnost kruha, leptiri livadni plavci kao biološko blago općine Sv. Juraj na Bregu ...

Učenici biologije i kemije su sa svojim istraživačkim projektima osvajali prva tri mjesta na državnim smotrama mladih biologa u Hrvatskoj. S istraživačkim projektom „Mjere za suzbijanje španjolskih puževa (*Arion vulgaris*)“ Lucija Marković i Eva Perčić, učenice 1. razreda uz mentorstvo Željke Kadi, prof. savjetnice, ostvarile su 1. mjesto na Državnoj smotri i natjecanju mladih biologa Hrvatske, Kalinovac 2016. godine. Kao predstavnice Republike Hrvatske na Međunarodnom natjecanju INTERNATIONAL CONFERENCE OF YOUNG SCIENTIS (ICYS) 2017. godine u Stuttgartu u konkurenciji 27 zemalja s istim projektom osvojile su dvije međunarodne zlatne medalje u kategoriji Okolišnih znanosti, jednu za prezentaciju istraživačkog projekta a drugu za plakat.

Željka Kadi, autorica Poduzetničke minute kaže: „Naš interdisciplinarni tim ima veliku podršku ravnateljice Bosiljke Vinković- Kukolić (koja je i autorica udžbenika iz poduzetništva za ekonomske škole), Školskog odbora, Nastavničkog vijeća i Međimurske županije.“

Znači, nekada i jedna minuta može napraviti pozitivnu promjenu u obrazovnoj instituciji – ako u njoj sudjeluju profesori sa znanjem i entuzijazmom, motivirani učenici, uprava škole i roditelji koji podržavaju takve promjene i partnerska okolina (lokalna samouprava, poduzeća), A što bi tek bilo kada bi obrazovna reforma napravila više prostora za takve inicijative?

Primjer 8 Nikada nije prerano učiti iz stvarnog života

ŠuŠ („Škola u šumi, šuma u školi“)

Hrvatske šume i obrazovanje za ekološko svjesne mlade ljude

I još jedan dobar primjer – kako veliko poduzeće može sudjelovati u obrazovanju osnovnoškolaca
<http://portal.hrsume.hr/index.php/hr/turizam/kola-u-umi>

Niz godina pojedine podružnice javnog poduzeća Hrvatske šume d.o.o. njeguju rad s djecom. U 2012. godini objedinjena su ta iskustva u edukativni projekt „Škola u šumi, šuma u školi“, za čije je provođenje u školama dobivena suglasnost Agencije za odgoj i obrazovanje, kao i Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta. U jesen 2013. godine Hrvatske šume d.o.o. započele su s provedbom projekta vlastitim sredstvima i kadrovima.

Cilj projekta je najmlađima približiti šumarstvo, te ih naučiti kako postupati sa jednim od najvećih bogatstava koje posjeduje Republika Hrvatska.

Projekt je namijenjen osnovnoškolcima koji se kroz redovnu nastavu upoznaju sa prirodom i njenim djelovanjem, okolišem i zavičajem te nadopunjuje teoretsku naobrazbu stečenu u razredu kroz praktične igre i predavanja u šumi. Važno je djeci osnovnoškolskog uzrasta na interdisciplinarni način približiti šumu, život u šumi i važnost gospodarenja šumama, a kroz to i posao šumara te naglasiti njegovu važnost u održavanju stabilnih šumskih ekosustava.

Glavni ciljevi projekta su:

- Naglašavanje važnosti očuvanja okoliša i stvaranje ekološki educirane, svjesne i savjesne djece kao zalag za budućnost
- Približavanje šume i šumarske struke djeci
- Integriranje spoznaja stečenih na terenu, u šumi, u cjelokupni odgojno – obrazovni proces
- Upoznavanje šumskih biljaka i životinja
- Podučavanje djece važnosti sprječavanja požara i posljedica požara
- Spoznaja da šuma može biti nadahnuće za likovne i literarne radove (integracija u obrazovni proces)

Projekt vode gosti predavači, šumarski inženjeri s bogatim teoretskim i praktičnim znanjem iz područja zaštite prirode i uzgajanja šuma.

Projekt je naišao na izuzetno dobar odaziv osnovnih škola, budući da je šumski ekosustav vrlo važan dio obrazovnog gradiva. Štoviše, tijekom posjeta s učenicima šumi, nastavnici prirodoslovnih predmeta uočili su kako je i njima potrebno dodatno stručno usavršavanje u području šumarstva. Tako su na primjer diplomirani inženjeri šumarstva održali predavanje za županijski kolegij profesora biologije Koprivničko-križevačke županije o vegetaciji i šumskim zajednicama županije te zdravstvenog stanja šuma, kako bi profesori mogli bolje prenositi znanje o šumama svojim učenicima.

Od pokretanja projekta 2012. godine do kraja 2016. godine u projektu je sudjelovalo oko 13 000 djece iz oko 100 dječjih vrtića i osnovnih škola.

Ovakve inicijative pokazuju interes i škole i gospodarstva za učenje u kontekstu aktualnih problema i interdisciplinarnosti. Umjesto da to bude standard koji treba donijeti kurikularna reforma, o takvim inicijativama govorimo kao dobrim primjerima.

Tablica 42 Poduzetničko obrazovanje - tercijarno, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji	Najlošiji
2015.	3,53	4,53	5,61	Nizozemska
2016.	3,83	4,56	5,85	Nizozemska
2017.	3,69	4,67	6,18	Nizozemska

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Švicarska (6,29), a najlošiju Egipat (3,37).



Primjer 9 Triple Helix na djelu

Sveučilište u Rijeci poduzetno sveučilište: sveučilište budućnosti ili hereza?



Snježana Prijic Samaržija, rektorica Sveučilišta u Rijeci

Autonomija, društvena odgovornost, treća misija, Triple Helix, poduzetno sveučilište, služenje zajednici... te riječi okosnica su rasprava o sveučilištu današnjice i sveučilištu sutrašnjice, sveučilištu treće generacije, ili i četvrte.

Ove riječi nalaze se i u strateškim dokumentima razvoja Sveučilišta u Rijeci od 2007. godine (Strategija razvoja Sveučilišta u Rijeci 2007-2013., Strategija razvoja Sveučilišta u Rijeci 2014-2020.), ali su i okosnica programa s kojim je prof. dr. sc. Snježana Prijic Samaržija izabrana za rektoricu u mandatu 2017-2021. U strateškim dokumentima Sveučilišta u Rijeci insistira se na istraživačkoj izvrsnosti, posebno u području biotehnologije, nanotehnologije, informacijsko-komunikacijskih tehnologija i socio-kulturne tranzicije iz industrijskog društva u društvo znanja, zatim na obrazovnim programima temeljenim na istraživanjima i potrebama društva, te povezanosti s gospodarstvom. Pri tome riječi poduzetništvo i inovativnost pojavljuju se u svim dokumentima, s vidljivom evolucijom prema sveučilištu 3. generacije. Koliko su ovi iskoraci Sveučilišta u Rijeci pionirski govori i činjenica da je OECD tek 2012. godine napravio vodič (A Guiding Framework for Entrepreneurial Universities) kako ostvariti transformaciju prema sveučilištu koje je odgovoran podsustav inovativnog ekosustava. Izgleda da samo Sveučilište u Rijeci vodi o tome računa.

Kako sveučilište postaje proaktivno/inovativno/posvećeno izvrsnosti i razvoju svih dionika: struke, lokalne zajednice...?

Strateška konzistentnost u dužem vremenskom razdoblju i insistiranje na međusobnoj povezanosti istraživanja, obrazovanja temeljenog na istraživačkim spoznajama i odgovornosti za razvoj sredine u kojoj sveučilište djeluje, doprinijelo je da se Sveučilište u Rijeci prepoznaje kao inovativno i poduzetno, sveučilište koje stvara Triple Helix u kojem društvena odgovornost za kvalitetu života obavezuje sveučilište, lokalnu samoupravu/državu i poslovni sektor na suradnju.

To potvrđuje i programska platforma rektorice Snježane Prijic Samaržija koja posebno naglašava viziju riječkog sveučilišta kao sveučilišta 3. generacije. Definicija sveučilišta 3. generacije govori o sveučilištu čija se organizacijska kultura i struktura temelji na poduzetničkoj paradigmi (a to je proaktivnost, inovativnost i odgovornost). Rektorica Prijic Samaržija ne ostaje samo na viziji, nego i na vrlo detaljno razrađenim aktivnostima i indikatorima postizanja ciljeva. Nekoliko aktivnosti treba izdvojiti, jer najbolje opisuju promjenu organizacijske kulture i jačanja poduzetničke paradigme:

- **neovisno utvrđivanje stanja efikasnosti organizacije i financijskog upravljanja na početku mandata** – bez čega se ne može pratiti proces ostvarenja postavljenih ciljeva
- uspostava **participativnog i informiranog donošenja odluka** – doprinosi kvaliteti odlučivanja na razini senata
- **međunarodni znanstveni savjet** – doprinosi učenju od najboljih i jača internacionalizaciju sveučilišta

- uključivanje u **HEInnovate** inicijativu (zajednički projekt OECDa i Europske komisije) – omogućava samoprocjenjivanje inovativnog potencijala visokoškolske institucije i utvrđivanje strateških i operativnih intervencija u organizacijsku strukturu i kulturu
- fond za poticanje poduzetništva i partnersko povezivanje s gospodarstvom, koji će svoje ciljeve ostvarivati kroz **program beskamatnih poduzetničkih kredita i ulaganja u temeljni kapital poslovnih pothvata komercijalizacije istraživačkih rezultata sveučilišta**.
- uvođenje kolegija za sve studente Sveučilišta **«Društveno odgovorno poduzetništvo»**.

Uz razvoj intersektorskih tijela unutar sveučilišta otvorenim za suradnju s istraživačkim i gospodarskim partnerima iz Hrvatske i svijeta, Znanstveno tehnološki park Sveučilišta u Rijeci (Step RI) i kampus, programska platforma rektorice Prijid Samaržija za razdoblje 2017.-2021. predstavlja novi iskorak kojim se Sveučilište u Rijeci još aktivnije uključuje u međunarodne aktivnosti i rasprave o sveučilištu budućnosti i budućnosti sveučilišta.

Ovo su vrlo ambiciozni ciljevi i zadaci, koji se značajno razlikuju od uobičajenih aktivnosti sveučilišta. Što olakšava a što otežava provedbu ove platforme?

Provedbu ove platforme olakšavaju trendovi u politikama EU koje su nedvosmisleno fokusirani na poticanje socijalne odgovornosti sveučilišta prema zajednici i koja, između ostalog, uključuje transfer tehnologije, transfer znanja i poduzetno povezivanje istraživanja i razvoja. Otežavajuće djeluju okolnosti u RH koje usporavaju provedbu tih politika pri čemu poglavito mislim na fragmentiranost sveučilišta, ali i izostanak učinkovitih mehanizama koji će istraživače i studente senzibilizirati i motivirati na otvoreno, inovativno i poduzetničko ponašanje. Vjerujem da je za Sveučilište u Rijeci olakšavajuća okolnost i to da u Savjetu Sveučilišta imamo iznimno uspješne predstavnike gospodarstva i lokalne zajednice, ukupno 5 od 12, zbog čega nikada ne gubimo perspektivu potrebe suradnje.

Imate li i odgovarajući tim za realizaciju ovih zadataka?

Činjenica da sam izabrana za rektoricu s takvim programom za mene je potvrda da je cijelo sveučilište tim za realizaciju ovih ciljeva i zadataka. Neposredni rektorski tim proširen je s 3 nova suradnika: pomoćnik rektorice za transfer tehnologije i potporu poduzetništvu, savjetnik za inovacije i transfer tehnologije i savjetnik za odnose s lokalnom zajednicom i gospodarstvom. Formirali smo i Stručno vijeće za financije i suradnju s gospodarstvom članovi kojeg su predstavnici uprava svih sastavnica, a s ciljem učinkovitije diseminacije informacija i politika, ali i participativnog donošenja odluka. Vrlo važno mjesto na Sveučilištu, ali i u ovom tijelu ima Boris Golob, direktor Znanstveno-tehnološkog parka.

Sudjelovali ste u izradi oba strateška dokumenta razvoja Sveučilišta u Rijeci – jeste li ikada imali dilemu o pravcu razvoja sveučilišta prema poduzetnom i inovativnom? Kod nas još uvijek se pojavljuju komentari o tome kako poduzetno sveučilište prodaje svoju dušu, autonomiju, ukoliko se komercijalizira.

U našoj akademskoj zajednici stalno se sukobljavaju dvije ideologije ili dva načina razumijevanja uloge sveučilišta. Prema jednim, sveučilišta trebaju doprinosti nacionalnoj konkurentnosti, prema drugoj trebaju biti odvojena od gospodarstva kako bi sačuvala svoju autonomiju. Osobno držim da su svi u pravu i da nema pravog sukoba. Sveučilište mora biti autonomno u smislu slobode istraživanja i kritičkog mišljenja, ali i svojim istraživanjima i u sinergiji sa zajednicom doprinosti njezinom razvoju i kvaliteti života. Ne vidim kako doprinos zajednici može narušavati sveučilišnu autonomiju. Naravno, zloupotrebe sustava su uvijek moguće, ali to nikada ne smije zaustaviti naše napore da se ponašamo socijalno odgovorno i doprinesemo zajednici.

Vi ste filozof, a Vaši prethodnici su bili prof. dr. sc. Pero Lučin i akademik Daniel Rukavina, obojica liječnici. Kako to tumačite – je li to slučajnost ili govori o „poduzetništvu bez granica“?

Ne bih rekla da se radi o slučajnosti – to samo pokazuje da biti poduzetnik i inovativan nije ograničeno na neku profesiju, nego je obveza ali i privilegija svih koji preuzimaju odgovornost za identifikaciju i rješavanje problema prvenstveno sredine u kojoj djeluju, ali i šire.

Program rektorice Snježane Prijid Samaržija

http://www.uniri.hr/files/staticki_dio/rektorat/Program%20rada%202017_2021_SPS.pdf

Transfer istraživanja i razvoja

Inovativni kapacitet poduzeća, a time i njihova konkurentnost, ovisi o djelotvornom transferu znanja s istraživačkih institucija u poslovnu praksu (Tablica 43). Po kvaliteti ove komponente, Hrvatska je u 2015. i 2016. godine bila najlošija od svih EU zemalja uključenih u GEM istraživanje, a u 2017. nije bila daleko od najlošije rangirane zemlje.

Tablica 43 Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	2,85	4,05	5,38	Luksemburg	2,85	Hrvatska
2016.	2,73	4,14	5,29	Nizozemska	2,73	Hrvatska
2017.	3,29	4,16	5,29	Nizozemska	3,09	Slovačka

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničkog ekosustava ima Švicarska (5,72), a najlošiju Iran (2,58). Švicarski koncept transfera istraživanja i razvoja najbolje je bio ocijenjen i u 2015. (6,22).

Ekspertna ocjena ograničavajućeg djelovanja ove komponente poduzetničkog ekosustava na poduzetnički kapacitet hrvatskog gospodarstva samo potvrđuje mišljenja anketirane odrasle populacije o inovativnim kapacitetima „početničkih“ i „odraslih“ poslovnih pothvata. Iako su poduzeća u Hrvatskoj tehnološki bolje opremljena od prosjeka EU zemalja (Tablica 13 i Tablica 14, poglavlje 2), po inovativnosti proizvoda daleko su od najboljih u EU (Tablica 15 i Tablica 16). Nemoć poduzeća da ulaganja u tehnologiju iskoriste za jačanje vlastite konkurentnosti (prvenstveno kroz inoviranje proizvodnog portfolia) zahtijeva projektnu suradnju istraživačkog i poslovnog sektora. Samo na taj način će se ostvariti kapitalizacija ulaganja u tehnološku opremljenost poduzeća a time ojačati bazu rastućih poduzeća.

Nedjelotvornost ove komponente poduzetničke okoline Hrvatske je evidentna u cijelom razdoblju sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju (od 2002. godine). U svim godinama transfer istraživanja i razvoja djeluje ograničavajuće, a ne stimulirajuće na poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj. U 2017. godini ocjene svih dimenzija kroz koje se promatra kvaliteta procesa transfera znanja iz istraživačkih institucija u poslovni sektor neznatno su bolje nego u prethodnim godinama, ali daleko od pomaka prema prosjeku EU, a još dalje od prijelaza u status stimulirajuće komponente poduzetničke okoline (ocjena 5 ili više) (Tablica 44).

Tablica 44 Transfer istraživanja i razvoja – prosječne ocjene pojedinačnih izjava kojima se opisuje ova komponenta poduzetničke okoline, Hrvatska

Izjava	2015.	2016.	2017.
Znanja o novoj tehnologiji, znanstvenim dostignućima i ostala znanja se efikasno prenose iz sveučilišnih i istraživačkih centara na nova i rastuća poduzeća.	2,58	2,6	3,05
Nova i rastuća poduzeća imaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao i velika poduzeća.	2,62	2,51	3,3
Nova i rastuća poduzeća si mogu priuštiti najnoviju tehnologiju.	2,69	2,6	3
Postoji adekvatna financijska potpora vlade koja omogućuje da mala i rastuća poduzeća pribave novu tehnologiju.	3,59	3,36	3,63
Znanstvena i tehnološka infrastruktura efikasno podupire stvaranje svjetske klase tehnološki intenzivnih poslovnih pothvata u najmanje jednom području.	2,74	2,79	3,03
Postoji adekvatna potpora raspoloživa inženjerima i znanstvenicima kojom se olakšava komercijalizacija njihovih ideja kroz nova i rastuća poduzeća.	2,84	2,59	3,33

Uvid u strukturu ove komponente poduzetničkog ekosustava samo potvrđuje da je transfer istraživačkih spoznaja u poslovni sektor važna pretpostavka stvaranja konkurentnih, a kroz to i rastućih poduzeća. U poglavlju 2 konstatirano je da Hrvatska ima vrlo tanku osnovicu „odraslih“ poduzeća (Tablica 10), koja u velikoj mjeri sužava potencijal generiranja brzorastućih poduzeća. Osim toga, za jačanje učešća brzorastućih poduzeća potrebno je osigurati znanja i podršku za transformiranje ulaganja u tehnološku opremljenost (Tablice 13 i 14) u inovativne, konkurentne proizvode (Tablice 15 i 16). Intervencijama u sve prikazane dimenzije transfera istraživanja i razvoja (kroz dugoročne konzistentne politike u području znanosti, obrazovanja i financiranja inovativnosti) moguće je izaći iz ove negativne spirale i isplivati iz tržišta „crvenog oceana“.

Profesionalna i komercijalna infrastruktura

Profesionalna i komercijalna infrastruktura obuhvaća institucije koje pružaju poslovne usluge u izgradnji kapaciteta poduzetničkog djelovanja (od obuke do savjetovanja za pokretanje i rast poslovnog pothvata, od povezivanja s investitorima do izrade projekata) (Tablica 45). Hrvatska u svim promatranim godinama ima ispodprosječne ocjene za kvalitetu te komponente poduzetničke okoline u odnosu na EU zemlje, a u 2015. i 2016. godini je i zemlja s najlošijom ocjenom. Značajno investiranje Hrvatske u institucionalni razvoj ove infrastrukture (centri za poduzetništvo, poduzetničke zone, razvojne agencije, inkubatori...) očito nije bilo praćeno i kvalitetom usluga. Rezultati GEM istraživanja već duže vremena upućuju na nužnost temeljite analize postojećeg pristupa vladinih programa prema ovoj komponenti poduzetničke okoline, jer ekstenzivna institucionalna prisutnost nije i garancija adekvatnosti i kvalitete usluga.

Za ostvarivanje konkurentnosti, poduzećima su potrebni uvjeti za uključivanje u lance vrijednosti (kao što su kvalitetni pod-ugovarači i dobavljači), a upravo ta dimenzija profesionalne i komercijalne infrastrukture najslabije je ocijenjena i bez tendencije poboljšanja: 3,98 u 2015. godini, 3,47 u 2016. i 3,78 u 2017.

Tablica 45 Profesionalna i komercijalna infrastruktura, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	4,29	5,21	6,23	Belgija	4,29	Hrvatska
2016.	4,23	5,19	6,11	Latvija	4,23	Hrvatska
2017.	4,66	5,19	6,21	Nizozemska	4,5	Italija

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničkog ekosustava ima Nizozemska (6,21), a najlošiju Iran (1,9).

Otvorenost domaćeg tržišta

GEM istraživanje prati otvorenost domaćeg tržišta kroz dva aspekta: dinamičnost promjena i intenzitet barijera. U razdoblju 2015.-2017. Hrvatska nastavlja pokazivati vrlo stabilne razlike između iznadprosječne ocjene za dinamičnost (Tablica 46) i ispodprosječne ocjene za tržište bez barijera³³ (Tablica 47). Dinamičnost tržišta generira prilike za pokretanje poslovnih pothvata i investiranje, pa je iznadprosječna ocjena te komponente poduzetničke okoline važna pretpostavka za stimuliranje poduzetničke aktivnosti.

Dugotrajnost problema s tržišnim barijerama (Hrvatska je imala tu komponentu ocijenjenu kao najlošiju u skupini EU zemalja ne samo u sve tri promatrane godine, nego i u razdoblju 2012. - 2014. godine) povezana je s ocjenama o vladinim politikama prema brzini i lakoći regulatornog funkcioniranja (Tablica 38), po kojima je Hrvatska najlošija među zemljama EU koje su u tom 6-godišnjem razdoblju sudjelovale u GEM istraživanju. Rezultat toga su brojne izgubljene poslovne prilike koje su se mogle realizirati kroz domaća i strana investiranja. Nepoštene poslovne prakse postojećih poduzeća posebno su naglašene u razdoblju 2015.-2017. kao najvažnija barijera za ulazak novih i rastućih poduzeća na domaće tržište. Odgovornost za ignoriranje problema kompliciranog regulatornog okruženja koje ograničava otvorenost domaćeg tržišta potvrđuju i druga istraživanja, kao

³³ Tvrdnje kojima se opisuje tržište bez barijera su: mogućnosti novih i rastućih poduzeća u prevladavanju barijera ulaska na tržište, te ostvarivanje prava na lojalno tržišno natjecanje.

što su istraživanja o lakoći poslovanja (Svjetska banka), o konkurentnosti (Svjetski gospodarski forum), o korupciji (Transparency International).

Tablica 46 Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	6,08	4,87	6,36	Poljska	3,58	Bugarska
2016.	5,48	4,83	6,25	Poljska	3,63	Portugal
2017.	5,79	4,79	6,6	Poljska	3,51	Luksemburg

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Kina (7,13), a najlošiju Urugvaj (2,91).

Tablica 47 Otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	3,03	4,49	6	Nizozemska	3,03	Hrvatska
2016.	3,26	4,57	6,17	Nizozemska	3,26	Hrvatska
2017.	3,16	4,42	6,1	Nizozemska	3,16	Hrvatska

Od 54 zemlje uključene GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Nizozemska (6,1), koja je s takvim ocjenama bila najbolja i 2015. i 2016. godine, a najlošiju Iran (2,1).

Fizička infrastruktura

Fizička infrastruktura je važna komponenta poduzetničke okoline o kojoj u velikoj mjeri ovisi mogućnost transformiranja ideje u poslovni pothvat, ali i razvoj poslovnog pothvata, zbog osiguranja pristupu tržištima i temeljnim resursima (voda, električna energija, plin,..). GEM istraživanje prati kvalitetu fizičke infrastrukture kroz različite pod-komponente, od prometne, komunalne do telekomunikacijske. S ocjenama iznad 5, fizička infrastruktura (Tablica 48) je najbolje ocijenjena komponenta poduzetničke okoline i svojom dostupnosti i kvalitetom djeluje podržavajuće poduzetničkoj aktivnosti u Hrvatskoj. Ipak, da ima prostora za poboljšanja govori i činjenica da je i po tim visokim ocjenama kvaliteta te komponente poduzetničke okoline tek na razini prosjeka EU zemalja ili neznatno niže.

Tablica 48 Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	6,46	6,34	7,61	Finska	3,53	Portugal
2016.	6,21	6,76	8	Estonija	5,14	Italija
2017.	5,94	6,62	7,81	Nizozemska	5,39	Italija

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničkog ekosustava ima Nizozemska (7,81), a najlošiju Madagaskar (4,39).

Kulturne i društvene norme

Djelovanje pojedinaca i institucija u nekom društvu određeno je sistemom vrijednosti koji se temelji se na kulturnim i društvenim normama. GEM konceptualni okvir definira kulturne i društvene norme kroz dimenzije samoodređenja, inicijativnosti, odgovornosti za izbor (kapacitet preuzimanje rizika) i inovativnosti. Sve što se događa u društvu svoje uporište ima u kulturnim i društvenim normama, pa tako i oblikovanje poduzetničke okoline i osobnog poduzetničkog ponašanja.

Promjene u kulturnim i društvenim normama su najkompleksnije, iz čega proizlazi da su i vremenski vrlo zahtjevne. To pokazuje i stabilnost ocjena, ne samo u Hrvatskoj nego i u prosjeku EU zemalja (Tablica 49). Činjenica da Hrvatska ima u svim promatranim godinama 2015.-2017. (ali i u 2012. i 2014. godini) najniže ocjene za tu komponentu poduzetničke okoline upozorava da se ni u 6-godišnjem razdoblju ne vide nikakve promjene. Značajno zaostajanje za prosjekom EU govori kako kulturne i društvene norme u Hrvatskoj predstavljaju ozbiljno ograničenje u izgradnji poduzetničkog kapaciteta zemlje. Ukoliko se žele ostvariti promjene, tada su potrebne fokusirane, dugoročne i međusobno konzistentne strategije, komplementarne politike, te suradnja između brojnih aktera u tim procesima (obrazovanje, vlada, poslovni sektor, civilni sektor).

Tablica 49 Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2015.	2,63	4,29	5,73	Estonija	2,63	Hrvatska
2016.	2,95	4,23	6,42	Estonija	2,95	Hrvatska
2017.	2,96	4,52	6,66	Nizozemska	2,96	Hrvatska

Od 54 zemlje uključene u GEM istraživanje u 2017. godini najvišu ocjenu za ovu komponentu poduzetničke okoline ima Izrael (7,22), koji je s ocjenom 4,4 bio najbolji u 2015. godine, a najlošiju Hrvatska (2,96).

Djelotvornost poduzetničke okoline

Poduzetnička aktivnost uvijek je rezultat interakcije pojedinca / grupe ljudi s okolinom, koja može djelovati stimulirajuće ili ograničavajuće. Kako će poduzetnička okolina utjecati na poduzetničku aktivnost ovisi o kapacitetu usklađenog djelovanja svih komponenti tog sustava. Da bi se to ostvarilo, potrebne su koordinirane nacionalne politike u izgradnji svake komponente i njihova efikasna umreženost. Polazište za takve intervencije je razumijevanje sistemskih karakteristika poduzetničke okoline i dimenzija kvalitete svake pojedine komponente. Kapacitet integrativnog efekta međusobne povezanosti komponenti poduzetničke okoline određen je kvalitetom najslabije komponente. Zbog toga informacije o kvaliteti pojedine komponente omogućavaju nositeljima vladinih politika, financijskim, edukativnim i istraživačkim institucijama, ali i poslovnom sektoru intervencije u podizanju kvalitete pojedinih komponenti i njihove međusobne usklađenosti.

Ekspertne ocjene svih komponenti poduzetničke okoline u razdoblju 2015.-2017. (Tablica 50) ukazuju na stabilnost tih ocjena u pravilu na vrlo niskoj razini.

Tablica 50 Percepcija kvalitete poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2015-2017

		Pristup novcima	Vladine politike - prioriteti, podrška	Vladine politike - porezi i regulative	Vladini programi	Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje	Poduzetničko obrazovanje - tercijarno	Transfer istraživanja i razvoja	Profesionalna i komercijalna infrastruktura	Otvorenost tržišta - dinamika promjena	Otvorenost tržišta - barijere ulaska	Fizička infrastruktura	Kulturne i društvene norme
2015	Hrvatska	3,3	2,84	1,99	3,21	1,89	3,53	2,85	4,29	6,08	3,03	6,46	2,63
2016	Hrvatska	3,79	2,8	2,18	3,46	2,47	3,83	2,73	4,23	5,48	3,26	6,21	2,95
2017	Hrvatska	4,02	3,26	2,14	3,6	2,39	3,69	3,29	4,66	5,79	3,16	5,94	2,96

Samo dvije komponente (fizička infrastruktura i dinamika promjena na domaćem tržištu) djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost (ocjene iznad 5)³⁴. Sve ostale komponente imaju ocjene ispod 5, što ukazuje na njihovo ograničavajuće djelovanje – posebno se niskim ocjenama ističu vladine politike, poduzetničko obrazovanje na primarnoj i sekundarnoj razini i transfer istraživanja i razvoja. Šest komponenti (vladine politike prema porezima i regulativi, poduzetničko obrazovanje na tercijarnoj razini, transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i komercijalna infrastruktura, tržišne barijere, kulturne i društvene norme) u promatranim godinama imale su i najniže ocjene u grupi EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju. Koliko su usporedbe važne pokazuje relativno visoka ocjena profesionalne i komercijalne infrastrukture (iznad 4), ali ako je ta komponenta u drugim zemljama ocijenjena značajnije bolje, onda to znači da investiranje u razvoj takve infrastrukture (centri za poduzetništvo, poduzetničke zone, regionalne razvojne agencije...) nedovoljno doprinosi razvoju kvalitetnih usluga kojima se djelatno stimulira poduzetnička aktivnost.

Budući da je svaka komponenta poduzetničke okoline konstruirana kombiniranjem nekoliko pod-komponenti / izjava, iz analize ocjene pojedine izjave moguće je dobiti bolji uvid u razloge zaostajanja u kvaliteti neke komponente poduzetničke okoline. U Tablici 51 prikazane su najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a u Tablici 52 najniže ocijenjene tvrdnje. U ovoj analizi korišteni su podaci za razdoblje 2015.-2017. kako bi se naglasila dugotrajnost karakteristika pojedine najbolje ili najlošije komponente poduzetničke okoline.

Tablica 51 Najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2015-2017., ocjena 1 -potpuno neslaganje s izjavom, ocjena 9 – potpuno slaganje s izjavom

Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Fizička infrastruktura	Novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup internetu za oko tjedan dana.	2015: 7,78 2016: 7,05 2017: 7,1
Fizička infrastruktura	Za novo ili rastuće poduzeće nije suviše skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, internet, itd.).	2015: 6,98 2016: 6,7 2017: 6,62
Fizička infrastruktura	Fizička infrastruktura (ceste, komunalne usluge, komunikacija, odlaganje otpada) osiguravaju dobru potporu novim i rastućim poduzećima.	2015: 6,48 2016: 5,98 2017: 5,8
Fizička infrastruktura	Novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija).	2015: 5,43 2016: 5,73 2017: 5,67
Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena	Tržište roba i usluga namijenjenih krajnjim potrošačima dramatično se mijenja iz godine u godinu.	2015: 6,1 2016: 5,6 2017: 5,98
Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika promjena	Tržište roba i usluga namijenjenih poslovnom sektoru (poduzećima) se dramatično mijenja iz godine u godinu.	2015: 6,1 2017: 5,63
Komercijalna i profesionalna infrastruktura	Novim i rastućim poduzećima, lagano je dobiti dobre bankarske usluge (tekući računi, devizne transakcije, akreditivi, i sl.)	2015: 5,41 2016: 5,5 2017: 5,63
Komercijalna i profesionalna infrastruktura	Postoji dovoljan broj podgovarača, dobavljača i konzultanata za potporu novih i rastućih poduzeća.	2017: 5,18
Vladini programi	Znanstveni parkovi i poslovni inkubatori osiguravaju efektivnu pomoć novim i rastućim poduzećima.	2017: 5,2
Pristup novcima	Vladini poticaji raspoloživi su novim i rastućim poduzećima.	2017: 5,03

³⁴ Ocjene su rezultat primjene skale 1 do 9, pri čemu je ocjena 5 razdjelnica na one komponente s ocjenama ispod 5 koje djeluju ograničavajuće na poduzetničku aktivnost, a ocjene iznad 5 upućuju na komponente koje doprinose stimuliranju poduzetničke aktivnosti.

Tablica 52 Najniže ocijenjene izjave o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2015-2017., ocjena 1 -potpuno neslaganje s izjavom, ocjena 9 – potpuno slaganje s izjavom

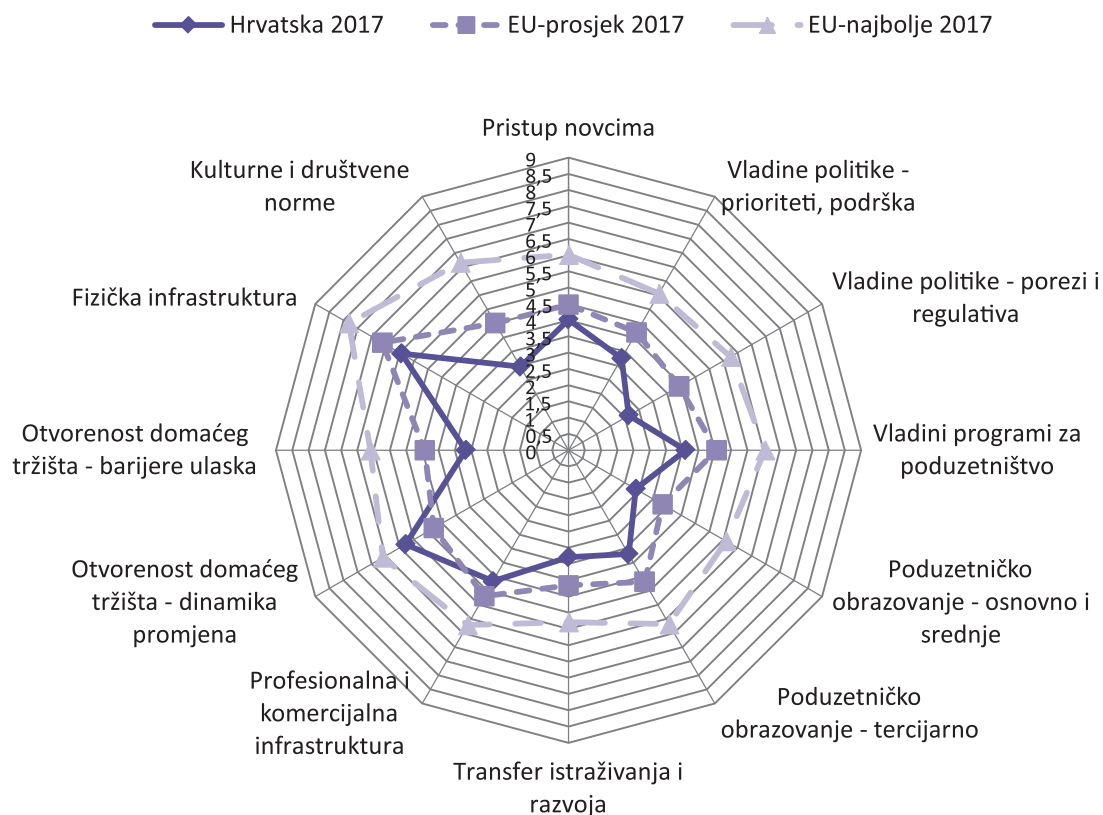
Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Vladine politike – porezi i regulativa	Novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa birokracijom, pravnim i regulativnim zahtjevima.	2015: 1,59 2016: 2,03 2017: 1,95
Vladine politike – porezi i regulativa	Visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća.	2015: 1,68 2016: 1,88 2017: 2,31
Poduzetničko obrazovanje - osnovno i srednje	Osnovno i srednje školsko obrazovanje posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća.	2015: 1,74 2016: 2,28 2017: 2,31
Vladine politike – prioriteti, podrška	Vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) sustavno daju prednost novim poduzećima.	2015: 2,03 2016: 2,03
Vladine politike – porezi i regulativa	Nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potvrde u roku od tjedan dana.	2015: 2,46 2016: 2,53 2017: 1,93
Vladine politike – porezi i regulativa	Porezna i ostala vladina regulacija primjenjuje se prema novim i rastućim poduzećima, na predvidiv i konzistentan način.	2015: 2,41 2016: 2,38 2017: 2,53
Vladini programi	Širok raspon Vladinih mjera pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobiven kontaktom sa samo jednom agencijom.	2015: 2,4
Kulturne i društvene norme	Nacionalna kultura potiče poduzetničko preuzimanje rizika.	2015: 2,2 2016: 2,53 2017: 2,64
Transfer istraživanja i razvoja	Nova i rastuća poduzeća imaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao i velika poduzeća.	2016: 2,51
Otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska	Nova i rastuća poduzeća mogu ući na tržišta bez opasnosti da će ih postojeća poduzeća u tome pokušati spriječiti nepoštenim tržišnim natjecanjem.	2017: 2,8

Dugotrajnost najniže ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u razdoblju 2015.-2017. upozorava na odgovornost za ne-činjenje (npr. zašto vladine mjere i politike ne daju sustavno podršku rastućim poduzećima, zašto su nova poduzeća diskriminirana u sferi javnih nabavki, zašto se ništa godinama ne događa na pojednostavljenju regulatorne okoline, zašto osnovno i srednješkolsko obrazovanje ne doprinosi razvoju poduzetničkih kompetencija itd.).

U cilju naglašavanja potrebe za hitnom intervencijom u kvalitetu pojedinih komponenti poduzetničke okoline, na Slici 14 prikazane su ocjene poduzetničke okoline u 2017. godini za Hrvatsku, EU zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju i najbolje ocjene pojedinih komponenti, bez obzira čijoj zemlji pripadaju:

- pristup novcima Nizozemska 6,01
- vladine politike - prioriteti, podrška Francuska 5,56
- vladine politike – porezi i regulativa Nizozemska 5,75
- vladini programi Nizozemska 6,04
- poduzetničko obrazovanje – osnovno i srednje Nizozemska 5,59
- poduzetničko obrazovanje - tercijarno Nizozemska 6,18
- transfer istraživanja i razvoja Nizozemska 6,21
- profesionalna i komercijalna infrastruktura Nizozemska 5,29
- otvorenost tržišta – dinamika promjena Poljska 6,6
- otvorenost tržišta – barijere ulaska Nizozemska 6,1
- fizička infrastruktura Nizozemska 7,81
- kulturne i društvene norme Nizozemska 6,66

Slika 14 Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2017.
- usporedba s prosjekom EU i najboljim ocjenama u EU zemljama



Udaljenost od najbolje ocijenjenih dimenzija poduzetničke okoline poticaj je za sve zemlje EU, jer svaka zemlja može vidjeti da je moguće i bolje. Usporedba ocjena kvalitete pojedinih komponenti Hrvatske i najboljih u EU još više naglašava problem nedovoljno stimulirajuće poduzetničke okoline za domaća i inozemna ulaganja u Hrvatskoj.

5 Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća

(rezultati projekta financiranog od Hrvatske zaklade za znanost, 2014.-2018. godina)³⁵

Istraživači: Nataša Šarlija, Slavica Singer, Sanja Pfeifer, Marina Stanić, Ana Bilandžić, Sunčica Oberman-Peterka, Anamarija Dalić, Danijel Grahovac

Cilj projekta

Što utječe na rast poduzeća?

Osobine poduzetnika/vlasnika poduzeća i rast poduzeća

Osobine poduzeća i rast poduzeća

Okolina i rast poduzeća

Kako mjeriti rast poduzeća?

Metodologija istraživanja

Rezultati istraživanja

Koliko ima brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj?

Profil brzorastućeg poduzetnika / poduzeća

Modeli za procjenu potencijala za rast

Opis modela

Kako koristiti alat za procjenu potencijala za rast?

Od istraživanja do primjene

Uloga rastućih, a posebno brzorastućih poduzeća u kreiranju novih radnih mjesta posljednjih godina postala je važnom temom u ekonomskih istraživanjima zbog vrlo izražene asimetričnosti: broj i udio brzorastućih poduzeća u gospodarskoj strukturi je relativno malen, ali je broj i udio radnih mjesta koje kreiraju nerazmjerno velik. Načelno sva poduzeća bi mogla rasti, ali ovisi imaju li potencijal za to i žele li to, a ako i nemaju potencijal za rast žele li ga izgrađivati. Prema tome, najvažniji akteri u razvoju segmenta brzorastućih poduzeća su vlasnik i poduzeće. Država je također važan sudionik u tom procesu, ali kroz stvaranje poduzetničke okoline koja podržava takve odluke na razini vlasnika / poduzeća.

Projekt "Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća" je kontinuitet ranijih istraživanja³⁶, ali i ekstenzija GEM istraživanja u području rastućih poduzeća³⁷. Uključivanjem rezultata istraživanja ovog projekta u publikaciju kojom se prezentiraju rezultati GEM istraživanja za 2017. godinu proširuje se osnovica za uočavanje obrazaca prisutnosti rastućih poduzeća u gospodarstvu (s obzirom na djelatnost, regiju, obilježja vlasnika i poduzeća).

³⁵ web stranice projekta: <http://www.efos.unios.hr/development-and-application-of-growth-potential-prediction-models/> <http://www.potento.eu/>

³⁶ Istraživački program Poduzetništvo - mobilizator socijalne integracije (voditeljica: Singer, S.), financiran od Ministarstva znanosti, 2006-2010., bio je cjelina 5 projekata: Procjenjivanje potencijala rasta malih i srednjih poduzeća; Modeli za ocjenu rizičnosti poslovanja poduzeća; Transformacija poduzetničkog potencijala u poduzetničko ponašanje; Jačanjem regionalne konkurentnosti do gospodarskog prosperiteta; Statistički mjerni instrumenti: konstrukcija i prilagodba u poduzetničkoj ekonomiji.

³⁷ U izradi anketnog alata korištena su i pitanja iz GEM upitnika za odraslu populaciju koja se odnose na rastuća poduzeća.

Cilj projekta

Cilj projekta bio je procijeniti potencijal za rast svakog poduzeća u sasvim ranoj fazi, tj. prije no što poduzeće počinje rasti. Prepoznavanje potencijala za rast u tako ranoj fazi korisno je za poduzeće, potencijalne investitore, ali i državu: poduzeće može oblikovati svoju poslovnu strategiju na način da se pripremi za rast, potencijalni investitori mogu donositi manje rizične odluke o ulaganju, a država može raznim politikama (poreznom, obrazovnom, inovacijskom) stvarati stimulirajuće okruženje za takva poduzeća.

Dva pod-cilja projekta su:

1. Razvoj i testiranje modela za procjenu potencijala za rast malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. U realizaciji ovog pod-cilja poduzete su sljedeće aktivnosti:

- analiza prethodnih istraživanja o rastućim poduzećima,
- razvoj modela za procjenu potencijala za rast za mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj,
- analiza potencijala za rast poduzeća u Hrvatskoj,
- usporedba potencijala za rast s obzirom na djelatnosti i regije u Hrvatskoj,
- stavljanje na raspolaganje modela za procjenu potencijala rasta svim poduzećima u Hrvatskoj preko web servisa (www.potento.eu)

2. Kreiranje preporuka za poticanje rastućih/brzorastućih poduzeća, namjenjenih poduzećima (za oblikovanje poslovnih strategija za rast), zatim obrazovnim institucijama (za uključivanje problematike rastućih poduzeća u obrazovne sadržaje), državnim institucijama (koje mogu kreirati politike za razvoj poduzeća s potencijalom za rast), te financijskim institucijama i investitorima koji poduzećima s visokim potencijalom za rast mogu ponuditi prilagođene uvjete financiranja i ulaganja.

Što utječe na rast poduzeća?

Prethodna istraživanja pokazuju da na rast poduzeća utječu brojni faktori koji se mogu svrstati u 3 kategorije: faktori na strani poduzetnika/vlasnika poduzeća, faktori na strani poduzeća i faktori na strani okoline:

- Poduzetnik: visoka motivacija za postignućem, želja za rastom, spremnost na rizik, kreativnost, sposobnost učenja...
- Poduzeće: organizacijska kultura - inovativnost, strateška orijentacija prema rastu, visoka specijalizacija, orijentiranost postizanju ciljeva; organizacijska spremnost
- Okolina: podržavajuća za rastuća poduzeća – regulatorni okvir, pristup izvorima financiranja, obrazovni programi, inovacijska politika (intelektualno vlasništvo, suradnja istraživačkih institucija i poduzeća).

Istraživanja o rastu poduzeća češće se bave ispitivanjem utjecaja individualnih faktora na rast, a manje je studija koje su fokusirane na razvoj empirijskih ili konceptualnih modela integriranjem različitih faktora utjecaja na rast. Prilikom analize prethodnih istraživanja potrebno je voditi računa o korištenoj definiciji rastućeg poduzeća (rastuće, brzorastuće, gazele). U pregledu literature, gdje je to bilo moguće, identificirane su te distinkcije.

Osobine poduzetnika/vlasnika poduzeća i rast poduzeća

Dob, spol, obrazovanje, iskustvo i osobne karakteristike najvažnije su determinante rasta na strani vlasnika poduzeća. Istraživanja pokazuju da postoji razlika između poduzeća s potencijalom za rast s obzirom na **spol** vlasnika (Singer, Šarlija, Pfeifer, Oberman Peterka, 2017). Poduzeća koja više rastu su u vlasništvu muškaraca u odnosu na poduzeća čije su vlasnice žene (Cooper, Gimeno-Gascon, Woo, 1994).

Rast i **dob** vlasnika poduzeća su u negativnoj vezi (Welter, 2001), dok je **stupanj obrazovanja** (Kolvereid, Bullvag, 1996; Pena, 2002) te **iskustvo** u industriji u pozitivnoj vezi (Klepper, 2001) s rastom poduzeća. Lee i Tsang (2001) su pokazali da iskustvo u industriji te upravljačko iskustvo poduzetnika ima dominirajući pozitivni efekt na rast poduzeća. Oni su također pokazali da aktivnosti **umrežavanja**, broj partnera te **interni lokus kontrole** imaju pozitivan utjecaj na rast poduzeća.

Levie i Autio (2013) su pokazali da veći stupanj **sklonosti riziku** povećava potencijal za rast dok neka druga istraživanja (Palich, Bagbay, 1995) nisu uspjela potvrditi postojanje značajne veze između rasta i sklonosti riziku.

Motivacija vlasnika za rast poduzeća također je važan faktor rasta. Što je veća motivacija, to je i veći potencijal za rast (Kolvereid, Bullvag, 1996; Delmar, 1996; Pena, 2002). Isto je potvrđeno i za **potrebu za postignućem** (Levie, Autio, 2013; Lau, Busenitz, 2001; Lee, Tsang, 2001). Baum (1994) je pokazao da **samoefikasnost** ima jaku pozitivnu vezu s rastom poduzeća. Wiklund, Patzelt i Shepherd (2009) su pokazali da poduzetnička orijentacija te stav prema rastu imaju direktan pozitivan utjecaj na rast poduzeća.

Baron i Tang (2008) su potvrdili da **socijalne vještine** vlasnika imaju važnu ulogu u financijskom uspjehu poduzetničkog pothvata. Janczak i Bares (2010) su istaknuli važnost jasne **vizije**. Veći rast ostvaruju tzv. vizionarski poduzetnici.

Osobine poduzeća i rast poduzeća

Među determinantama rasta na strani poduzeća, u literaturi najčešće spominjani su: starost poduzeća, veličina, ljudski kapital, razina ulaganja u istraživanje i razvoj, inovativnost, organizacijsko učenje, poduzetnička orijentacija i financijska struktura poduzeća.

Postoji negativna veza između rasta i **starosti poduzeća** (Yasuda, 2005; Geroski, Gugler, 2004), kao i između rasta i veličine poduzeća (Yasuda, 2005).

Istraživanja su pokazala da **ljudski kapital** izravno utječe na inovativnost i procese što onda u konačnici utječe na uspješnost poduzeća (Wang, Chang, 2005; Šarlija, Stanić, 2017). Pena (2002) je potvrdio pozitivnu vezu između uspješnosti poduzeća i ljudskog kapitala (obrazovanje, poslovno iskustvo, motivacija), organizacijskog kapitala (fleksibilnost poduzeća i sposobnost uspješne implementacije strategija) i relacijskog kapitala (razvoj produktivne poslovne mreže, pristup relevantnim dionicima).

Diaz Hermelo i Vassolo (2007) su pokazali da su faktori rasta **aspiracija poduzeća prema rastu**, programi poticaja države, nove tehnologije, orijentacija na međunarodna tržišta i dostupnost financijskih izvora. Razina istraživanja i razvoja (McGee, Dowling, 1994), inovativnost (Fischer, Reuber, Hababou, Lee, 1997), organizacijsko učenje (Hult, Snow, Kandemir, 2003) i poduzetnička orijentacija (Wiklund, Shepard, Patzelt, 2009) su u pozitivnoj vezi s rastom poduzeća. Helmers i Rogers (2011) su u svom istraživanju determinanti rasta za mala i srednja poduzeća zaključili da je najvažnija determinanta za rast sposobnost investiranja posebice u istraživanje i razvoj.

Moreno i Casillas (2007) su pokazali da su brzo rastuća poduzeća karakterizirana smanjenom dostupnošću financijskih sredstava koje je prethodilo u godinama prije samog rasta.

Becchetti i Trovato (2002) su pokazali da su dostupnost **vanjskih izvora financiranja** i internacionalizacija pozitivno povezani s rastom poduzeća. Istraživanja pokazuju da su imovina, zaduženost, likvidnost, interno generirani izvori financiranja, produktivnost i mogućnosti za budući rast značajni faktori koji određuju potencijal za rast (Mateev, Anastasov, 2010; Jeger, Šarlija, Bilandžić, 2016). Sampagnaro (2013) je identificirao da je tijekom novca najvažniji faktor rasta poduzeća.

O utjecaju vanjskih izvora financiranja postoje različita mišljenja: Sampagnaro (2013) navodi da postoji jednoznačna tendencija kako vanjski izvori financiranja negativno utječu na rast, dok su neke studije pokazale da postoji pozitivna veza između vanjskih izvora financiranja i rasta malih i srednjih poduzeća (Storey, 1994; Cooper, Gimeno-Gascon, Woo, 1994).

Inovativnost je često istraživani faktor rasta. Uspjeh nekoliko poznatih high-tech poduzeća je pokazao da je ključna odrednica njihovog rasta upravo bila inovativnost. Rezultati istraživanja koje su proveli Coad i Rao (2007) pokazuju postojanje pozitivne veze između inovacija i rasta u prodaji, ali samo za brzorastuća poduzeća. Naime, za poduzeća koja prosječno rastu, oni nisu pronašli značajnu vezu između takvog rasta i inovativnosti. Do zanimljivih zaključaka su došli Demirel i Mazzucato (2012) koji su istraživali utjecaj istraživanja i razvoja na rast u ovisnosti o tome ima li poduzeće barem jedan patent ili poduzeće uspješno patentira uzastopno u zadnjih 5 godina. Pokazali su da za mala poduzeća istraživanje i razvoj ima pozitivan efekt na rast ako su poduzeća imala ili jedan patent ili su uspješni u patentiranju u zadnjih 5 godina, ali da nema povezanosti između rasta i ulaganja u istraživanje i razvoj ako poduzeće nema niti jedan patent. Za velika poduzeća su pokazali da ulaganje u istraživanje i razvoj ima negativan utjecaj na rast prodaje bez obzira na patente dok za ona poduzeća koja nemaju patente, nisu pronašli povezanost između rasta i ulaganja.

Inovativnost je često povezana s ostalim karakteristikama, tako primjerice Love i Roper (2015) istražuju vezu između **izvoza i inovativnosti**. Iako su otkrili pozitivnu vezu između rasta i inovativnosti, oni zaključuju da bez internacionalizacije i izvoza nema značajnijih korisnosti za poslovanje. To je u skladu s izvještajem EU iz 2010. 'Internationalisation of European SMEs' u kojem je pokazano da mala i srednja poduzeća rastu dvostruko brže ako izvoze te da internacionalno aktivna mala i srednja poduzeća imaju tri puta veću šansu da će kreirati novi proizvod ili uslugu. Stam i Wennberg (2009) su pokazali da je ulaganje u istraživanje i razvoj važno za high-tech poduzeća dok je za low-tech poduzeća važnija ambicija za rastom. Istraživanja Hölzl (2009), Mason, Bishop, Robinskon (2009) i Grundström, Sjöström, Uddenberg, Öhrwall Rönnbäck (2012) su potvrdila da inovativna poduzeća imaju tendenciju bržeg rasta od neinovativnih. Coad, Segarra i Teruel (2015) su pokazali da za mlada poduzeća ulaganje u istraživanje i razvoj ima pozitivan utjecaj na rast dok za starija poduzeća ulaganje pokazuje stabilan ili čak smanjujući utjecaj. Šarlija i Bilandžić (2018) su pokazali da u Hrvatskoj ne postoji direktna veza između inovativnosti i rasta, ali da inovativna poduzeća imaju veći izvoz i profitnu maržu te da koriste noviju tehnologiju i imaju proizvode koji su novi njihovim kupcima.

Okolina i rast poduzeća

Wiklund, Shepard, Patzelt (2009) govore o **dinamičkoj** okolini koje daje priliku za rast, zatim **neprijateljskoj** okolini, koja otežava rast i **heterogenosti** okoline koja potiče rast.

Postoje čimbenici okoline koji stimuliraju rast i oni koji ograničavaju rast. Wiklund, Shepard i Patzelt (2009) navode da promjene u društvu, politici, tržištu i tehnologiji otvaraju mogućnosti za rast. Među barijerama koje usporavaju rast postoje financijske prepreke, tehnološke, institucionalne, organizacijske i tržišne.

Financijske barijere odnose se na nedostatak vanjskog financiranja i kapitala (Becchetti, Trovato, 2002). Otežan pristup najnovijoj tehnologiji također može smanjiti potencijal rasta. Porez, vladine politike, administracija predstavljaju institucionalne barijere (Davidsson, Henreksson, 2002).

Kako mjeriti rast poduzeća?

S metodološke točke gledišta, rast poduzeća se može mjeriti kvantitativno u smislu generiranja fizičkog outputa ili ekspanzije volumena poslovanja te kvalitativno u smislu kvalitete proizvoda ili tržišne pozicije.

Najčešće kvantitativne mjere koje se upotrebljavaju za definiranje rasta su rast zaposlenih, prodaje, prihoda i imovine (Davidsson, Steffens, Fitzsimmons, 2009; Šarlija, Pfeifer, Jeger, Bilandžić, 2016). Ostale mjere koje se mogu pronaći u prethodnim istraživanjima odnose se na tržišni udio, profit, kapacitet i kapital pri čemu se koriste apsolutne i relativne mjere kao i različite duljine vremenskog razdoblja praćenja rasta (Shepherd, Wiklund, 2009)

U provedenom istraživanju rastućih poduzeća u Hrvatskoj korištene su mjere rasta zaposlenih, prodaje, ukupnih prihoda i imovine. Rast poduzeća praćen je kroz 3 uzastopne godine u razdoblju 2012. do 2015., poštujući OECD definiciju brzorastućih poduzeća: godišnji rast 20% ili više u trogodišnjem razdoblju. Ova definicija korištena je za utvrđivanje učešća brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj na temelju financijskih podataka koje je za potrebe projekta osigurala FINA, partner u projektu.

Za potrebu izgradnje modela za procjenu potencijala za brzi rast korištena je kombinacija kriterija rasta prodaje i zaposlenih. Međutim, zbog vrlo malog broja poduzeća koja zadovoljavaju kriterij o 20% rasta zaposlenih u promatranom trogodišnjem razdoblju, numerička vrijednost tog kriterija smanjena je na 10%.

Metodologija istraživanja

Istraživanje brzorastućih poduzeća provedeno je korištenjem sekundarnih i primarnih podataka.

Sekundarni podaci obuhvaćaju podatke iz financijskih izvještaja malih i srednjih poduzeća koje je za potrebe projekta, kao partner na projektu, ustupila financijska agencija FINA. Na temelju analize tih podataka utvrđen je udio brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj prema različitim kriterijima rasta (zaposleni, prodaja, ukupni prihodi i imovina). Gdje je bilo moguće, dobiveni pokazatelji su uspoređeni s nekim drugim državama.

Primarni podaci prikupljeni su korištenjem posebno izrađenog upitnika, pri čemu su korištene spoznaje iz analize publiciranih istraživačkih radova o faktorima koji utječu na rast poduzeća, te anketni alat koji koristi GEM

istraživanja. Anкета je koncipirana u 3 dijela koji su obuhvatili karakteristike poduzetnika, poduzeća i okoline. *On-line* je anketirano ukupno 265 poduzetnika u 2015. godini.

Anketni upitnik je na raspolaganju na www.potento.eu.³⁸

Podaci prikupljeni anketiranjem "spojeni" su s financijskim izvještajima anketiranih poduzeća za razdoblje 2012-2015. što je nakon čišćenja podataka, rezultiralo bazom podataka od 191 poduzeća.

Za 156 poduzeća bilo je moguće dobiti sve potrebne informacije za utvrđivanje statusa brzorastućeg poduzeća (podaci o prodaji i zaposlenim u tri uzastopne godine u razdoblju 2012.-2015.). Uključivanje projektne definicije brzorastućih poduzeća korištenjem dva najvažnija kriterija rasta (poduzeće je definirano kao brzorastuće ako je imalo rast zaposlenih od 10% dvije godine za redom ili ako je imalo rast prodaje od 20% uzastopno 3 godine za redom) omogućilo je prepoznavanje brzorastućih poduzeća unutar baze od 156 poduzeća. Ovim "filtriranjem" utvrđeno je da je od 156 poduzeća bilo 29% (46) brzorastućih i 71% (110) ostalih – bez rasta ili sporijeg rasta od kategorije brzog rasta.

Za izradu modela predikcije potencijala brzog rasta, u prvom koraku analizirana je svaka karakteristika poduzeća iz upitnika pojedinačno kako bi se opisao profil brzorastućeg poduzeća odnosno poduzetnika te kako bi se usporedila brzorastuća i ostala poduzeća. U drugom koraku je kreiran model za procjenu potencijala za rast koji pokazuje koja je kombinacija karakteristika poduzetnika, poduzeća i okoline važna za realizaciju rasta te koji omogućuje izračunavanje vjerojatnosti za rast za svako malo i srednje poduzeće u Hrvatskoj. Za kreiranje modela korištene su faktorska analiza i logistička regresija.

Rezultati istraživanja

S obzirom na korištenje sekundarnih i primarnih podataka za analizu učešća brzorastućih poduzeća u ukupnom broju malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj, te utvrđivanja profila brzorastućih poduzeća, prikaz rezultata istraživanja prati taj pristup.

*Koliko ima brzorastućih poduzeća u Hrvatskoj?*³⁹

Za utvrđivanje statusa rastućeg poduzeća korištena su 4 kriterija i dvije stope rasta. Kriteriji su: ukupni prihodi, prodaja, imovina i zaposleni, a stope rasta su 20% i 10%. Brzorastuće je ono poduzeće koje ostvari godišnji rast 20% ili više, a rastuće poduzeće je koje ima stope rasta od 10% ili više, ali manje od 20%, u trogodišnjem razdoblju, od 2012 do 2015.⁴⁰

Brzorastuća poduzeća (stopa rasta od 20% u tri uzastopne godine) elitistička su manjina svugdje u svijetu, ali Hrvatska ima izuzetno malo učešće takvih poduzeća (Tablica 53).

Tablica 53 Rastuća poduzeća po različitim kriterijima u razdoblju 2012.-2015.

	Prodaja		Ukupni prihodi		Imovina		Zaposleni	
	20%	10%	20%	10%	20%	10%	20%	10%
Ne rastuća poduzeća – broj	51375	49852	58786	57177	62692	61026	40492	40030
Rastuća poduzeća – broj	1302	2825	1545	3154	1573	3239	296	758
Učešće rastućih poduzeća - %	2,47	5,36	2,56	5,23	2,45	5,04	0,73	1,86

Najdostupniji međunarodni podaci za brzi rast poduzeća su prema kriteriju broja zaposlenih u poduzeću. Sa samo 0,73% brzo rastućih poduzeća prema kriteriju zaposlenih, Hrvatska značajno zaostaje za Kanadom (5%) ili SAD (4%). Čak kada se taj kriterij snizi na razinu stope rasta od 10%, Hrvatska i dalje zaostaje: primjerice Austrija ima 7%, Norveška 12%, Češka 10%, Finska 13%, Mađarska 11% takvih rastućih poduzeća (OECD, 2016).

³⁸ Zainteresirani mogu ispuniti upitnik i dobiti odmah izvješće o potencijalu rasta svog poduzeća.

³⁹ Za ovu analizu korišteni su financijski podaci za mala i srednja poduzeća iz razdoblja 2012.-2015. koja su projektu bila stavljena na raspolaganje kroz partnerstvo s financijskom agencijom FINA.

⁴⁰ Zbog nedostataka pojedinih podataka ili ako je za jedan od kriterija unesena vrijednost 0, nije bilo moguće izračunati rast pa su takva poduzeća bila isključena iz analize po tom kriteriju. Jedini uvjet koji je postavljen je da poduzeće postaji barem jednu godinu prije početka brzog rasta.

Varijacije u strukturi brzorastućih i sporije rastućih poduzeća prisutne su s obzirom na djelatnosti (Tablica 54), koje su grupirane u 10 skupina.

Tablica 54 Učešće rastućih poduzeća po djelatnostima - %

Djelatnost	Prodaja		Ukupni prihodi		Imovina		Zaposleni	
	20%	10%	20%	10%	20%	10%	20%	10%
Poljoprivreda	2,12	4,38	2,83	4,99	1,58	4,00	0,54	1,70
Industrija	2,32	5,30	2,36	4,95	2,21	4,70	0,68	2,40
Građevina	2,75	5,14	2,65	4,79	2,02	4,27	0,87	2,08
Trgovina	2,27	5,14	2,32	5,03	1,91	4,38	0,59	1,51
Prijevoz i skladištenje	3,00	7,06	2,82	6,79	3,12	6,57	1,40	3,14
Smještaj i hrana	2,50	5,99	2,55	6,23	4,31	7,71	0,82	2,17
Informacije i komunikacije	3,41	6,78	3,31	6,30	4,17	7,28	1,52	2,98
Financije i nekretnine	1,88	3,65	3,02	4,28	1,55	2,89	0,78	0,98
Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	2,38	4,96	2,55	5,03	2,89	5,80	0,55	1,23
Obrazovanje, usluge, umjetnost	2,74	6,15	2,64	5,85	2,68	5,36	0,67	1,88

Na razini značajnosti od 10% testiranje je pokazalo da postoje značajne razlike kod svih kriterija. Najmanji broj brzorastućih poduzeća u odnosu na sporije rastuća poduzeća je u sektoru 'financija i nekretnina' (po kriteriju prodaje i imovine). Izuzetak je kriterij ukupnih prihoda, gdje je takvih poduzeća najmanje u sektoru 'trgovine', a po kriteriju zaposlenosti u sektoru 'poljoprivrede'. Prema većini kriterija djelatnost s najvećim postotkom brzorastućih poduzeća je 'informacije i komunikacije'.

Definicija regija (vidjeti poglavlje 3)⁴¹ koju koristi GEM istraživanje za analizu rasprostranjenosti poduzetničkih aktivnosti u Hrvatskoj korištena je i za analizu regionalne rasprostranjenosti brzorastućih poduzeća (Tablica 55).

Tablica 55 Regionalna rasprostranjenost rastućih poduzeća – učešće, u %

Djelatnost	Prodaja		Ukupni prihodi		Imovina		Zaposleni	
	20%	10%	20%	10%	20%	10%	20%	10%
Zagreb i okolica	2,78	5,78	2,79	5,64	2,79	5,59	0,79	1,90
Slavonija i Baranja	2,26	5,00	2,03	4,59	2,46	4,98	0,84	1,98
Sjeverna Hrvatska	1,87	5,35	2,15	5,21	2,44	5,13	0,70	2,16
Lika i Banovina	1,82	4,33	2,11	4,50	2,06	4,66	0,49	2,00
Istra, Primorje i Gorski Kotar	2,33	4,56	2,41	4,52	1,95	4,12	0,65	1,61
Dalmacija	2,55	5,65	2,77	5,49	2,35	4,92	0,68	1,72

Primjenom hi-kvadrat testa na podacima o rastućim poduzećima po regijama, značajne razlike na nivou značajnosti 5% prisutne su kod svih kriterija osim zaposlenosti. To znači da je po kriteriju zaposlenosti jednako malo rastućih poduzeća u svim regijama. Lika i Banovina po kriteriju prodaje ima najmanju zastupljenost brzorastućih poduzeća u odnosu na sporije rastuća poduzeća. Regija Zagreb i okolica ima najveći postotak brzorastućih poduzeća po svim kriterijima i to na statistički značajnoj razlici u odnosu na druge regije.

⁴¹ Zagreb i okolica, Slavonija i Baranja, Sjeverna Hrvatska, Lika i Banovina, Istra, Primorje i Gorski Kotar, Dalmacija

Gazele su posebna skupina brzorastućih poduzeća kod kojih postoji uvjet da su postojala dvije godine i manje prije brzog rasta (Lilischkis, 2011) (Tablica 56).

Tablica 56 Učešće gazela po kriterijima rasta

Definicija rasta	Broj poduzeća za koje je moguće izračunati jesu li gazelle	Broj gazela bez uvjeta da na početku imaju 10 zaposlenika	Broj gazela sa uvjetom da na početku imaju 10 zaposlenika
Prodaja	6855	603 (8.8%)	20 (0.29%)
Ukupni prihodi	8437	795 (9.42%)	19 (0.23%)
Imovina	9520	920 (9.66%)	34 (0.36%)
Zaposleni	4836	117 (2.42%)	8 (0.17%)

Kriterij zaposlenosti (bez uvjeta o 10 zaposlenika na početku poslovanja poduzeća ili s uvjetom o 10 zaposlenika) radikalno mijenja pokazatelj o učešću gazela, gotovo na razinu nepostojanja. Najviše je takvih poduzeća po kriteriju imovine, a najmanje po kriteriju zaposlenih.

Profil brzorastućeg poduzetnika / poduzeća

Podaci prikupljeni korištenjem posebno izrađenog upitnika koji obuhvaća karakteristike poduzetnika, poduzeća i okoline, omogućili su prepoznavanje faktora koji utječu na razvoj potencijala za brzi rast poduzeća. Ovi "meki" pokazatelji važni su za obogaćivanje "tvrdih" financijskih podataka o rastućim poduzećima, te njihova kombinacija doprinosi povećanju pouzdanosti prilikom izrade bilo kojeg modela predikcije. Profil brzorastućeg poduzetnika / poduzeća temelji se na 156 upitnika za čija poduzeća je bilo moguće prikupiti sve potrebne informacije za utvrđivanje statusa brzorastućeg poduzeća (podaci o prodaji i zaposlenim u tri uzastopne godine u razdoblju 2012.-2015.).

Za testiranje statističke značajnosti razlika, u ovisnosti o tipu varijabli, upotrijebljeni su sljedeći testovi: c2 test, Fisherov egzaktan test (u slučaju malih grupa u analizi), t-test (kao parametarski) i Mann-Whitney test (kao neparametarski) u slučaju dvije neprekidne slučajne varijable, te ANOVA (kao parametarski) i Kruskal-Wallis ANOVA (kao neparametarski) u slučaju 3 ili više neprekidnih slučajnih varijabli. Odabrana razina značajnosti testiranja je 5%.

Profil vlasnika

Vlasnik brzorastućeg poduzeća u prosjeku je star 42 godine, ima 18,5 godina radnog iskustva, a poduzetnički je aktivan 11,5 godina. Svoje kompetencije u području IT, organizacijskih i komunikacijskih vještina, kreativnosti te kapaciteta strateškog razmišljanja ocjenjuje vrlo dobrim⁴² dok vještine umrežavanja i stranog jezika nešto slabije. U prosjeku su dva čovjeka osnovala brzorastuće poduzeće te također dva čovjeka donose strateške odluke. Ispitanici koriste 25% svog vremena za strateško planiranje u brzorastućem poduzeću.

Vlasnik nerastućeg poduzeća je u prosjeku stariji od vlasnika brzorastućeg i ima 46 godina. Ima slabije IT vještine i slabije zna strani jezik. Također, ima više godina radnog staža kao i godina rada u poduzetništvu. Po ovim karakteristikama postoji statistički značajna razlika između vlasnika brzorastućih i nerastućih poduzeća, dok po ostalim karakteristikama ne postoje statistički značajne razlike (npr. broj osnivača, broj ljudi koji donosi strateške odluke, vrijeme posvećeno strateškom planiranju, vještine komunikacije, kreativnosti, strateškog razmišljanja, učenja).

Vlasnička struktura u brzorastućim i nerastućim poduzećima s obzirom na spol je ista: 25% je u vlasništvu žena, 75% u vlasništvu muškaraca i nema statistički značajne veze između spola i rasta poduzeća.

Brzorastuća poduzeća su u većem postotku u vlasništvu osoba koje imaju najvišu razinu obrazovanja (magisterij i doktorat) u odnosu na nerastuća (od svih nerastućih poduzeća, 66% vlasnika ima magisterij i 1% ima doktorat znanosti, dok je kod brzorastućih poduzeća to 80% i 2%). Povezanost između obrazovanja i rasta poduzeća je statistički značajna.

⁴² U upitniku je korištena Likertova skala 1 – 5, gdje ocjena 1 znači najlošije, a ocjena 5 najbolje.

Jednako se dodatno educiraju i vlasnici rastućih i nerastućih poduzeća, oko 50% barem jednom godišnje. Ne postoji statistički značajna veza između rasta i dodatnog obrazovanja - nije se pokazalo da se vlasnici rastućih poduzeća više obrazuju, jednako se svi obrazuju bez obzira na rast.

Što se tiče sklonosti za preuzimanje rizika, vlasnici obje kategorije poduzeća su oprezni i nisu skloni nerazumno poduzimanju rizika. Ne postoji statistički značajna razlika u sklonosti preuzimanju rizika između vlasnika brzorastućih i nerastućih poduzeća.

Među vlasnicima brzorastućih poduzeća je više onih koji su prethodno imali poduzetničkog iskustva, prije no što su pokrenuli trenutno poduzeće koje vode. Postoji statistički značajna veza između prethodnog iskustva i rasta – od svih brzorastućih 68% je imalo prethodno poduzetničko iskustvo, a od svih nerastućih 56% je imalo prethodno poduzetničko iskustvo.

Zanimljivo je da je među vlasnicima brzorastućih poduzeća manji postotak (50%) onih koji dolaze iz obitelji u kojoj je netko bio poduzetnički aktivan, dok je među vlasnicima nerastućih poduzeća bilo više takvih (61%). Ta razlika je statistički značajna.

Vlasnici brzorastućih poduzeća imaju jači i interni i eksterni lokus kontrole - smatraju da rezultati ovise o trudu koji ulože („moji vlastiti rezultati ovise o tome koliko truda uložim“), a imaju i osjećaj da mogu utjecati na stvari oko sebe („imam osjećaj da mogu utjecati na stvari koje mi se događaju“). To je statistički značajno drugačije u odnosu na vlasnike nerastućih poduzeća. Istovremeno, obje kategorije vlasnika imaju jednaku sklonost riziku („spreman sam preuzeti rizik“), potrebu za postignućem („čak i nakon što ostvarim uspjeh, nastojim biti što bolji“), orijentiranost ciljevima na osobnoj razini („orijentiran sam ciljevima“) i kod ovih obilježja nema statistički značajnih razlika u ocjenama između vlasnika brzorastućih i nerastućih poduzeća.

Profil poduzeća

Opći profil: Prosječna starost brzorastućeg poduzeća je 13 godina, a nerastućih 16.

Čak 65% brzorastućih poduzeća pripada u grupu poduzeća s visokom tehnologijom (kod nerastućih je taj postotak 50%), 28% je iz kreativnih industrija (8% kod nerastućih). Najviše brzorastućih je iz djelatnosti informacije i komunikacije. Razlike u učešću brzorastućih poduzeća po navedenim djelatnostima statistički su značajne.

U prosjeku u brzorastućim poduzećima 56% zaposlenih, a u nerastućim 37% zaposlenih ima visokospecijalizirana znanja, što je statistički značajna razlika.

Zaposlenici godišnje imaju u prosjeku oko 200 sati obuke u brzorastućim poduzećima, a u nerastućim 100 sati, što je statistički značajno različito.

Financijski profil: U izvoznim aktivnostima postoje razlike između brzorastućih i nerastućih poduzeća: brzorastuća poduzeća imaju 28,8% kupaca izvan države, a nerastuća 18,8%. Također, udio prihoda koji se ostvaruju izvozom je kod brzorastućih prosjeka u prosjeku 15,8%, a kod nerastućih 8,6%. Ove razlike su statistički značajne.

Iako su brzorastuća poduzeća visoko zadužena (očito svoj rast financiraju zaduživanjem), ipak su značajno manje zadužena od nerastućih - odnos obveza i imovine kod brzorastućih je 0,8, a kod nerastućih 2,8. Također, udio bankarskih kredita u pasivi iznosi 7% dok je kod nerastućih poduzeća 12%, što je statistički značajna razlika.

Samo 24% brzorastućih i 76% nerastućih poduzeća koristilo je kredite kao izvor financiranja u protekle 3 godine, što je statistički značajno različito.

Fondove rizičnog kapitala koristilo je 4% brzorastućih i 0% nerastućih poduzeća što je statistički značajna razlika.

Svega 2% brzorastućih i isto toliko nerastućih poduzeća koristilo je poslovne anđele.

Oko 20 % brzorastućih i približno isto toliko nerastućih poduzeća koristilo je državne potpore kao izvor financiranja.

Udio nematerijalne imovine u ukupnoj imovini je i kod brzorastućih i kod nerastućih poduzeća na razini 1,5%.

Udio investicija u novu dugotrajnu imovinu u ukupnoj imovini je i kod brzorastućih i kod nerastućih poduzeća na razini 5%.

Likvidnost brzorastućih i nerastućih je podjednaka (koeficijent ubrzane likvidnosti je 1,5).

Profitabilnost je podjednaka - profitna marža oko 8%, a povrat na imovinu 15%.

Strateški profil: oko 30% brzorastućih i isto toliko nerastućih poduzeća ima napisanu poslovnu strategiju poduzeća.

Samo 26,7% brzorastućih i 17% nerastućih poduzeća ima pisanu marketinšku strategiju, što je statistički značajna razlika.

Čak 96% brzorastućih poduzeća u svojoj viziji ima jasno izraženu orijentaciju prema rastu, a kod nerastućih je to 85%, što je statistički značajno različito.

Dodatne izvore financiranja u iduće 2 godine trebat će 50% brzorastućih i 60% nerastućih poduzeća.

Poteškoće u financiranju u protekle 3 godine imalo je 31,1% brzorastućih i 45,5% nerastućih poduzeća, što je statistički značajna razlika.

Svega 25% brzorastućih i isto toliko nerastućih poduzeća imaju proizvode/usluge zaštićene nekim oblikom intelektualnog vlasništva.

Više brzorastućih poduzeća (50%) koristi ideje koje kopiraju od konkurencije, dok 37% nerastućih poduzeća to čini, što je statistički značajna razlika.

U obje kategorije poduzeća ne postoji razlika u oslanjanju na savjete drugih poduzetnika: 70% poduzeća najviše koriste savjetima s drugim poduzetnicima i s osobama koje imaju veliko poslovno iskustvo.

Oko 60% obje kategorije poduzeća savjetuje se sa suradnicima na poslu dok se 55% savjetuje s dobavljačima. Oko 40% i rastućih i nerastućih poduzeća pita za savjet/ideju obitelj i isto toliko svoje klijente. 30% i jednih i drugih pita za savjet/ideju struku, a najmanje odnosno 20% se koristi savjetima i idejama banke i odvjetnika.

Rezultati istraživanja o organizacijskom učenju (koje se identificira kroz spremnost i orijentiranost prema snažnom rastu, zajedničku viziju o rastu svih zaposlenika, snažan timski duh, učenje iz vlastitih pogrešaka te proučavanje uspješnih i neuspješnih poslovnih aktivnosti) pokazuju da ne postoji razlika u ocjenama između brzorastućih i nerastućih poduzeća

Upitnikom su bila obuhvaćena i pitanja koja se odnose na praćenje potreba tržišta (tržišna dinamika). Vlasnici poduzeća su ocjenama od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem) izražavali svoj stav prema ponuđenim izjavama koje su se odnosile na - praćenje zadovoljstva kupaca, praćenje konkurencije, dijeljenje informacija o željama klijenata, kreiranje procedura unutar poduzeća koje su fokusirane na zadovoljavanje potreba na tržištu te fokusiranje na privlačenje novih kupaca. Rezultati pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika u ocjenama između rastućih i nerastućih.

Vlasnici poduzeća su ocjenjivali tržišnu dinamiku kroz izjave - kupci konstantno traže nove proizvode/usluge; proizvodi i usluge na tržištu brzo zastarijevaju; poduzeća često moraju ulagati u novu tehnologiju jer ona brzo zastarijeva; tehnologija na kojoj se temelji poslovanje se često mijenja; tržište brzo raste; tržište je karakterizirano snažnom konkurencijom. Rezultati pokazuju da ne postoji statistički razlika u ocjenama između brzorastućih i nerastućih poduzeća.

Organizacijski profil: Što se tiče stupnja centralizacije/decentralizacije, standardizacije postupaka, formalizacije, specijalizacije - ne postoji statistički značajna razlika u odgovorima između brzorastućih i nerastućih poduzeća.

Kod 80% poduzeća obje kategorije svaki zaposlenik ima svoje specifične zadatke.

Kod 45% poduzeća obje kategorije zaposlenici imaju funkcije koje samo oni mogu ispuniti.

Inovacijski profil (na temelju pitanja iz GEM upitnika): Od svih brzorastućih kao i nerastućih poduzeća, oko 12% nudi proizvode i usluge koji su novi svim njihovim kupcima. Statistički značajna razlika između brzorastućih i nerastućih poduzeća postoji u postotku onih koji nude proizvode koji nisu novi niti jednom kupcu te onih čiji su proizvodi novi nekim kupcima - kod brzorastućih poduzeća je 16% je onih koji imaju proizvode koji nisu novi niti

jednom kupcu, a kod nerastućih je 26%, dok je postotak onih čiji su proizvodi novi nekim kupcima kod brzorastućih oko 70%, a kod nerastućih poduzeća 60%.

Situacija je slična i kod pitanja koliko trenutno postoji poduzeća koje nude isti proizvod/uslugu kao što nudi njihovo poduzeće. Postotak onih kod kojih niti jedno drugo poduzeće ne nudi takav proizvod je oko 4% i za brzorastuća i za nerastuća poduzeća.

Statistički značajna razlika je između brzorastućih poduzeća koja nemaju veliku konkurenciju (samo mali broj poduzeća nudi isti proizvod/uslugu) – 56%, dok je manje takvih nerastućih poduzeća (44%), dok je onih najslabijih koji imaju jaku konkurenciju kod brzorastućih poduzeća 40%, a kod nerastućih 53%.

Značajna razlika između brzorastućih i nerastućih poduzeća postoji kod upotrebe tehnologije koja se koristi u poduzeću. Brzorastuća poduzeća imaju značajno noviju i napredniju tehnologiju u odnosu na nerastuća poduzeća: 13% brzorastućih i 3% nerastućih koristi najnoviju tehnologiju - mlađu od 1 godine. Nešto stariju, onu između 1 i 5 godina, koristi 67% brzorastućih i 60% nerastućih, a staru tehnologiju koristi 20% brzorastućih i 37% nerastućih.

Što se tiče novih proizvoda/usluga/procesa u poduzeću, ne postoji razlika između brzorastućih i nerastućih poduzeća. Oko 11% obje kategorije poduzeća je izjavilo da nemaju niti planiraju imati inovacije u tim područjima, dok ih namjerava pokrenuti oko 30% i jednih i drugih. Također, 30% i brzorastućih i nerastućih poduzeća se trenutno nalazi u ranim fazama implementacije inovacija, a oko 20% su iskusni inovatori.

Profil barijera za rast poduzeća

Ispitanici (vlasnici poduzeća) su ocjenama od 1 (uopće nije barijera) do 5 (vrlo visoka barijera) ocijenili koliko su odabrani faktori barijere rastu poduzeća. Barijere su podijeljene na interne i eksterne.

Interne barijere obuhvaćaju ljudski potencijal (zadržavanje kvalificiranih zaposlenika; raspoloživost znanja/tehnologije; umrežavanje; managerske vještine), tehnološke barijere (praćenje tehnološkog napretka; pribavljanje najnovije tehnologije; teškoće u implementaciji nove tehnologije), tržišne barijere (pristup novim tržištima; problemi sa zalihama i dobavljačima; održavanje razine konkurentnosti; pristup inozemnim tržištima) i financijske (održavanje tijeka novca).

Eksterne barijere obuhvaćaju administraciju/regulativu (administrativne barijere; nedostatak podrške države; politike gospodarstva; zakon o radu; porezna politika; korupcija), tržišne barijere (povećana konkurencija; okolina u kojoj se posluje) i financijske barijere (nedostatak podrške banaka; cijena kapitala; dostupnost kapitala).

Analizirajući sve barijere zajedno, vlasnici brzorastućih poduzeća su u 3 najveće barijere svrstali sve eksterne barijere: porezna politika, politike gospodarstva i okolina u kojoj se posluje. Vlasnici nerastućih poduzeća se slažu u vezi prve dvije barijere, a na treće mjesto stavljaju korupciju kao barijeru rastu.

Objektive kategorije ispitanika imaju vrlo slične stavove u vezi najmanjih barijera, koje su, za razliku od najvećih, sve interne barijere: umrežavanje, implementacija i praćenje tehnologije i raspoloživo znanje. Ovakav stav otvara pitanje nedovoljne samokritičnosti, jer ako praćenje tehnologije nije problem, kako je moguća niska razina inovativnih proizvoda. Vlasnici brzorastućih i nerastućih poduzeća smatraju da raspoloživost i cijena bankarskih kredita ne predstavlja prepreke. Najveće interne barijere su i kod brzorastućih i kod nerastućih poduzeća održavanje tijeka novca i pristup novim tržištima.

Razlike između vlasnika brzorastućih i nerastućih poduzeća je u ocjenama sljedećih barijera: održavanje novčanog tijeka, povećana konkurencija, politike gospodarstva koje vodi vlada, zakon o radu i korupcija – brzorastućici su sve ove barijere ocijenili značajno nižim od nerastućih poduzeća.

Modeli za procjenu potencijala za rast

Na temelju uvida u aktualnu raspravu o brzorastućim poduzećima i njihovom značaju za nacionalna gospodarstva zbog doprinosa u kreiranju nove zaposlenosti, konkurentnosti na globalnim tržištima a kroz to i povećanje kvalitete života, te spoznaje o izuzetno malom učešću takvih poduzeća u hrvatskom gospodarstvu, u okviru projekta razvijen je model za procjenu potencijala za rast. Iako postoje modeli za procjenu potencijala za rast, pretpostavka istraživačkog tima je bila da se kvaliteta tih modela može povećati ako se izgrade na principu kontekstualizacije (prepoznavanju specifičnosti poduzeća u specifičnoj poduzetničkoj okolini, u Hrvatskoj).

Opis modela

Model za procjenu potencijala za rast poduzeća kreiran je kako bi se istražila kombinacija karakteristika poduzetnika, poduzeća i okoline koja je važna za realizaciju rasta te kako bi se omogućilo izračunavanje vjerojatnosti za rast za svako malo i srednje poduzeće u Hrvatskoj. Definicija rasta obuhvatila je kombinaciju dva kriterija: rast prodaje i rast zaposlenih u trogodišnjem razdoblju. Za kreiranje modela korištene su faktorska analiza i logistička regresija.

Model za procjenu potencijala za rast malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj obuhvatio je sljedeće 4 varijable koje doprinose razumijevanju potencijala za rast i omogućavaju izračunavanje vjerojatnosti za rast:

1. Starost tehnologije koja se koristi u razvoju proizvoda/usluga:

- manje od 1 godine
- od 1 do 5 godina
- više od 5 godina

2. Koliko poduzeća nudi isti proizvod/uslugu (kao i anketirano poduzeće):

- mnogo
- nekoliko
- niti jedno

3. Je li poduzeće prolazilo kroz poteškoće u financiranju poslovanja u protekle 3 godine:

- da
- ne

4. Barijere rastu na strani kapitala:

Faktor (kreiran faktorskom analizom) koji se sastoji od sljedeći varijabli: nedostatak podrške banaka, cijena kapitala i dostupnost kapitala.

Tablica 57 Model za procjenu potencijala za rast prodaje i zaposlenih za mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj

Variable		regresijski koeficijent	p-vrijednost
Starost tehnologije	od 1 do 5 godina	-1,768	0,0825
	više od 5 godina	-2,184	0,0413
Poduzeća koje nude isti proizvod/uslugu	mного nudi isti	-1,222	0,386
	nekoliko nudi isti	-0,562	0,266
Bez teškoća u financiranju u protekle 3 godine		0,535	0,273
Barijere rastu na strani kapitala		-1,018	<0,001
Preciznost modela: Stopa pogodaka za rastuće = 78%; Stopa pogodaka za nerastuće = 60%; AUC=0.76; KS=50,5			

Iz modela se može zaključiti da šansa poduzeća da bude brzorastuće a ima stariju tehnologiju, pogotovo ako se radi o tehnologiji koja je stara 5 godina i više, se smanjuje u odnosu na poduzeća koja imaju noviju tehnologiju. Što je tehnologija koju poduzeće upotrebljava novija, to je vjerojatnost za postizanje rasta veća.

Šansa poduzeća da bude brzorastuće a koje nudi iste proizvode kao i ostala poduzeća, pogotovo ako je takvih poduzeća mnogo, se smanjuje u odnosu na poduzeća koja imaju proizvode koje ne nudi nitko. Nadalje, veća je vjerojatnost da će poduzeće ostvariti veći rast ako u prethodne 3 godine nije imalo poteškoća u financiranju. Što su barijere rastu na strani kapitala manje odnosno što je manja cijena i dostupnost kapitala te ako je moguće ostvariti podršku banaka, to je vjerojatnost za rast veća.

Ako se izračuna potencijal za rast za sva poduzeća u uzorku prema djelatnosti, može se uočiti da najveći potencijal za rast imaju poduzeća koja pripadaju djelatnosti 'informacije i komunikacije', zatim 'prijevoz i skladištenje' te 'stručne i znanstvene djelatnosti'. Najmanji potencijal za rast imaju poduzeća iz djelatnosti 'nekretnine', 'poljoprivreda, lov, šumarstvo, ribarstvo' i 'građevinarstvo'.

Što se tiče analize potencijala prema regijama, najbolje stoje regije Zagreb i okolica, te Istra, Primorje i Gorski Kotar, a regije gdje su poduzeća s najmanjim potencijalom za rast su Sjeverna Hrvatska te Lika i Banovina.

Kako koristiti alat za procjenu potencijala za rast?

U okviru projekta su razvijeni alati, tzv. 'modeli predikcije rasta' koje mogu u Hrvatskoj koristiti sva poduzeća kako bi procijenili svoj potencijal za rast i kako bi dobili preporuke kako povećati potencijal za rast poduzeća.

Razvijena su i testirana dva tipa statističkih modela procjene potencijala za rast, jedni koji se baziraju isključivo na financijskim izvještajima i drugi koji su temeljeni na kombinaciji financijskih izvještaja i odgovora vlasnika poduzeća za odabrana pitanja.

Podaci odnosno odgovori se uvrštavaju u formule za procjenu potencijala za rast. Kao rezultat dobije se broj (vjerojatnost) koji pokazuje kolika je vjerojatnost da poduzeće u idućem trogodišnjem razdoblju ostvari brzi rast prodaje, ukupnih prihoda, imovine i broja zaposlenih. Osim što poduzeće dobije informaciju o potencijalu za ostvarivanje rasta, u okviru projekta su kreirane i preporuke za povećanje potencijala za rast.

Na temelju izračunatog potencijala za rast i preporuka kreira se izvještaj koji svako poduzeće može dobiti preko web servisa koji je razvijen u okviru projekta, a nakon što ispuni anketni upitnik (<http://www.potento.eu/Ankete/Create>). Ispunjavanje anketnog upitnika je obavezno zato što se na temelju odgovora koje poduzetnik da na pitanja, izračunava potencijal za rast poduzeća i preporuke za povećanje rasta.

Nakon što vlasnik / poduzeće unese tražene podatke, dobit će izvještaj o potencijalu za rast koji se sastoji od 5 informacija vezanih uz potencijal za rast:

1. Podaci o poduzeću. Prikazani su ključni financijski pokazatelji za procjenu potencijala za rast koji može biti temeljen na ukupnim prihodima, prodaji, imovini ili zaposlenima

2. Potencijal za rast poduzeća u odnosu na sva poduzeća u rasponu od vrlo niskog do vrlo visokog. Kako bi se izračunao potencijal za rast, financijski pokazatelji poduzeća i odgovori vlasnika iz upitnika ponderiraju se određenim težinama da bi se dobila vjerojatnost da će poduzeće u idućem trogodišnjem razdoblju ostvariti 20% rast prihoda od prodaje, ukupnih prihoda, imovine ili broja zaposlenih. Na temelju izračunate vjerojatnosti određuje se potencijal za rast u rasponu od vrlo visokog do vrlo niskog odnosno bez potencijala za rast.

3. Potencijal za rast poduzeća u odnosu na sva poduzeća izražen kroz postotke. Kako bi poduzeće dobilo informaciju gdje se nalazi u odnosu na ostala poduzeća, potencijal za rast raspoređuje se u decimile tako da poduzeće dobije informaciju o tome od koliko poduzeća ima veći, a od koliko manji potencijal za rast. Primjerice, poduzeće može biti među 10% poduzeća s najvećim potencijalom za rast ili pak 85% poduzeća može imati veći potencijal za brzi rast nego što to ima konkretno poduzeće što znači da ono ima potencijal za brzi rast koji je veći od 15% poduzeća.

4. Potencijal za rast u odnosu na prosjek u grani djelatnosti. Poduzeće se uspoređuje s obzirom na potencijal za rast i u odnosu na djelatnosti kojoj pripada pa svako poduzeće također u izvještaju dobije informaciju je li bolje ili lošije u odnosu na prosjek grane djelatnosti kojoj pripada.

5. Preporuke. Na temelju izračunatog potencijala za brzi rast poduzeće dobije preporuke kako realizirati odnosno povećati svoj potencijal za brzi rast.

Od istraživanja do primjene

Ako poduzeće u sasvim ranoj fazi prepozna da postoji potencijal za rast, veće su šanse da će rast realizirati. Ako poduzeće ima vrlo nizak potencijal za rast, a ima ambicije za rastom, može poduzeti određene aktivnosti koje će doprinijeti razvoju potencijala za rast. Rast se ne događa slučajno, u velikoj mjeri određen je karakteristikama poduzeća i vlasnika, te strateškoj i organizacijskoj spremnosti za rast.

Rezultati provedenog istraživanja komplementarni su s prezentiranim rezultatima GEM istraživanja u 2017. godini, ali i u ranijim razdobljima. U oba istraživanja prepoznati su isti obrasci, kao što su na primjer:

- češće su poduzetni oni koji su obrazovaniji
- niska razina inovativnosti, naročito u području proizvoda
- regionalna rasprostranjenost brzorastućih poduzeća potvrđuje regionalnu rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti, posebno imajući u vidu motivacijski indeks (Lika i Banovina imaju najmanje poduzetnika zbog uočene prilike) ali i najmanje brzorastućih poduzeća. Najveći broj brzorastućih poduzeća je u regijama Zagreb i okolica, te Istra, Primorje i Gorski kotar, a u tim regijama ima i najviše poduzetnika zbog uočene prilike.

Zbog toga provedeno istraživanje u okviru ovog projekta 'Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća' i rezultati istraživanja GEM 2017 prikazani u poglavljima 2, 3 i 4 omogućavaju zajedničke preporuke prezentirane u poglavlju 6.

Osim toga, sljedeće specifične preporuke koje proizlaze iz ovog projekta odnose se na poduzeća, na obrazovne institucije, financijske institucije i relevantna ministarstva (prvenstveno gospodarstva, financija, znanosti i regionalnog razvoja):

- za poduzeća: preporučiti korištenje modela za samoprocjenu kapaciteta za brzi rast, u cilju jačanja vlastite strateške i organizacijske spremnosti za brzi rast
- za obrazovne institucije: preporučiti intervencije u obrazovne sadržaje u kojima je nedovoljno prisutna problematika brzog rasta poslovnog pothvata, najrizičnijom fazom životnog ciklusa poduzeća
- za financijske institucije: preporučiti korištenje modela za procjenu kapaciteta za brzi rast svojih klijenata i time pomoći klijentima u razumijevanju svog kapaciteta za brzi rast, ali poboljšati svoj pristup u ocjeni klijentove performace u budućnosti
- za relevantna ministarstva i javne servise (npr. FINA⁴³, BICRO, Hrvatska banka za obnovu i razvoj...): dizajnirati vladine intervencije u stvaranje stimulirajuće poslovne okoline za brzorastuća poduzeća, razvijati programe podrške suradnje istraživačkih institucija i poslovnog sektora

⁴³ Zbog partnerskog odnosa s Financijskom agencijom FINA u realizaciji ovog projekta i ranijeg projekta Modeli za ocjenu rizičnosti poslovanja poduzeća (u okviru Istraživačkog programa Poduzetništvo - mobilizator socijalne integracije), pored modela za procjenu potencijala rasta malih i srednjih poduzeća, izrađeni su i modeli za procjenu rizičnosti, modeli za procjenu ranih znakova upozorenja i modeli strukture kapitala. Komercijalizacijom ovih istraživačkih proizvoda, FINA može značajno obogatiti svoj portfolio informacijskih proizvoda i time doprinijeti kvaliteti poslovnog odlučivanja na razini poduzeća, ali i za dizajniranje politika u području gospodarstva i poduzetništva, financija i regionalne politike.

6 Zaključci i preporuke

Zaključci – promjena nema, a nužne su godinama

Što GEM kaže?

Što kažu druga istraživanja?

Preporuke – kako potaknuti proaktivnost, inovativnost i odgovornost svih u rješavanju problema zaostajanja

Odgovornost za promjene – polazište za preporuke

Preporuke za pojedince – odgovornost za osobne odluke

Preporuke za institucije – više odgovornosti i odgovornosti prema građanima

Perspektiva Europskog semestra, Nacionalnog programa reformi i GEM istraživanje

GEM je jedino istraživanje u svijetu kojim se prati poduzetnička aktivnost na razini pojedinca u specifičnom nacionalnom kontekstu poduzetničkog ekosustava. Podaci prikupljeni od reprezentativnog uzorka odrasle populacije (koji su rezultat osobnog iskustva u poduzetničkoj aktivnosti) i eksperata o kvaliteti poduzetničkog ekosustava reflektiraju samoevaluaciju, očekivanja i percepciju o pojedinim aspektima poduzetničkog procesa (od individualnih atributa i društvenih vrijednosti do pojedinih faza životnog ciklusa poduzetničkih aktivnosti: pokretanje, rast, izlazak) i interakcije s poduzetničkim ekosustavom. Zbog te svoje specifičnosti, rezultate GEM istraživanja koriste vlade i međunarodne institucije (kao npr. OECD) u cilju boljeg razumijevanja poduzetničkog kapaciteta zemlje i za oblikovanje politika relevantne za jačanje poduzetničkog kapaciteta na razini pojedinca i poduzetničkog ekosustava.

Sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju od 2002. godine omogućava uočavanje trendova i obrazaca praćenje poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj (i grupama zemalja s kojima se Hrvatska uspoređuje: EU i zemljama čija gospodarstva se temelje na efikasnosti i tranziciji prema gospodarstvima temeljenim na inovacijskim faktorima). Longitudinalne i međunarodne usporedbe omogućene su korištenjem standardiziranih indikatora izračunatih iz podataka prikupljenih istim istraživačkim alatima u skladu s teorijski utemeljenim konceptualnim okvirom.

Zaključci – promjena nema, a nužne su godinama

Prezentirani rezultati GEM istraživanja u 2017. godini (poglavlja 2, 3 i 4), te provedena dodatna analiza rastućih poduzeća (poglavlje 5) potvrđuju uočene tendencije i obrasce poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj, te naglašavaju kritična područja koja zahtijevaju intervencije od razine pojedinca do institucija.

Što GEM kaže?

Temeljeno na provedenoj analizi, zaključci prate GEM konceptualni okvir koji pretpostavlja dvije temeljne interakcije: interakciju individualnih atributa s društvenim vrijednostima i interakciju pojedinca s poduzetničkom okolinom. Obje interakcije su ključne za oblikovanje poduzetničke aktivnosti.

Percepcija o prilikama u neposrednoj okolini sudionika istraživanja značajno raste (sa 22,3% u 2015. godini na 33,6% u 2017.), što je omogućilo da se Hrvatska prvi puta „odlijepi“ od začelja EU i znak je vraćanja poslovnog optimizma. Ipak, još uvijek je razlika između Hrvatske i EU vrlo velika (33,6% vs. 42,6%) što govori i o velikoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje. Istovremeno, Hrvatska je u vrhu EU po iskazanim poduzetničkim namjerama (u 2017. godini je na prvom mjestu), što upućuje na veće učešće pokretanja poslovnih pothvata iz nužde, a ne zbog uočene prilike.

Društvene vrijednosti ne podržavaju poduzetničko djelovanje. U europskoj perspektivi, Hrvatska se nalazi u prvoj trećini po stavu o tome da je biti poduzetnik dobar izbor karijere, ali je zadnja od EU zemalja uključenih u

GEM istraživanje po stavu o društvenom statusu uspješnih poduzetnika. Blizu dvije trećine ispitanika (na razini od oko 62% u razdoblju 2012.-2017.) ima pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri (a to potvrđuju podaci da jedna petina ispitanika iskazuje namjeru pokretanja poslovnog pothvata - iznad prosjeka EU), ali to nije praćeno i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu, što umanjuje kapacitet poduzetničkog djelovanja.

Dinamizam poduzetničke aktivnosti Hrvatske mjeran kroz ranu aktivnost– TEA indeks (do 42 mjeseca aktivnosti) i aktivnost „odraslih“ poduzetnika (više od 42 mjeseca aktivnosti) i dalje pokazuje dvije zabrinjavajuće situacije: nizak motivacijski indeks i malo učešće „odraslih“ poduzeća. Hrvatska u 2017. godini zadržava ranije ostvareni intenzitet „početničke“ poduzetničke aktivnosti (8,9%) i po tom pokazatelju je čak iznad prosjeka EU zemalja uključenih u GEM istraživanje, ali je to rezultat jačanja poduzetničke aktivnosti zbog nužde, a ne zbog uočenih prilika. Motivacijski indeks (omjer TEA zbog uočene prilike i TEA zbog nužde) u 2017. godini se vratio na 1,8 (nakon malog oporavka u 2016. godini na 2,2). Po motivacijskom indeksu, Hrvatska je na začelju u EU u cijelom promatranom razdoblju, a u 2015. godini bila je na posljednjem mjestu. Značaj motivacijskog indeksa za procjenu kapaciteta poduzetničkog djelovanja vidi se iz usporedbe s prosjekom motivacijskog indeksa za EU (npr. u 2017. godini) od 5,0, što znači da u EU ima u prosjeku 5 puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike a u Hrvatskoj samo je 1,8 puta više takvih poduzetnika..

Istovremeno, Hrvatska u razdoblju 2015.-2017. povećava gustoću „odraslih“ poduzeća (broj „odraslih“ poduzeća na 100 odraslih stanovnika), sa 2,8% u 2015. godini na 4,4% u 2017. godini, ali to je još uvijek tek 62% od EU prosjeka u 2017. godini (u usporedbi s 43% prosjeka EU u 2015. godini, kada je Hrvatska bila na zadnjem mjestu zbog najniže gustoće „odraslih“ poduzeća). Ovako niska razina prisutnosti „odraslih“ poduzeća dugotrajna je karakteristika hrvatskog gospodarstva, što i dalje upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

U 2015. i 2017. godini Hrvatska je po postotku poslovnih pothvata (poduzeća) koja su prestala djelovati u zadnjih 12 mjeseci neznatno ispod prosjeka EU (u 2016. godini je značajno iznad EU prosjeka). Interpretacija ovog pokazatelja zahtijeva kontekstualizaciju, jer visoki postotak izlaska može značiti nepripremljenost ulaska u poduzetničku aktivnost, ali i efikasnost regulatornog okvira koji omogućava brzo „provjetranje“ gospodarske strukture. Niski postotak izlaska može značiti dobru pripremljenost, ali i moguću ograničavajući utjecaj poduzetničkog ekosustava. Visoko učešće ulaska u poduzetničku aktivnost zbog nužde u promatranom razdoblju upozorava na moguću nedovoljnu pripremljenost, a niska razina izlaska na administrativne prepreke s kojima se susreću poduzetnici koji žele izaći iz poslovnog pothvata. Dinamizam obnavljanja poduzetničke strukture je nizak promatran kroz odnos ranih i „odraslih“ poduzeća, u usporedbi s najvišim (a koji se u sve tri promatrane godine odnosi na visoko razvijenu zemlju – Luksemburg). Najbolji odnos novih i „odraslih“ poduzeća je onaj koji omogućava održivu vitalnost poduzetničke strukture, ali je za takvu ocjenu potrebno imati uvid u kvalitetu poslovnih pothvata. Iz GEM istraživanja se kvaliteta novih poslovnih pothvata može pretpostaviti kroz motivacijski indeks, a kvaliteta „odraslih“ poslovnih pothvata kroz njihov potencijal za rast.

Hrvatska i dalje ima **malo rastućih poduzeća**, koja se u GEM istraživanju definiraju pomoću pet kriterija inovativnosti: korištenje novih tehnologija, inovativnosti u razvoju novih proizvoda, izloženosti konkurenciji, izvoznoj orijentaciji i očekivanju novog zapošljavanja. U 2017. godini nastavljaju se već uočene pojave: Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i ranih i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije, ali ima manje poduzeća s novim proizvodima, zbog čega su na tržištu izložena većoj konkurenciji. U 2017. godini Hrvatska ima 22% novih poduzeća i 24,1% „odraslih“ poduzeća s najnovijom tehnologijom prema 15,6% novih i 7,5% „odraslih“ poduzeća u EU. Ali, u razdoblju 2015.-2017. oko 70% novih i više od 75% „rastućih“ poduzeća u Hrvatskoj imaju proizvode koji nikome nisu novi. Nova poduzeća pokazuju rast učešća novih proizvoda, ali u grupi „odraslih“ poduzeća pada učešće onih koji imaju proizvod nov svima.

U kategoriji ranih poslovnih pothvata prisutan je trend rasta onih koji imaju tehnologije starije od 5 godina i značajan pad onih koji imaju najnovije tehnologije. Izjednačeno je učešće novih i „odraslih“ poduzeća u kategoriji onih koji koriste najnoviju tehnologiju. Važno je uočiti da je Hrvatska zemlja s najvećim učešćem „odraslih“ poduzeća s najnovijom tehnologijom u Europskoj uniji u sve tri promatrane godine. Dugovječnost ovog obrasca poduzetničke aktivnosti (tehnološka spremnost bez novih proizvoda) ukazuje i na razlog zašto se Hrvatska ne uspijeva pomaknuti na ljestvici konkurentnosti. Konkurentnost se ne ostvaruje kroz tehnološku opremljenost, nego kroz inovativne proizvode⁴⁴.

⁴⁴ To potvrđuje i izvještaj o globalnoj konkurentnosti (Schwab, ed., 2017): kapacitet inoviranja, rang 120 vs. raspoloživost novih tehnologija, rang 65. Od 2014. godine izvješća Europskog semestra upozoravaju na nedovoljnost ulaganja u istraživanje i razvoj, a u izvješću za 2017. godinu (7.3.2018.) detalj-

Nedostatak novih proizvoda onemogućava Hrvatskoj da izađe iz tržišta na kojima je velika konkurencija, te se većina poduzeća još uvijek kupa u „crvenom oceanu“ domaćeg tržišta. Novi pothvati češće su orijentirani izvozu (51%, izvoz više od 26% od ukupnog prihoda) nego „odrasla“ poduzeća (40%), ali je prisutnost pothvata koji ništa ne izvoze u porastu u obje kategorije poduzeća.

Intenzitet novog zapošljavanja jedna je od važnih dimenzija rastućih poduzeća, koju koriste brojne međunarodne institucije kao ključni kriterij (npr. OECD). Nadprosječni optimizam i među novim i „odraslim“ poduzetnicima o novom zapošljavanju (više za zapošljavanje 5+ u narednih 5 godina nego za zapošljavanje 10+ zaposlenika) u usporedbi s prosjekom EU zemalja koje su sudjelovale u GEM istraživanju, nema potvrdu u drugim pokazateljima poduzetničke aktivnosti (nizak motivacijski indeks, niska konkurentnost zbog niske razine inovativnosti proizvoda). To otvara pitanja za brojne sudionike u kreiranju poduzetničkog ekosustava (vladine politike i programi, obrazovanje, suradnja istraživačkih institucija i poslovnog sektora, mediji...), ali i za poduzetnike o tome kako vide budućnost svojih pothvata i kakve strategije, poslovne politike i poslovne modele primjenjuju.

Po **poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika** (aktivnost na razvoju novog proizvoda / usluge, ili pokretanje nove poslovne jedinice za poslodavca) Hrvatska je iznad prosjeka EU u cijelom promatranom razdoblju 2015-2017. U 2017. godini 9,2% zaposlenika u Hrvatskoj imaju poduzetničku aktivnost unutar svog poduzeća, dok je prosjek za EU zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanje 7,0%. Taj oblik poduzetničke aktivnosti predstavlja skriveni poduzetnički kapacitet Hrvatske o kojem nitko ne vodi računa, niti poduzeća, niti nacionalne politike iz područja inovacija, obrazovanja ili poreznih olakšica.

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti prati se kroz poduzetničku demografiju, sektorsku i regionalnu rasprostranjenost. **Poduzetnička demografija pokazuje relativno stabilne odnose** u distribuciji poduzetničke aktivnosti i po rodosti i po dobi. Hrvatska još uvijek je značajnije «muška» zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, na razini prosjeka EU zemalja koje su u 2017. godini sudjelovale u GEM istraživanju, ali je značajnije manje uravnotežen odnos poduzetničke aktivnosti po kriteriju rodosti nego u Nizozemskoj (1,8 u Hrvatskoj vs. 1,1 u Nizozemskoj). Žene češće pokreću poslovne pothvate zbog nužde, muškarci češće zbog uočene prilike. Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi oscilira neznatno oko EU prosjeka, osim u kategoriji mladih 18-24 godine starosti (gdje je više mladih poduzetnički aktivno u Hrvatskoj nego u EU) i u kategoriji 55-64 godine starosti (u Hrvatskoj je manje ljudi poduzetnički aktivno nego u EU).

I dalje se potvrđuje obrazac da su **obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji**, po čemu je Hrvatska slična prosjeku EU.

Sektorska rasprostranjenost novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju 2015.-2017. godine rast u ekstraktivnoj industriji i pad poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih poduzećima i potrošačima. Uspoređujući Hrvatsku s prosjekom poduzetničkih aktivnosti u tim sektorima u EU, Hrvatska ima manje novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima i značajnije više u sektoru ekstraktivne industrije.

Poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) oscilira unutar promatranog razdoblja s obzirom na **regionalnu rasprostranjenost**, uz različite motive. Iako sve regije pokazuju nizak motivacijski indeks (osim regije Istra, Primorje i Gorski Kotar, te Zagreb i okolica), najlošiji omjer između poduzetničkih pothvata pokrenutih zbog uočene prilike i nužde je u Lici i Banovini u cijelom promatranom razdoblju. Istosmjernost pokazatelja o poduzetničkom kapacitetu „regije“ i pokazatelja kojima se mjeri razina razvijenosti (BDP pc, Indeks razvijenosti, Nezaposlenost) je očita u cijelom razdoblju 2015.-2017. Na primjer u 2017. godini, od šest „regija“ Zagreb i okolica su na drugom mjestu po poduzetničkoj aktivnosti (mjereno TEA indeksom), na drugom mjestu po motivacijskom indeksu, na prvom mjestu po BDP pc i indeksu razvijenosti, i s ispodprosječnom stopom nezaposlenosti. Slavonija i Baranja ima najnižu poduzetničku aktivnost, uz Liku i Banovinu ima i najniži motivacijski indeks, ali i najniži indeks razvijenosti, BDP pc i najvišu nezaposlenost. Smanjenje regionalnih razvojnih razlika zahtijeva ujednačavanje poduzetničke aktivnosti po regijama, ali i jačanje motivacijskog indeksa (tj. povećanje poduzetničkih pothvata koji su pokrenuti zbog uočene prilike, a ne nužde). To je proces koji će se s vremenskim pomakom odraziti na promjene u vrijednostima bruto domaćeg proizvoda po stanovniku i smanjenje nezaposlenosti.

no se identificiraju različiti aspekti nedjelotvornosti inovacijskog sustava Hrvatske (niska ulaganja, fragmentiranost istraživačkih aktivnosti, akademski sektor ne stimulira suradnju istraživača i poslovnog sektora, odgovornost za politike u području inovativnosti distribuirane u tri ministarstva).

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj još uvijek djeluje na poduzetničku aktivnost više ograničavajuće nego stimulirajuće. Prema ocjenama eksperata samo dvije komponente (raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture - telekomunikacijska⁴⁵ i prometna, te dinamika domaćeg tržišta) djeluju **stimulirajuće** na poduzetničku aktivnost. **Posebno ograničavajuće komponente** poduzetničke okoline u Hrvatskoj su vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sistem vrijednosti), te nedostatan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih⁴⁶.

Što kažu druga istraživanja?

Uočene tendencije i obrasci u poduzetničkom djelovanju u Hrvatskoj govore o nezadovoljavajućem stanju po gotovo svim indikatorima. Osim toga, rezultati GEM istraživanja godinama su komplementarni s istraživanjima o konkurentnosti (Svjetski gospodarski forum) i o lakoći poslovanja (Doing Business, Svjetska banka). Sva tri istraživanja godinama identificiraju najslabije komponente poslovne okoline u kojoj djeluju poduzetnici: kompliciran i netransparentan regulatorni okvir, nerazvijenost financijskog tržišta, neusklađenost obrazovanja i potreba gospodarstva, neadekvatna suradnja istraživačkih institucija i poslovnog sektora.

Izveštaj **Svjetskog gospodarskog foruma** za 2017.-2018. godinu (Schwab, ed., 2017: str.13, 98-99) potvrđuje višegodišnja ograničenja s kojima se susreće poslovni sektor. Na globalnoj ljestvici konkurentnosti, Hrvatska se od 2014. godine zadržava u sredini ljestvice (74. mjesto u 2017.-2018., od 137 zemalja). Od 12 stupova konkurentnosti, najnižu ocjenu⁴⁷ ima stup efikasnost tržišta rada (ocjena 3,8, rang 107, pad sa 100. mjesta u 2016. godini), inovativnost (ocjena 2,9, rang 106, pad sa 103. mjesta u 2016. godini), institucije (ocjena 3,5, rang 102, pad sa 89. mjesta), razvijenost financijskog tržišta (ocjena 3,6, rang 95 u obje godine).⁴⁸

Poslovni ambijent u Hrvatskoj najbolje je ocijenjen za tehnološku spremnost (43. mjesto, s ocjenom 5,0) i za infrastrukturu (48. mjesto, ocjena 4,6). Istraživanje je također potvrdilo da su i u 2017. godini najproblematičniji faktori za poslovanje neefikasnost državne birokracije, porezno opterećenje, nestabilnost politika, porezna regulativa i korupcija.

Svjetska banka u svom istraživanju lakoće poslovanja u 2018. godini⁴⁹ pozicionira Hrvatsku na 51. mjesto od 190 zemalja, s najlošije ocijenjenim komponentama dobivanja građevinskih dozvola, rang 126, porezno opterećenje, rang 95 i zahtjevnost pokretanja poslovnog pothvata (procedure, troškovi), rang 87. Hrvatska je u 2010. godini bila „udaljena“ od najboljih na razini od 61%, a 2018. godine je na 71,7% od najboljih (najveći skok je bio između 2014. i 2015. godine – sa 64% na 72% udaljenosti od najboljih), ali od tada udaljenost od najboljih oscilira neznatno na toj razini.

Preporuke – više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti u rješavanju problema zaostajanja

GEM istraživanje u 2017. godini potvrdilo je do sada prepoznate trendove i obrasce poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj. Korištenjem tri analitičke perspektive (promjene unutar Hrvatske, Hrvatska vs. Europska unija i Hrvatska vs. zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti i tranziciji prema inovativnosti) dobiven je vrlo temeljit uvid u razloge zbog kojih se poduzetnički kapacitet Hrvatske ne uspijeva razviti u skladu s potencijalom identificiranom na individualnoj razini (namjere, stav prema poduzetničkoj karijeri). Poduzetnička aktivnost se događa u vremenu i prostoru, što znači kao interakcija individualne inicijative i poduzetničkog ekosustava unutar kojeg pojedinac djeluje. Uz pojedinca, kvaliteta poduzetničkog ekosustava je ključna za izgradnju poduzet-

⁴⁵ Prema izvještaju Europskog semestra (7.3.2018.) Hrvatska je značajno ispod prosjeka EU u pokrivenosti sa širokopojasnom mrežom (a takva konstatacija bila je i u prethodnoj godini). Posebno je vidljiva razlika između urbanih i ruralnih područja: po pokrivenosti novom generacijom brzih fiksnih širokopojasnih tehnologija ruralnim područjima (67%) Hrvatska je u EU među zemljama s najnižom razinom pokrivenosti (EU prosjek je 80%).

⁴⁶ Te faktore poduzetničke okoline godinama identificiraju kao najkritičnije i istraživanje Svjetskog gospodarskog foruma (o konkurentnosti), Svjetske banke (o lakoći poslovanja) i izvješće Europskog semestra.

⁴⁷ U istraživanju konkurentnosti koristi se Likertova skala ocjena od 1 (najlošije) do 7 (najbolje).

⁴⁸ I još detaljnije: u 2017. godini najniže ocjene imaju sljedeće pod-komponente (od 137 zemalja): rang 135 imaju opterećenost vladinim regulacijama; efikasnost pravosuđa u rješavanju sporova; efikasnost pravnog okvira za preispitivanje regulatornog okvira, kapacitet privlačenja talenata; suradnja radnika i poslodavaca. Sljedeće komponente također godinama se nalaze na začelju: vladina javna nabava tehnološki naprednih proizvoda; rang 134; utjecaj porezne politike na stimuliranje ulaganja, rang 125; kapacitet inoviranja, rang 120; raspoloživost rizičnog kapitala 117.

⁴⁹ Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs (2018), The World Bank, str. 4.

ničkog kapaciteta. Za očekivati je da poduzetnički ekosustav ne smije ograničavati poduzetničke inicijative na individualnoj razini, nego ih stimulirati i podržavati.

Provedena analiza rezultata GEM istraživanja je i u 2017. godini, kao i u kontinuitetu od 2002. godine (kada je Hrvatska prvi puta sudjelovala u GEM istraživanju) upozorila na ograničavajuće djelovanje poduzetničkog ekosustava, prvenstveno u području:

- regulatornog okvira
- obrazovanja za poduzetničke kompetencije
- suradnje istraživačkih institucija i poslovnog sektora
- kvalitete profesionalnih usluga potrebne poduzetnicima (savjeti, mentorstvo)
- pristupu financijskim resursima (bankarski krediti, alternativni izvori financiranja)

Iz prezentiranih rezultata GEM istraživanja u 2017. godini, u usporedbi s 2016. i 2015., u EU perspektivi i perspektivi zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti i tranziciji prema inovativnosti), a posebno iz perspektive izvješća Europskog semestra (od 7.3.2018.) vidljivo je da je većina preporuka iz prijašnjih godina još uvijek aktualna⁵⁰. To i dalje upućuje na ne-činjenje, ali i na odgovornost za to, svih, od pojedinaca do institucija.

Sudjelovanje u GEM istraživanju od 2002. godine omogućuje Hrvatskoj da svoje politike, programe i intervencije temelji na spoznajama. Spoznaje kumulirane u 16 godina istraživanja stvorile su kapacitet razumijevanja tendencija i obrazaca poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj, te mogućnost uspoređivanja s drugima. Više je nego očito da Hrvatska ima pretpostavke za vođenje politika temeljenih na činjenicama, ne na pretpostavkama i da je za to potrebna samo odlučnost. Inače, neće biti moguće napraviti pomake bez kojih će Hrvatska ostati na začelju EU po kvaliteti života (zaposlenost, obrazovanost, konkurentnost – produktivnost, inovativnost). Zbog toga i u ovom izvješću se potvrđuje aktualnost osvježanih „starih“ preporuka, kojima se pozivaju svi na postizanje dogovora o politikama kojima uočene probleme eliminirati, zatim na suradnju u implementaciji dogovorenog uz javno praćenje procesa ostvarivanja dogovorenog.

Odgovornost za promjene – polazište za preporuke

1. Poduzetnički kapacitet zemlje ovisi o poduzetničkom kapacitetu pojedinca koji se realizira u interakciji s poduzetničkom okolinom. Iz takve definicije očita je **odgovornost za promjene na razini svakog pojedinca te na razini institucija**.

Potreban je **društveni konsenzus** da je poduzetništvo vid demokratizacije društva, jer osposobljavanje za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje osnažuje pojedince, čime se povećava kapacitet uključenosti. Iz perspektive takvog razumijevanja poduzetništva, važno je da kapacitet poduzetničkog djelovanja bude ravnomjerno rasprostranjen u društvu, bez obzira na rodnost, dob, obrazovnu strukturu, gospodarski sektor ili regiju, te da vladine politike budu u funkciji takvih očekivanja.

Održiva vitalnost gospodarske strukture zahtijeva zbog toga vrlo usklađene, ali i diferencirane politike u intenziviranje aktivnosti u pojedinim fazama životnog ciklusa gospodarske strukture.

2. Ujednačena kvaliteta svih komponenti poduzetničke okoline teško je ostvariv ali neophodan cilj, jer je oblikovanje pojedinih komponenti ovisno o razvojnom naslijeđu, političkim prioritetima, raspoloživim resursima (obrazovani ljudi i novci) i društvenim i kulturološkim odrednicama u kojima se događa poduzetnička aktivnost. Ipak, poznavanje (ne)kvalitete komponenti poduzetničke okoline u vlastitoj zemlji i mogućnost usporedbe sa zemljama koje imaju najbolja rješenja, a to upravo GEM istraživanje omogućava, zahtijeva analizu dobre prakse i konteksta u kojem je takva dobra praksa doprinijela jačanju povezanosti poduzetničke aktivnosti i ekonomskog rasta (kroz doprinos zaposlenosti i bruto domaćem proizvodu). To nije samo odgovornost jednog ministarstva, nego brojnih ministarstava (poduzetništva, gospodarstva, obrazovanja, znanosti, pravosuđa, rada, regionalnog razvoja), agencija i drugih institucija (sveučilišta, škola, financijskih institucija, udruga, asocijacija, medija).

⁵⁰ I u izvješću Europskog semestra (od 7.3.2018.) se konstatira da je u 52% preporuka ostvaren ograničen ili nikakav napredak. Hrvatska je prvi puta uključena u cikluse Europskog semestra 2014. godine.

- Promjenu stanja mogu osigurati **usklađene i istovremene vladine politike** na stvaranju poticajne poduzetničke okoline (prvenstveno u eliminiranju administrativnih barijera), **obrazovne institucije** (kroz omogućavanje svima da u procesu obrazovanja izgrade i svoje poduzetničke kompetencije), **poslovni i financijski sektor** (kroz jačanje konkurentnosti temeljene na inovativnosti i rastu) i **pojedinci** (koji će pokretati poslovne pothvate zbog uočene prilike).
- Za promjene je potreban **dogovor i suradnja** u implementaciji dogovorenog i javno praćenje izvršenja – perspektiva Europskog semestra i **Nacionalni program reformi** je okosnica utvrđivanja odgovornosti na institucionalnoj razini.

Preporuke za pojedince - odgovornost za osobne odluke

- Budući da je **poduzetnička kompetencija** jedna od osam cjeloživotnih kompetencija koju svatko treba imati, nužno je da svi, ali posebno mladi, insistiraju da formalni obrazovni sistem osigura odgovarajuće obrazovanje za stjecanje takve kompetencije, **tokom formalnog školovanja**, od osnovne škole do fakulteta. Aktivnu ulogu u tome trebaju imati mladi, nastavnici i roditelji.
- Komplementarno, svaki se pojedinac treba pobrinuti za stjecanje takve kompetencije korištenjem drugih izvora **neformalnog učenja**.
- Nezadovoljstvo svojom kvalitetom života treba pretvoriti u poduzetnički izazov razmatranjem **samozapošljavanja**, uz prethodno stjecanje odgovarajuće razine poduzetničke kompetencije.

Preporuke za institucije - više odgovornosti prema građanima

U cilju boljeg prepoznavanja povezanosti preporuka temeljenih na GEM 2017 istraživanju i planiranim aktivnostima u okviru Nacionalnog programa reformi za 2018. godinu, uz svaku preporuku navedene su aktivnosti iz tog programa koje imaju potencijal primjene preporuka. Na taj način daje se i dodatna informacija koja podržava uočena kao kritična u GEM istraživanju nisu „pokrivena“ i odgovarajućom pažnjom relevantnih institucija (ministarstava, financijskih, znanstvenih i obrazovnih institucija...). Budući da se GEM istraživanje provodi u godišnjoj dinamici, brojni GEM pokazatelji mogu se koristiti za obogaćivanje indikatora za mjerenje napretka u ostvarivanju ciljeva postavljenih Nacionalnim programom reformi, ali i nekih drugih strateških dokumenata. Na kraju ovog poglavlja prikazano je nekoliko primjera kako to čine neke zemlje i međunarodne institucije.

- Suradnja i istovremenost, korištenjem principa otvorene koordinacije:** na razini ministarstva neophodna je usklađenost politika, strategija, programa, instrumenata. Bez toga se neće moći riješiti brojni problemi zbog kojih veliki broj komponenti poduzetničke okoline djeluje kao ograničenje a ne podrška poduzetničkim namjerama i aktivnostima ljudi (npr. nedostatak poduzetničkog obrazovanja, nedostatak neformalnog kapitala za podržavanje inovativnih i rastućih poslovnih pothvata, nedostatak specijaliziranih poslovnih usluga), posebno na «regionalnoj» razini unutar Hrvatske.

Nacionalni program reformi:

1.3.7. Uvođenje integriranog sustava strateškog planiranja i upravljanja razvojem

- Pojednostavljenje regulatornog okvira u kojem se odvija poduzetnička aktivnost mora biti prioritet**, jer bez toga «prozori prilika» koji se otvaraju zbog dinamičnosti tržišta i dalje neće moći biti iskorišteni.

Nacionalni program reformi:

1.1.2. Administrativno rasterećenje poduzetnika i gospodarstva te analiza neporeznih davanja

1.1.4. Elektroničko pokretanje poslovanja

1.1.5. Objedinjavanje gospodarskih inspekcija

1.1.6. Daljnji razvoj elektroničke javne nabave

- Pokrenuti politike / programe za poticanje **uravnoteženja poduzetničke aktivnosti** s obzirom na rodnost, dob, sektore i „regije“.

Nacionalni program reformi:

3.2.1. Podizanje socijalne sigurnosti obitelji s djecom te osiguranje kvalitetne usluge skrbi o djeci rane i predškolske dobi i promicanje ravnoteže između poslovnog i obiteljskog života

4. Jačati **inovacijski kapacitet** gospodarstva kroz stimuliranje suradnje istraživačkih institucija i gospodarstva, internacionalizaciju istraživačkih inicijativa. Da bi se zadržala zaposlenost ili čak i povećavala potrebno je, osim preživljavanja, osigurati i veće učešće rastućih poslovnih pothvata. Samo pokretanje poslovnih pothvata i njihovo „odrastanje“ bez kapaciteta doprinosa stvaranja nove vrijednosti uz nizak omjer novih i „odraslih“ poslovnih pothvata samo okoštava neproduktivnu i nekonkurentnu poduzetničku strukturu.

Nacionalni program reformi (praćenje ostvarenja Europe 2020 ciljeva):

- 2.1.1.1. *Donošenje Zakona o državnoj potpori za istraživačkorazvojne projekte.*
- 2.1.1.2. *Donošenje Pravilnika o kriterijima za ostvarivanje potpore za istraživačko-razvojne projekte.*
- 2.1.1.3. *Inovacijski vaučeri.*
- 2.1.1.4. *Inovacije novoosnovanih MSP - Faza II.*
- 2.1.1.5. *Grant Shema Integrator*
- 2.1.1.6. *Provjera inovativnog koncepta za privatni sektor.*
- 2.1.1.8. *IRI natječaj Faza II.*
- 2.1.1.9. *Donošenje Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju.*
- 2.1.2.1. *Financiranje aktivnosti s ciljem poticanja prijave međunarodnih kompetitivnih projekata u okviru Okvirnog programa za istraživanja i inovacije Obzor 2020.*
- 2.1.2.2. *Zapošljavanje mladih znanstvenika putem „Projekta razvoja karijera mladih istraživača – izobrazba novih doktora znanosti“ u okviru OPULJP-a.*
- 2.1.3.1. *Evidentiranje korištenja istraživačke infrastrukture u RH.*
- 2.1.3.2. *Potpisivanje i potvrđivanje Sporazuma između RH i Europske svemirske agencije o svemirskoj suradnji u mirnodopske svrhe.*
- 2.1.3.3. *Potpisivanje Ugovora o pristupanju RH CERN-u.*

5. **Povećanja kvalitete javne uprave** jedna je od komponenti poduzetničke okoline koja ima važnu ulogu u stvaranju stimularajuće okoline u kojoj djeluju poduzetnici.

Nacionalni program reformi:

- 1.3.1. *Revidiranje sustava određivanja plaća*
- 1.3.2. *Racionalizacija i normativno uređenje organizacije i obavljanja poslova državne uprave*
- 1.3.3. *Racionalizacija sustava pravnih osoba s javnim ovlastima agencijskog tipa*
- 1.3.5. *Racionalizacija državne informacijske infrastrukture*
- 1.3.6. *Unaprjeđenje pružanja elektroničkih usluga i pristupa informacijama za građane i poslovne subjekte*

6. Ojačati **državni fond rizičnog kapitala**, za financiranje inovativnih i rastućih malih i srednjih poduzeća i osigurati porezne olakšice za one koji djeluju kao poslovni anđeli.
7. Razviti i primjenjivati **sistem praćenja i vrednovanja efekata vladinih politika i programa** i osigurati javnu dostupnost takvih informacija, imajući u vidu princip Think Small First (misliti prvo o malim poduzećima).

Nacionalni program reformi:

- 3.1.2. *Poboljšanje proračunskog planiranja, kontrole izvršavanja rashoda i unaprjeđenje fiskalne statistike*

8. Izraditi okvir **statističkog praćenja aktivnosti malih i srednjih poduzeća** i učiniti je javno dostupnom (povezati statističke baze o poslovanju poduzeća, vlasništvu, izvozno/uvoznim aktivnostima, te dodati pokazatelje o inovativnosti), jer je bez toga nemoguće osigurati usporedne informacije s kojima se

individualno poduzeće može mjeriti (grupacija, najbolji). Na pod-nacionalnoj razini raspoloživost statističkih informacija je vrlo nepotpuna i vremenski neusklađena, što značajno otežava upravljanje regionalnim razvojem.

9. **Profesionalna infrastruktura** koja osigurava usluge za one koji ulaze u poduzetničku aktivnost i one koji žele razvijati inovativni poslovni pothvat s potencijalom rasta mora osigurati veći spektar i višu razinu usluga, posebno onih koje doprinose smanjenju poslovnih promašaja (uočavanje prilike, kompetencije, financijska pismenost) i onih koje doprinose povećanju konkurentnosti i internacionalizacije (dizajn, sofisticiranija financijska pismenost, upravljačka osnaženost, *competitive intelligence*...), jer brojnost institucija ne rješava problem nedostatka kvalitetnih usluga poduzetnicima.

Nacionalni program reformi:

1.1.3. Liberalizacija tržišta usluga

10. **Mediji i obrazovanje** moraju prepoznati svoju ulogu i odgovornost za nisku razinu društvenih i kulturoloških normi (ne-podržavajući sistem vrijednosti) u odnosu na vrednovanje poduzetničkog djelovanja i na tome oblikovati svoje programe i aktivnosti.

Nacionalni program reformi:

2.1.4. Podizanje kvalitete, relevantnosti i atraktivnosti programa obrazovanja odraslih i cjeloživotnog učenja

2.1.5. Unaprjeđenje kvalitete i relevantnosti studijskih programa te zastupljenosti stručne prakse

2.1.6. Unaprjeđenje učinkovitosti financiranja visokog obrazovanja

2.2.1. Priprema i provedba pilot faze kurikularne reforme

2.2.2. Uspostava sustava razvoja digitalno zrelih škola

Ovo povezivanje preporuka s aktivnostima iz Nacionalnog programa reformi za 2018. godinu pokazuje jaku fokusiranost Vlade na inovativnost, javnu upravu, obrazovanje i regulatorni okvir. Istovremeno, neka kritična područja ostaju nepokrivena aktivnostima Nacionalnog programa reformi (tržište alternativnih izvora financiranja, statističko praćenje sektora malih i srednjih poduzeća). U nekim područjima nedovoljno su iskorištene preporuke (na primjer u području tržišta profesionalnih usluga).

Perspektiva Europskog semestra, Nacionalni program reformi i GEM istraživanje

Od 2014. godine, Europska unija na godišnjoj razini prati napredak svake članice u ostvarivanju strukturalnih reformi i korekcija makroekonomske neravnoteže, te ostvarivanja ciljeva Europa 2020, korištenjem metodologije Europskog semestra.

Perspektiva Europskog semestra⁵¹ omogućava bolje razumijevanje relevantnosti rezultata GEM istraživanja za oblikovanje reformi, politika i programa kojima se trebaju eliminirati ograničenja u postizanju održivog gospodarskog rasta.

Izveštaj Europskog semestra za 2017. godinu konstatira da će se oporavak gospodarstva Hrvatske nastaviti i u 2017. godini (uz stopu rasta BDP od 3,2%), Za 2018. i 2019. godinu predviđaju se niže stopa rasta (2,8% i 2,7%). Nedovoljni potencijal rasta najviše se temelji na dugotrajno niskoj produktivnosti i niskom, čak opadajućem korištenju ljudskih resursa. Nakon ovog kratkoročnog oporavka do 2018. godine, bez značajnih strukturalnih reformi u srednjoročnom razdoblju, Hrvatska će se vratiti na svoj potencijal rasta od oko 1%, što je niže od potencijala rasta zemalja koje također "hvataju korak".

Ocjenu ostvarenja preporuka za 2017. godinu treba promatrati u vremenskoj perspektivi od 2014. godine kada su prvi puta formulirane - kod 48% preporuka zabilježen je izvjestan napredak (5% je u potpunosti realizirano,

⁵¹ 2018 European Semester: Assessment of progress on structural reforms, prevention and correction of macroeconomic imbalances, and results of in-depth reviews under Regulation (EU) No 1176/2011 Country Report Croatia 2018 Including an In-Depth Review on the prevention and correction of macroeconomic imbalances, Brussels, 7.3.2018 SWD(2018) 209 final (Accompanying the document COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN CENTRAL BANK AND THE EUROGROUP)

12% značajno i 31% donekle), ali za 52% preporuka se konstatira ograničen ili nikakav napredak u ostvarenju (33% ograničen, 19% nikakav).

Kritične točke koje zahtijevaju reformske aktivnosti, a specifičnije su vezane za jačanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva su:

- Posebno je istaknuto da nikakav napredak nije zabilježen u realizaciji preporuke # 4 (smanjiti fragmentaciju i poboljšati funkcionalnu distribuciju kompetencija u javnoj upravi)
- konkurentnost i investicijska aktivnost su izloženi brojnim preprekama i ograničenjima koja proizlaze iz poslovne okoline, Komplikiran poduzetnički ekosustav otežava produktivnijim poduzećima brži rast.
- niska performanca obrazovnog sustava, koja stagnira ili se čak pogoršava, urgentno zahtijeva radikalnu reformu koja između ostalog mora pojačati dimenziju iskustvenog učenja (povezanosti s potrebama poslovnog sektora). Zabrinjava i činjenica da je 29,3% učešća mladih s tercijarnim obrazovanjem u starosnoj grupi 30-34 godine značajno ispod EU prosjeka od 39,1% (2016.), a cilj Hrvatske je za 2020. godinu 35%. Nezaposlenost osoba sa završenim tercijarnim obrazovanjem je u 2016. godini 7,8%, po čemu Hrvatska drži 4. mjesto u EU. Hrvatska značajno zaostaje u usavršavanju ili prekvalificiranju odraslih (samo 3% odraslih 25-64 godine starosti su u 2016. godini imali neki oblik edukacije, prema 10,8% u EU).
- nisko izdvajanje za istraživanje i razvoj (0,84% BDPa u 2016. godini) ne stimulira suradnju istraživačkih institucija i poslovnog sektora, niti garantira da će Hrvatska ostvariti svoj nacionalni postavljeni Europe 2020 cilj od 1,4% (a cilj EU je 3%). Takva udaljenost od postavljenog cilja samo pokazuje da znanost i inovacije nisu u fokusu nacionalne strategije. Odgovornost za politike u području istraživanja i inovacija dijele tri ministarstva: znanosti i obrazovanja; gospodarstva, poduzetništva i obrta; regionalnog razvoja i EU fondova. Neodgovarajuće stimuliranje suradnje s poslovnim sektorom od strane akademskog sektora u značajnoj mjeri obeshrabruju komercijalizaciju istraživačkih rezultata.
- nerazvijenost alternativnih oblika financiranja poslovnih pothvata. Pristup malih i srednjih poduzeća bankarskim kreditima se poboljšava, ali alternativni izvori financiranja (rizični kapital, *crowdfunding*) su nerazvijeni.
- reforme u području profesionalnih usluga još uvijek su vrlo ograničene zbog čega tržište tih usluga ostaje vrlo kontrolirano.

Planirana stopa zaposlenosti od 65,2% u 2020. godini se ostvaruje (od 58,3% u 2013. godini do 65,6% u Q3 2017. godini). Ali i kada Hrvatska ostvari svoj nacionalni Europe 2020 cilj, stopa zaposlenosti će još uvijek biti među najnižim u EU i značajno ispod planiranih 75% za EU.

Posebno kritičnim područjima u izvješću Europskog semestra za 2017. godinu izdvojeni su:

- razina stope zaposlenosti (% stanovništva starosti 20-64 godine),
- razina individualne digitalne pismenosti,
- mladi nisu zaposleni, niti su u sustavu obrazovanja ili osposobljavanja (Youth not in employment, education or training) (% ukupnog stanovništva starosti 15-24 godine).

Nacionalni program reformi za 2018. godinu⁵² se referira na izvještaj Europskog semestra za 2017. godinu. Ključnu ulogu ovog programa je u oblikovanju intervencija temeljenih na analitičkim i istraživačkim spoznajama, te u povezivanju raznih institucija radi njihove provedbe. Nacionalni program reformi (NPR) predviđa 58 intervencija u 2018. godini, s identificiranim nositeljima, rokovima ali i identificiranim indikatorima za praćenje ostvarenja. Za prikaz ključnih intervencija korišten je tekst uvodnog dijela Nacionalnog programa reformi za 2018. godinu⁵³, pri čemu je fokus na aktivnostima koje su naročito relevantne za poduzetništvo i koje su u prepoznatljivoj relaciji s nalazima GEM istraživanja.

Tri glavna cilja Nacionalnog programa reformi:

⁵² Prihvaćen na sjednici Vlade Republike Hrvatske 26.4.2018. godine. Cijeli tekst je na <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/Sjednice/2018/04%20travnja/93%20sjednica%20VRH/93%20-%201.pdf>

⁵³ Nacionalni program reformi 2018, travanj 2018., str. 5-8

1. Jačanje konkurentnosti gospodarstva
2. Povezivanje obrazovanja s tržištem rada
3. Održivost javnih financija

Za ostvarivanje ovih ciljeva identificirano je 58 reformskih mjera u 11 reformskih područja (detaljni prikaz aktivnosti, rokova, nositelja i indikatora je u Prilogu 1 Nacionalnog programa reformi za 2018. godinu).

1. Jačanje konkurentnosti gospodarstva

- 1.1. Unaprjeđenje poslovnog okruženja
- 1.2. Poboljšanje upravljanja i raspolaganja državnom imovinom
- 1.3. Unaprjeđenje javne uprave
- 1.4. Poboljšanje učinkovitosti pravosudnog sustava

„Unaprjeđenje poslovnog okruženja preduvjet je za poboljšanje indikatora konkurentnosti hrvatskog gospodarstva prema relevantnim svjetskim metodologijama. Naglasak će se staviti na poboljšanje regulatornog okvira za poticanje inovacija, poduzetništva i investicija. Kroz daljnje smanjenje administrativnih troškova i neporeznih davanja te objedinjavanje gospodarskih inspekcija dodatno će se rasteretiti poduzetnici od troškova prekomjerne birokracije. Liberalizacijom tržišta usluga i digitalizacijom pokretanja poslovanja će se otvoriti više prilika za lakši ulazak novih poduzetnika i tržišnu konkurenciju, što će utjecati na produktivnost, cijene, zapošljavanje, investicije i inovacije. Poticanje korištenja digitalnih platformi i alata, uključujući eRačun i e-nabavu, značajno će smanjiti troškove poslovanja.“

„Poduzimat će se aktivnosti u cilju povećanja učinkovitosti institucija, a to uključuje pojednostavljenje pravila i ubrzanje rada administracije i sudova, prvenstveno kroz unaprjeđenje pružanja elektroničkih usluga i pristupa informacijama za građane i poslovne subjekte. Povećanje učinkovitosti javne uprave postići će se učinkovitim upravljanjem ljudskim resursima uz revidiranje sustava određivanja plaća. Uvest će se integrirani sustav strateškog planiranja i upravljanja razvojem kao temelj za usmjeravanje proračunskih sredstava, praćenje ostvarenih rezultata i sustavno vrednovanje realizacije strategija, planova, programa, aktivnosti i projekata s ciljem povećanja kvalitete formuliranja javnih politika i njihove provedbe.“

„U cilju povećanja učinkovitosti pružanja pravosudnih usluga i ubrzanja sudskih postupaka uvest će se elektronička komunikacija između sudova i drugih sudionika sudskih postupaka. Nastavlja se provedba daljnje reorganizacije pravosudnog sustava s posebnim naglaskom na spajanje prekršajnih sudova s općinskim sudovima radi racionalnijeg korištenja sudaca i službeničkih potencijala, što će doprinijeti skraćivanju trajanja sudskih postupaka i smanjenju broja neriješenih predmeta.“

2. Povezivanje obrazovanja s tržištem rada

- 2.1. Obrazovanje u skladu s potrebama tržišta rada
- 2.2. Provedba kurikularne reforme

„Hrvatski obrazovni sustav, napose razvoj strukovnog obrazovanja i osposobljavanja, kreće prema promjenama i prilagodbama usmjerenim na kvalitetu i učinkovitost, veću povezanost s tržištem rada i veći udio metoda učenja usmjerenih na učenje temeljeno na radu. U okviru daljnje implementacije Hrvatskog kvalifikacijskog okvira (HKO) razvit će se alati za donošenje standarda zanimanja te urediti Upisnik pojedinačnog popisa zanimanja prema Nacionalnoj klasifikaciji *zanimanja* (NKZ), a u svrhu unaprjeđenja kvalitete i relevantnosti svih obrazovnih programa sukladno realnim potrebama gospodarstva i društva. Osnažit će se instrumenti za unaprjeđenje kvalitete i relevantnosti programa obrazovanja odraslih i cjeloživotnog učenja te studijskih programa kako bi se osiguralo njihovo usklađivanje s realnim potrebama gospodarstva i društva. Provedba pilot faze kurikularne reforme je prvi korak prema ostvarenju cilja cjelovite kurikularne reforme, a uspostavom sustava razvoja digitalno zrelih škola integrirat će se suvremene metode učenja i poučavanja u obrazovni proces.“

3. Održivost javnih financija

- 3.1. Jačanje okvira za upravljanje javnim financijama i provedbu fiskalne konsolidacije
- 3.2. Poticanje demografske obnove

- 3.3. Unaprjeđenje sustava socijalnih naknada
- 3.4. Osiguranje održivosti i primjerenosti mirovinskog sustava
- 3.5. Osiguranje financijske stabilnosti, održivosti i kvalitete zdravstvenog sustava

„Usmjerenje na fiskalna pravila, posebice na odredbe o srednjoročnom proračunskom cilju i ograničenju rasta proračunskih rashoda, pridonijet će očuvanju dugoročne održivosti javnih financija. Provođenje razborite fiskalne politike osim što će dugoročno djelovati na smanjenje neravnoteža u javnim financijama, stvorit će pretpostavke za smanjenje poreznog opterećenja te će proširiti manevarski prostor za protucikličko djelovanje fiskalne politike, a time i povećati otpornost gospodarstva.“

„Jedna od postavljenih zadaća je osnaživanje obitelji za podizanje djece, kao i poboljšanje materijalne situacije obitelji. Ulagat će se u poboljšanje dostupnosti usluga za roditelje i djecu uključene u programe ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja, kako bi se svakom djetetu u RH osigurale jednake mogućnosti neovisno o mjestu stanovanja ili socioekonomskom statusu njegove obitelji.“

U dokumentu Nacionalni program reformi za 2018. godinu identificirano je i 16 **mjera za postizanje ciljeva Strategija Europa 2020.** u području zapošljavanja, istraživanja i razvoja, klime i energije, obrazovanja i borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti.

„U području zapošljavanja, nastavlja se provedba mjera aktivne politike zapošljavanja, s ciljem povećanja stope zaposlenosti za muškarce i žene u dobi između 20-64 godine.“

S ciljem poboljšanja okruženja za istraživanje i razvoj radit će se na jačanju nacionalnog inovacijskog sustava i inovacijskog potencijala gospodarstva, jačanju ljudskih potencijala u znanosti i nacionalne istraživačke infrastrukture s javnim pristupom.

U području klimatskih promjena i energetske održivosti, planira se prelazak na kružno gospodarstvo te promicanje uporabe energije iz obnovljivih izvora, kao i poticanje energetske učinkovitosti.

U području obrazovanja, nastavlja se provedba programa stipendiranja studenata slabijeg socio-ekonomskog statusa.

Sciljem smanjenja siromaštva i socijalne isključenosti nastavljaju se aktivnosti u vezi s osiguravanjem humanitarne pomoći u naravi te drugih programa podrške najpotrebitijima. U svrhu boljeg usmjerenja programa socijalne skrbi osobama i obiteljima u riziku od siromaštva jačat će se institucijski kapaciteti sustava socijalne skrbi.“

GEM istraživanje omogućava uvid u promjene poduzetničke aktivnosti i promjene u percepciji o kvaliteti pojedinih komponenti poduzetničke okoline. Budući da se napredak u ostvarivanju postavljenih ciljeva kroz Nacionalni program reformi mjeri „čvrstim“ pokazateljima, GEM istraživanje osigurava mišljenje i percepciju reprezentativnog uzorka odrasle populacije (reprezentativnost je s obzirom na kriterije spola, dobi i mjesta stanovanja), te eksperata. Na taj način se obogaćuje spoznajna baza o efektima vladinih mjera, što doprinosi djelotvornijim intervencijama u postojeće politike i programe i u oblikovanju novih.

Od 54 zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju u 2017. godini u 24 zemlje bila su ministarstva ili vladine agencije partneri, ne samo kao financijska podrška nego i kao korisnici. U većini drugih zemalja to su bile banke, asocijacije poslodavaca, telekomunikacijske kompanije ili sredstva za međunarodnu pomoć pojedinih zemalja (npr. Kanada, SAD...), koje sufinanciraju GEM istraživanje u zemljama s kojima imaju program pomoći.

Nekoliko primjera kako pojedine zemlje koriste GEM istraživanje u analizama i/ili oblikovanju politika⁵⁴:

⁵⁴ The Influence of GEM on Policy 2017/18, Global Entrepreneurship Monitor, 2017.

Njemačka:

Od 2008. godine ekspertska komisija za istraživanje i inovacije (Expertenkommission Forschung un Innovation) u ime federalne vlade podnosi izvještaje njemačkom parlamentu o istraživačkoj, inovacijskoj i tehnološkoj konkurentnosti Njemačke u usporedbi s drugim zemljama. U svojim izvještajima koriste GEM podatke.

Asocijacija njemačkih trgovinskih i industrijskih komora (Deutscher Industrie- und Handelskammertag) je centralna organizacija za 79 komora u Njemačkoj. U svojim godišnjim izvješćima o novo pokrenutim poslovnim pothvatima koriste GEM podatke.

Švedska:

Rezultati GEM istraživanja koriste vladine institucije u oblikovanju programa podrške za poduzetničko djelovanje, na svakoj razini (npr. Švedska agencija za ekonomski i regionalni razvoj, vijeća na razini lokalne uprave). Političke stranke u promociji svojih programa koriste GEM podatke, a švedski GEM tim lider vodio je izradu zadnjeg vladinog izvještaja o poduzetništvu, 2016. (u okviru suradnje s Ministarstvom gospodarstva).

Slovenija:

Rezultati GEM istraživanja su redovito korišteni prilikom izrade raznih vladinih dokumenata, kao što su Slovenska industrijska politika, Slovenska strategija pametne specijalizacije i Operativni program za implementaciju EU kohezijske politike u razdoblju 2014.-2020. Razna ministarstva koriste GEM pokazatelje u izradi svojih dokumenata: Ministarstvo ekonomskog razvoja i tehnologije u izradi Programa za implementaciju financijskih potpora 2015-2020; Ministarstvo rada, obitelji, socijalne skrbi i jednakih prilika u izradi Nacionalnog programa za jednake prilike žena i muškaraca 2015-2020.

Slovačka:

U godišnjim izvješćima o statusu poduzetničke okoline u Slovačkoj, Ministarstvo gospodarstva u suradnji sa Slovačkom agencijom za gospodarstvo redovito koristi GEM pokazatelje.

Španjolska:

U Španjolskoj se GEM istraživanje provodi na najvećem uzorku, tako da je omogućeno dobivanje vrlo detaljnih informacija o poduzetničkom kapacitetu na subnacionalnoj razini. U financiranju GEM istraživanja uz Banku Santander sudjeluje i 15 regionalnih vlada, koje koriste rezultate za oblikovanje različitih programa iz područja poduzetništva, regionalnog razvoja, jačanja inovativnog kapaciteta, poboljšanja poduzetničke okoline... Basque: međuinstitucijski plan za podršku poduzetničkoj aktivnosti; Madrid: dokument Madrid bez poreza; Catalonia: Program podrške poduzetnicima.

Izrael:

Izraelska vlada, ministri, članovi parlamenta (Knesset), vodeće osobe iz javnih službi i predstavnici poslovnog sektora redovite su informirani o rezultatima GEM istraživanja, u godišnjoj dinamici. Kao rezultat spoznaja iz GEM istraživanja, 2011. godine osnovana je vladina jedinica za mala i srednja poduzeća koja je u nadležnosti za programiranje podrške poduzećima do 100 zaposlenih i 25 milijuna USD godišnjeg prihoda.

OECD:

Osim korištenja GEM istraživanja na razini nacionalnih politika, GEM pokazatelje koristi OECD u svojim publikacijama o poduzetništvu, kao što je npr. serija o izgubljenom poduzetničkom kapacitetu i politikama za uključivo poduzetništvo (žene, mladi, stariji, ljudi s posebnim potrebama, migranti...) u kojoj je i Hrvatska.⁵⁵

⁵⁵ OECD/European Union (2017), The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264283602-en>

Literatura i reference:

- Baron, R. A. and Tang, J. (2009). Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 35(2), 282-306.
- Baum, R. (1994). The relation of traits, competencies, vision, motivation, and strategy to venture growth. University of Maryland, College Park, MD.
- Becchetti, L. and Trovato, G. (2002). The determinants of growth for small and medium sized firms. The role of the availability of external finance, *Small Business Economics*, Vol. 19, No.4, pp. 291-306.
- Bosma, N., Wennekers, S., Amorós Ernesto J. (2012). Global Entrepreneurship Monitor 2011, Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe
- Coad A, Rao R. (2007). R&D and firm growth rate variance. *Economics Bulletin*. 30 (1): 702-708. ISSN 1545-2921
- Coad A, Segarra A, Teruel M. (2015). Innovation and firm growth: Does firm age play a role?. *Elsevier B.V. Research Policy* 45: 387–400.
- COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Country Report Croatia 2017 Including an In-Depth Review on the prevention and correction of macroeconomic imbalances, Brussels, 22.2.2017 SWD(2017) 76 final
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J. and Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9: 371-395.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J. and Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9: 371-395.
- Davidsson P, Henreksson M. (2002). Institutional determinants of the prevalence of start-ups and highgrowth firms: evidence from Sweden. *Small Business Economics*. 19(2): 81-104.
- Davidsson, P., Steffens, P. and Fitzsimmons, J. (2009). Growing profitable or growing from profits: Putting the horse in front of the cart? *Journal of Business Venturing*, vol. 24, no. 4, pp. 388-406.
- Delmar, F. (1996). Entrepreneurial behavior and business performance. Stockholm School of Economics, Stockholm.
- Demirel P, Mazzucato M. (2012). Innovation and Firm Growth: Is R&D Worth It?. *Industry and Innovation*. 19(1): 45-62.
- Diaz Hermelo, F. and Vassolo, R., (2007). The Determinants of Firm's Growth: An Empirical Examination, *Revista ABANTE*, Vol. 10, No. 1, pp. 3-20.
- Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs (2018), The World Bank,
- Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs (2018), The World Bank
- 2018 European Semester: Assessment of progress on structural reforms, prevention and correction of macroeconomic imbalances, and results of in-depth reviews under Regulation (EU) No 1176/2011 Country Report Croatia 2018 Including an In-Depth Review on the prevention and correction of macroeconomic imbalances, Brussels, 7.3.2018 SWD(2018) 209 final (Accompanying the document COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN CENTRAL BANK AND THE EUROGROUP) <https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2018-european-semester-country-report-croatia-en.pdf> 20.4.2018.
- Fischer, E., Reuber, A.R., Hababou, M., Johnson, W., Lee, S. (1997). The role of socially constructed temporal perspectives in the emergence of rapid growth firms, *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 22, pp. 13-30.
- Geroski, P. A. and Gugler, K. (2004). Corporate growth convergence in Europe. *Oxford Economics Papers*, 56: 597-620.
- Global Entrepreneurship Monitor – Global Report 2017/18 (2018). Global Entrepreneurship Research Association <http://www.gemconsortium.org/report>
- Grundström K, Sjöström R, Uddenberg A, Öhrwall Rönnbäck A. (2012). Fast-Growing Smes And The Role Of Innovation. *International Journal of Innovation Management*. 16(3): 1240003.
- Helmers, C. and Rogers, M. (2011). Does patenting help high-tech start-ups?, *Research Policy*, Vol. 40, No.7, pp. 1016-1027.
- Hölzl W. (2009). Is the R&D behaviour of fast-growing SMEs different? Evidence from CIS III data for 16 countries. *Small Business Economics*. 33(1): 59–75.

Hult, G. T. M., Snow, C. C. and Kandemir, D. (2003). The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of Management*, 29(3): 401-426.

The Influence of GEM on Policy 2017/18, *Global Entrepreneurship Monitor*, 2017.

Janczak, S., Bares, F. (2010). High Growth SMEs The Evolution of the Gazelles and Some Evidence from the Field, Rogers – J.A.-Bombardier Chair of Entrepreneurship Working Paper: 2010-01.

Kiviluoto, N., Brännback, M., Carsrud, A. (2011). Are firm growth and performance the same or different concepts in empirical entrepreneurship studies? An analysis of the dependent and independent variables, *Entrepreneurship, growth and economic development*.

Klepper, S. (2001). Employee startups in high-tech industries. *Industrial and Corporate Change*, 10(3): 639-674.

Kolvereid, L., and Bullvag, E. (1996). Growth intentions and actual growth: The impact of entrepreneurial choice, *Journal of Enterprising Culture*, vol. 4, no. 1, pp. 1-17.

Lau, C. and Busenitz, L. W. (2001). Growth Intentions of Entrepreneurs in a Transitional Economy: The People's Republic of China. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(1): 5-20.

Lee, D. Y. and Tsang E.W.K., (2001), The effects of entrepreneurial personality background and network activities on venture, *Journal of Management Studies* 38:4 June 2001, pp 583-602.

Levie, J. and Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence, Discussion paper, Enterprise Research Centre.

Lilischkis, S. (2011). Policies in support of high-growth innovative SMEs, INNO-Grips – Global Review of Innovation Policy Studies

Love JH, Roper S. (2015). SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International Small Business Journal*. 33(1): 28–48.

Mason G, Bishop K, Robinson C. (2009). Business Growth and Innovation: The Wider Impact of Rapidly-Growing Firms in UK City-Regions. NESTA: London. Available at: https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/business_growth_and_innovation.pdf

Mateev M, Anastasov Y. (2010). Determinants of small and medium sized fast growing enterprises in central and eastern Europe: a panel data analysis. *Financial Theory and Practice*. 34(3): 269-295.

McGee, J. E. and Dowling, M. J. (1994). Using R&D cooperative arrangements to leverage managerial experience: A study of technology-intensive new ventures, *Journal of Business Venturing*, vol. 9, no. 1, 1994, pp. 33-48.

Moreno, A. M. and Casillas, J. C. (2007). High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 19, No. 1, pp. 69-88.

Nacionalni program reformi 2018, travanj 2018

<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/Sjednice/2018/04%20travnja/93%20sjednica%20VRH/93%20-%201.pdf>

Organization for Economic (2010) Co-operation and Development, "High-growth enterprises: what governments can do to make a difference," OECD Publishing,.

Palich, L. E., & Bagby, D. R. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10(6): 425-438.

Pena, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success, *Journal of intellectual capital*, Vol 3, No. 2, pp 180-198.

Porter, M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: The Free Press

Porter, M., Sachs, J., & McArthur, J. (2002). Executive summary: Competitiveness and stages of economic development. In Schwab, K. M. Porter, J. Sachs (Eds.), *The global competitiveness report 2001–2002* (pp. 16–25). New York: Oxford University Press.

Sampagnaro, G. (2013). Predicting rapid-growth SMEs through a reversal of credit-scoring principles, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 18, No. 3, pp. 313-331.

Shepherd, D., Wiklund, J., (2009) Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, no. 1, 2009, pp. 105-123.

Schwab, K. (ed) (2017). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*, Geneva: World Economic Forum

- Shane, S. (2012). Businesses Face High Rates of Infant Mortality, <http://smallbiztrends.com/2012/05/businesses-face-high-rates-of-mortality.html>
- Shane, S. (2016). Why Small Business Failure Rates Are Declining, www.entrepreneur.com/article/254871
- Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S., (2003). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? – GEM 2002 Hrvatska rezultati, Zagreb: CEPOR
- Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman Peterka S., (2006). Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? – Rezultati GEM za Hrvatsku 2002-2005, Zagreb: CEPOR
- Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman Peterka S., (2007). Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? – Rezultati GEM za Hrvatsku, 2006, Zagreb: CEPOR
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka S., (2012). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2002-2011, Zagreb: CEPOR
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka S., (2016). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2012-2015, Zagreb: CEPOR
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2017), Gender Patterns of Business with Growth Potential in Croatia, Technology, Commercialization and Gender – A Global Perspective, Palgrave Macmillan, 2017, pp.101-141
- Stam E, Wennberg K. (2009). The roles of R&D in new firm growth. *Small Business Economics*. 33(1): 77–89.
- Storey, D. J. (1994). Understanding the small business sector. London: Routledge.
- Šarlija, N., Bilandžić, A. (2018), Does Innovation Matter for SMEs' growth in Croatia?, Proceedings of the 6th International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship - NEW BUSINESS MODELS AND INSTITUTIONAL ENTREPRENEURS: LEADING DISRUPTIVE CHANGE, pp. 356-375
- Šarlija, N., Pfeifer, S., Jeger, M., Bilandžić, A. (2016) Measuring Enterprise Growth: Pitfalls and Implications", *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* Vol:10, No:6, 2016, *International Scholarly and Scientific Research & Innovation* 10(6), pp. 1606-1613.
- Šarlija, N., Stanić, M., (2017), Does Intellectual Capital Lead to Higher Firm Growth?, Proceedings of the 9th European Conference on Intellectual Capital, Lisbon, Portugal, 6-7 April, pp.288-296.
- Wang, W. Y. and Chang, C. (2005). Intellectual capital and performance in causal models: Evidence from the information technology industry in Taiwan, *Journal of intellectual capital*, Vol 6, No. 2, pp 222-236.
- Welter, F. (2001). Who wants to grow? Growth intentions and growth profiles of (nascent) entrepreneurs in Germany, *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 91-147. Wellesley, MA: Babson College.
- Yasuda, T. (2005). Firm growth, size, age and behavior in Japanese manufacturing. *Small Business Economics*, 24(1): 1-15.

Izabrani dokumenti Europske unije

- Annual Report on European SMEs 2016/2017: Focus on Self-Employment, European Union, November 2017
- Annual Report on European SMEs 2015/2016: SME recovery continues, European Union, November 2016
- Business demography statistics, Eurostat, November 2017
- http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Business_demography_statistics
- Competitiveness and Innovation Framework Programme (2007-2013), Brussels, 2005
- EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework, JRC Science for Policy Report, European Union, 2016
- Entrepreneurship 2020 Action Plan: Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe, COM(2012) 795 final, European Commission, Brussels, 2013.
- Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, European Commission, Brussels, 2010.
- Green Paper - Entrepreneurship in Europe, Brussels, 2003.
- Internationalisation of European SMEs. Brussels: Directorate-General for Enterprise and Industry. European Commission. 2010.

Lisbon European Council, 23 and 24 March 2000, Presidency conclusions,

Putting Small Businesses First, Europe is good for SMEs, SMEs are good for Europe 2008 edition, European Commission, DG Enterprise and Industry

RECOMMENDATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC)

Izvori podataka za izradu razvojnih profila „regija“

- Bruto domaći proizvod po stanovniku, 2015. godina

BRUTO DOMAĆI PROIZVOD PO STANOVNIKU ZA REPUBLIKU HRVATSKU I PREMA NKPJS-u 2012. - 2. RAZINA I ŽUPANIJE, tablica 12.1.2.2.

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelj/Bruto%20domaci%20proizvod.xls

- Broj stanovnika, 2016. godina

Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017, Državni zavod za statistiku, Zagreb, prosinac, 2017., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf

- Vitalni indeks (živorođeni na 100 umrlih), 2016. godina – Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2017, Državni zavod za statistiku, Zagreb, prosinac, 2017., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/ljetopis/2017/sljh2017.pdf

- Obrazovanost, 2011. godine

Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, Državni zavod za statistiku

Državni zavod za statistiku, Statističko izvješće br 1582, 2016., obrada: Hrvatska gospodarska komora, Županijska komora Osijek

- Nezaposlenost, 2017. godina

Hrvatski zavod za zapošljavanje i Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje (mjesečni podaci), podaci dobiveni od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, Regionalni ured Osijek, 17.1.2018.

- Stopa rizika od siromaštva, 2011. godine

Državni zavod za statistiku proveo je 2016. godine, u suradnji sa Svjetskom bankom istraživanje pod nazivom "Mapiranje i procjena geografske raspodjele rizika od siromaštva i socijalne isključenosti za mala područja Republike Hrvatske". Rezultati istraživanja korištenjem podataka o raspoloživom dohotku i potrošnji prikazani su u dva odvojena izvješća na

<https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelji%20siromastva/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelji%20siromastva.htm>

Zbog činjenice da Europska unija radi godišnje procjene rizika od siromaštva korištenjem dohodovnog pristupa, u ovoj publikaciji korišteni su pokazatelji o stopi siromaštva izračunati tim pristupom

https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Osobna%20potrosnja%20i%20pokazatelji%20siromastva/Metodologija_SILC_WB.pdf

- Zaposlenost, 2015. godina

Korišteni su podaci kojima raspolaže FINA iz financijskih izvješća poduzeća.

- Indeks razvijenosti, 2013. godine

Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj razini 2013, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 27.12.2013.

<https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/indeks%20razvijenosti/Dosada%20C5%A1niji/2013//Vrijednosti%20indeksa%20razvijenosti%20na%20C5%BEupanijskoj%20razini%202013..pdf>

- Konkurentnost, 2013. godine

Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2013., Zagreb, 2014. www.konkurentnost.hr

- Broj i struktura poslovnih subjekata po županijama, stanje 30.lipnja 2017.

Priloženje broj 11.1.2/1 od 10. kolovoza 2017. , https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/11-01-02_01_2017.htm

- Uspješnost poslovanja, stanje 31.12.2015., izračunato iz FINA baze podataka za 2015. godinu, u okviru projekta 'Razvoj i primjena modela predikcije rasta za mala i srednja poduzeća', u kojem je FINA partnerska organizacija. Projekt je financiran od Hrvatske zaklade za znanost u razdoblju 2014.-2018.

<http://www.efos.unios.hr/development-and-application-of-growth-potential-prediction-models/> ili <http://www.potentio.eu/>

Radovi članova istraživačkog tima u kojima se referira na GEM istraživanja:

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. and Oberman Peterka, S. (2017). Gender patterns of businesses with growth potential in Croatia, in Wyncarczyk, P. and Ranga, M. (Eds.) *Technology, Commercialization and Gender - A Global Perspective*, New York: Palgrave Macmillan

Oberman Peterka, S., Koprivnjak, T., and Zvijerac, M. (2016). Women and entrepreneurship in Croatia - stereotypes, impediments, incentives, 5th International Scientific Symposium *Economy of Eastern Croatia - Vision and Growth*, Mašek Tonković, Anka (Ed.), Osijek : Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, pp. 276-287

Alpeza, M., Eterović, D., Novosel, M., Oberman Peterka, S., Singer, S., Šarlija, N. (2016). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2015. - uključujući rezultate GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2014. Godinu, Zagreb: CEPOR

Singer i suradnici (2015). *Strategija razvoja Grada Osijeka*, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku (studija)

Singer, S. (ur) i Alpeza, M. (ur). (2015). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2014. – uključujući rezultate GEM Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za 2013. godinu, Zagreb: CEPOR

Šarlija, N. and Pfeifer, S. (2015). Differences in Innovative Orientation of the Entrepreneurially Active Adults: The Case of Croatia, *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering* Vol. 9, No. 4, pp. 1167-1174

Singer i suradnici (2014). *Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2013*, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb

Oberman Peterka, S., Singer, S. i Alpeza, M. (2013). Poduzetničko obrazovanje – nedostajuća komponenta u stvaranju multidisciplinarnog integriranog sveučilišta, *Ekonomsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj - jučer, danas, sutra*, Čavrak, V. i Gelo, T. (ur.), Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 279-301

Singer, S. (ur) i Alpeza, M. (ur), (2013). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2013. – uključujući rezultate GEM Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za 2012. godinu, Zagreb: CEPOR

Delić, A., Alpeza, M. and Oberman Peterka, S. (2012). Role of Entrepreneurship Support Institutions in Development of the Economy of Eastern Croatia-Case of Centre for Entrepreneurship Osijek, 1st International Scientific Symposium *Economy of Eastern Croatia-Yesterday, Today, Tomorrow*, Singer, S., Mašek Tonković, A., Barković, D. and Gajos, M. (Eds.), Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku

Oberman Peterka, S., Delić, A. and Wilhelm, O. (2012). "Triple Helix" Model – Why It Is Not Easy To Implement? Case Of Grow Your Business Programme In Croatia, *Beyond the Economic Crisis: Lessons Learned and Challenges Ahead*, Mehić, E. (Ed.). Sarajevo: University of Sarajevo, School of Economics and Business, pp. 866-875

Singer, S. i Alpeza, M. (ur) (2012). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2012., Zagreb: CEPOR

Singer, S. (ur) i Alpeza, M. (Ur.); Eterović, D., Oberman, M., Oberman Peterka, S., Pfeifer, S. Šarlija, N. i Tomić, J. (2011). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2011., Zagreb: CEPOR

Singer, S. (ur) i Lenardić, M. (ur). (2011). *Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010*, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb

Pfeifer, S. and Šarlija, N. (2010). The Relationship between Entrepreneurial Activities, National and Regional Development and Firm Efficiency - GEM based evidence from Croatia. *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 19, No.1. pp. 23-41

Singer, S. and Oberman Peterka, S. (2010). From ignoring to leading changes - what role do universities play in developing countries? (Case of Croatia). *Ekonomski vjesnik*, Vol. XXIII, No. 2

- Singer, S., Deliđ, A., Perić, J. and Eterović, D. (2009). Strategija poticanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, (ekspertiza)
- Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. and Jeger, M. (2008). Entrepreneurship Education in Croatia, International Conference on Economics, Law and Management, Szabo Z. (Ed.), Petru Maior University of Tirgu Mures, Tirgu Mures
- Pfeifer S., Oberman Peterka S. and Jeger M. (2007). Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area ICSB 2007, Conference Proceedings, Turku, Finska
- Borozan, Đ. (2006). Implications of EU Enlargement on FDI Inflows in the Central and Eastern Europe, Comparative Law Review, Vol. 13, pp.33-53
- Borozan, Đ. and Barković I. (2006). Gender Differences in Perceiving Entrepreneurial Activities, Review of Business Research, Vol. VI, No. 1, pp. 72-77.
- Singer, S. and Oberman Peterka, S. (2006). Entrepreneurship across campus: How far Croatian universities are from it?, PODIM, Maribor
- Barković, I. and Borozan, Đ. (2005). Gender Dimension of Economic Transition in the CEE Countries: Implications for Female Entrepreneurship Development, Studies and Work of the Collegium of Management and Finance, Vol. 63, pp. 128-145
- Borozan, Đ. and Barković, I. (2005). Creating Entrepreneurial Environment for SMEs Development: The Case of Croatia, Silicon Valley Review of Global Entrepreneurship Research, Vol. 1, pp.44 - 55
- Borozan, Đ., Barković, I. and Maliszewska-Nienartowicz, J. (2005). The Government Policy in Supporting SMEs Development: Croatian and Poland Perspective, Conference proceedings "Enterprise in Transition", University of Split, Croatia, pp.1455 – 1476
- Borozan, Đ. and Pfeifer, S. (2005). Unveiling Croatian International Competitiveness through Export Performance, Studia Negotia, No. 1, pp. 102-115
- Pfeifer, S. and Šarlija, N. (2005). Benchmarking Entrepreneurial Framework Conditions among GEM Countries, 6th International Conference Enterprise in Transition, Split-Bol, Croatia, Faculty of Economics, University of Split, pp. 121-124
- Singer i suradnici (2005). Strategija razvoja Osječko-baranjske županije: od vizije do primjene, od primjene do vizije, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku (studija)
- Šarlija, N., Benšić, M. and Zekić-Sušac, M. (2005). Modeling Small Business Credit Scoring by Using Logistic Regression, Neural Networks and Decision Trees, Intelligent Systems in Accounting, Finance and Management, Vol. 13, No.3, pp. 133-150
- Barković, I. and Borozan, Đ. (2004). Supporting Female Entrepreneurship in Transitional Economies: the Croatian Experience, 13th Nordic Conference on Small Business Research, Tromso, Norway, pp. 1-17
- Borozan, Đ. (2004). Implications of EU Enlargement on Shaping the Business Environment for Foreign Investors in the CEEC, Proceedings „European Integration: Local and Global Consequences“, Brno, Češka Republika, pp. 50 – 63
- Borozan, Đ. (2003). Poduzetnička osnovica Osječko-baranjske županije: razvojni izazov, Ekonomski vjesnik, No. 1-2, pp. 99 -122
- Borozan, Đ. (2003). Unfavorable Financial Performance of SMEs in the Osijek-Baranja County: Expectation Gap, 48th World Conference Proceeding "Advancing Entrepreneurship and Small Business", Belfast: International Council for Small Business
- Singer, S. (2003) Education for Entrepreneurship – Missing Link in Economics in Transition, Forum on Best Practice in the Development of Entrepreneurship and SMEs in Countries in Transition: The Croatian and Slovenian Experiences, Geneva: United Nations, Economic and Social Council, Economic Commission for Europe
- Singer, S. and Gillman, J. (2003). How to Develop Entrepreneurship Education at Non-entrepreneurial Universities?, 48th World Conference Proceeding „Advancing Entrepreneurship and Small Business“, Belfast: International Council for Small Business
- Singer, S., Turkalj, Ž. and Medić, M. (2001). Business Development Services Market in Croatia, Proceedings, International Conference Enterprise in Transition: Competitiveness, Restructuring and Growth, Split-Hvar

Prilog 1

GEM Hrvatska – uzorak, instrumenti, proces prikupljanja podataka i harmonizacije rezultata

GEM konceptualni okvir (Slika 1) pretpostavlja komplementarnost različitih komponenti ekonomskog ekosustava (od temeljnih do onih koji podržavaju inovativnost i poduzetništvo) i njihovu interakciju s percepcijom o društvenim vrijednostima fokusiranim na poduzetništvo i individualnim atributima i ponašanjima. Intenzitet poduzetničkih aktivnosti sinergijski je efekt te interakcije, a sposobnost nekog nacionalnog gospodarstva da ostvari prosperitet na razini pojedinca i zajednice (mjereno razinom zaposlenosti i bruto domaćim proizvodom po stanovniku) ovisi o kapacitetu i kvaliteti poduzetničkih aktivnosti u zemlji.

GEM istraživanje temelji se na podacima prikupljenima iz tri izvora: podaci prikupljeni anketiranjem reprezentativnog uzorka odrasle populacije, podaci prikupljeni anketiranjem i intervjuiranjem eksperata čije znanje doprinosi razumijevanju poduzetništva i podaci prikupljeni iz standardiziranih sekundarnih međunarodnih i nacionalnih baza podataka.

Uzorak odrasle populacije

Najznačajni skup podataka u GEM istraživanju dobiven je anketiranjem odrasle populacije starosti od 18-64 godine. Svake godine se na slučajnom uzorku odrasle populacije (najmanje 2000 osoba), primjenom standardiziranog, posebno razvijenog upitnika, prikupljaju podaci u cilju mjerenja poduzetničke aktivnosti na nacionalnoj razini. Način prikupljanja podataka u Hrvatskoj u 2002., 2003. i 2004. godini bio je „licem u lice“, a od 2005. godini provodi se telefonsko prikupljanje podataka. Anketiranje odrasle populacije obavlja IPSOS PULS isključivo preko fiksnih telefona.

Svaki uzorak podataka ponderira se odgovarajućim težinama po spolu i dobi kako bi se dobili podaci koji predstavljaju radno aktivnu populaciju u državi. Tako pripremljen uzorak podataka za svaku godinu, šalje se konzorciju Global Entrepreneurship Research Association, čiji koordinacijski tim nadzire kvalitetu i harmonizaciju podataka. U postupku harmonizacije podataka, težine u uzorku se prilagođavaju s obzirom na strukturu po spolu i dobi u skladu s popisom stanovništva iz 2011. godine.

Struktura uzorka s obzirom na spol i dob, u % - 2015, 2016. i 2017. godina (ponderirane vrijednosti)

Ukupan uzorak ispitanika		2015.	2016.	2017.
Spol	Žene	50	50.2	50.4
	Muškarci	50	49.8	49.6
Dob	18-24	13.3	13.2	13.4
	25-34	21.7	21.5	21.3
	35-44	20.6	20.7	20.7
	45-54	23.0	23.0	23.2
	55-64	21.4	21.7	21.5

Standardiziranim upitnikom prikupljaju se podaci od slučajno izabranog uzorka odrasle populacije starosti 18-64 godine o percepciji društvenih vrijednosti relevantnih za poduzetničko djelovanje, individualnih atributa o kojima ovisi poduzetničko ponašanje te o poduzetničkoj aktivnosti (od pokretanja preko rasta poslovnog pothvata do izlaska iz poduzetničke aktivnosti). S obzirom da se prikupljaju podaci o spolu, dobi, obrazovnoj razini, kućanstvu i regionalnoj pripadnosti moguće je dobiti uvid u poduzetnički kapacitet zemlje iz različitih perspektiva.

Uzorak eksperata

Drugi relevantan izvor podataka u istraživanju poduzetničke aktivnosti čine stavovi i mišljenja eksperata prikupljeni kroz standardizirani upitnik. Upitnik je sastavljen od nekoliko izjava koje su grupirane u devet komponenti poduzetničke okoline:

- Pristup novcima
- Vladine politike prema poduzetništvu
- Vladini programi za poduzetništvo

- Poduzetničko obrazovanje
- Transfer istraživanja i razvoja
- Komercijalna i profesionalna infrastruktura za poduzetništvo
- Otvorenost domaćeg tržišta
- Fizička infrastruktura
- Kulturne i društvene norme

Uzorak eksperata sastoji se od poduzetnika – praktičara, znanstvenika koji se istraživački bave poduzetništvom, funkcionera u vladinim institucijama, eksperata iz financijskog, obrazovnog i nevladinog sektora, te eksperata iz područja infrastrukture (fizičke, pravne i komercijalne). Eksperti se izabiru na temelju njihove reputacije i iskustva što znači da se ne radi o reprezentativnom uzorku eksperata iz područja poduzetništva. Najmanji broj eksperata mora biti 36, odnosno 4 eksperta po jednoj komponenti poduzetničke okoline.

U 2017. godini eksperti su ocjenjivali poduzetničku okolinu korištenjem standardiziranog upitnika u kojem su s 54 tvrdnje opisane komponente poduzetničke okoline (u pravilu jedna komponenta opisana je sa 3 do 8 tvrdnji). Izražavanjem svog slaganja/neslaganja s pojedinim tvrdnjama ocjenama 1 do 9 (pri čemu 1 znači potpuno neslaganje s tvrdnjom, što znači nezadovoljavajuća kvaliteta, a 9 potpuno slaganje što znači visoko zadovoljstvo kvalitetom) dobiva se procjena raspoloživosti i kvalitete svake pojedine komponente poduzetničke okoline.⁵⁶

Prikupljanje mišljenja eksperata obavlja se on-line. Analiziranjem prikupljenih podataka kvantificiraju se stavovi eksperata te se na taj način mjeri percepcija o tome koliko pojedine komponente poduzetničke okoline u državi djeluju stimulirajuće ili ograničavajuće na poduzetničku aktivnost.

Tvrdnje su grupirane tako da formiraju mjerne instrumente kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata o pojedinim komponentama poduzetničke okoline. Visoke vrijednosti Cronbach Alpha testa ukazuje na visoku pouzdanost mjernih instrumenata što daje kredibilitet procjenama kvalitete komponenti poduzetničke okoline. U 2017. godini Cronbach Alpha vrijednosti za pojedine mjerne instrumente su:

Komponente poduzetničke okoline	Cronbach Alpha 2017
Pristup novcima	0,861
Vladine politike prema poduzetništvu – prioriteti	0,822
Vladine politike prema poduzetništvu – porezi i regulativa	0,785
Vladini programi za poduzetništvo	0,886
Poduzetničko obrazovanje – osnovno i srednje obrazovanje	0,903
Poduzetničko obrazovanje - tercijarno obrazovanje	0,871
Transfer istraživanja i razvoja	0,851
Komercijalna i profesionalna infrastruktura za poduzetništvo	0,851
Otvorenost domaćeg tržišta – dinamika	0,932
Otvorenost domaćeg tržišta – barijere ulaska	0,817
Fizička infrastruktura	0,816
Kulturne i društvene norme	0,911

Harmonizirana baza podataka, koju izrađuje GERA koordinacijski tim, koristi se za izradu globalnog i nacionalnih izvještaja.

Standardizirani međunarodni / nacionalni skup podataka

U cilju potpunije slike o profilu nekog nacionalnog gospodarstva, uz primarne podatke o poduzetničkoj aktivnosti, GERA koordinacijski tim prikuplja i različite standardizirane makroekonomske podatke iz sekundarnih izvora kao što su Svjetska Banka, Svjetski gospodarski forum, Međunarodni monetarni fond, OECD i Ujedinjeni narodi. Ti podaci koriste se za izradu profila država uključenih u GEM istraživanje.

Za izradu profila teritorijalnih jedinica na sub-nacionalnoj razini (županije) GEM tim Hrvatska koristi raspoložive podatke o stanovništvu, vitalnom indeksu, bruto domaćem proizvodu, indeksu razvijenosti, indeksu konkurentnosti, zaposlenosti, nezaposlenosti, riziku od siromaštva i poslovnoj demografiji iz baza podataka Državnog zavoda za statistiku, Financijske agencije, Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije, te Nacionalnog vijeća za konkurentnost.

⁵⁶ Od 2015. godine koristi se Likertova skala u rasponu od 1-9. Za usporedbu s prethodnim godinama potrebno je obaviti transponiranje na skalu od 1-5. I bez transponiranja može se uspoređivati u kojoj mjeri su pojedine komponente stimulirajuće ili ograničavajuće za poduzetničku aktivnost, jer je u skali 1-5 ocjena 3 razdjelnik za stimulirajuće djelovanje pojedinih komponenti (vrijednosti iznad 3) i ograničavajuće (vrijednosti ispod 3).

Prilog 2

Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline koji su sudjelovali u GEM istraživanju – 2017.*

Rb	Prezime i ime	Funkcija	Institucija
1.	Adrović Zdenko	direktor	Hrvatska udruga banaka HUB
2.	Alpeza Mirela	direktorica	Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva CEPOR
3.	Banović Dušan	investicijski menadžer	Prosperus Invest d.o.o.
4.	Barbarić Tomislav	direktor	Centar za poduzetništvo Osijek
5.	Blažević Nikola	direktor Odjela za kontrolu	HR Cargo d.o.o.
6.	Bogdan Hrvoje	direktor predstavništva <i>Adizes</i> Southeast Europe u Zagrebu	Adizes Southeast Europe
7.	Brčić Ivica	direktor Direkcije malog poduzetništva	Erste bank
8.	Bronić Mihaela	viša znanstvena suradnica	Institut za javne financije
9.	Brusić Anny	direktorica HUP- Udruge malih i srednjih poduzetnika	Hrvatska udruga poslodavaca HUP
10.	Burić Ivo	docent	Hrvatski studiji
11.	Čikač Vlatka	odvjetnica	Odvjetnički ured i Ured za mirenje Čikač
12.	Čižmek Berislav	direktor, vlasnik	CBBS d.o.o.
13.	Đidara Vedran	viši analitičar	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicija HAMAG BICRO
14.	Galičić Hrvoje	savjetnik Uprave	Hrvatska banka za obnovu i razvitak HBOR
15.	Has Josip	direktor, vlasnik	KIT biro d.o.o.
16.	Horvat Jako	Voditelj Odjela razvoja gospodarstva	Regionalna razvojna agencija Međimurje REDEA
17.	Jukić Maja	direktorica	Nacionalni centar za vanjsko vrednovanje
18.	Jurković Ratka	poduzetnica, konzultantica	SvanConsulting, Zagreb
19.	Jurlina-Alibegović Dubravka	znanstvena savjetnica	Ekonomski institut Zagreb
20.	Keser Jasminka	načelnica Sektora za unapređenje i razvoj poduzetništva i obrta	Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta
21.	Kiršić Tamara	stručna savjetnica	Istarska razvojna agencija IDA
22.	Krstić Darija	voditeljica Odsjeka za EU fondove, stručne i razvojne projekte s gospodarstvom	Sveučilište J.J. Strossmayer u Osijeku
23.	Lauc Gordan	predsjednik Uprave, vlasnik	Genos. d.o.o.
24.	Lenac Kristijan	docent	Tehnički fakultet u Rijeci
25.	Madžarević Šujster Sanja	viša ekonomistica	Svjetska banka, Ured u RH
26.	Mrakovčić-Supek Višnja	suradnica	Europska banka za obnovu i razvoj EBRD
27.	Nikšić Nikola	poslovni savjetnik	Konter d.o.o.
28.	Oberman Mirna	direktorica, vlasnica	Egzakta poslovne usluge d.o.o.
29.	Oršanić Nikola	direktor, vlasnik	<i>Acta</i> , non verba d.o.o.
30.	Paun-Jarallah Ankica	savjetnica	Hrvatski zavod za zapošljavanje
31.	Plazonić-Bogdan Miljenka	suosnivačica, savjetnica	Impact HUB
32.	Pudić Dalibor	član Upravnog vijeća	Hrvatska energetska regulatorna agencija HERA
33.	Pribanić Danijel	odvjetnik	Odvjetnički ured Pribanić
34.	Smokrović Maša	direktorica, vlasnica	Ustanova za zdravstvenu njegu i rehabilitaciju "Helena Smokrović"
35.	Suknaić Martina	direktorica, vlasnica	Anquiro d.o.o.
36.	Šimić-Banović Ružica	docentica	Pravni fakultet, Zagreb
37.	Šonje Velimir	direktor	Arhivalitika d.o.o.
38.	Švarc Jadranka	znanstvena savjetnica	Institut Ivo Pilar
39.	Topčić Ivan	direktor, vlasnik	TIM Kabel d.o.o.
40.	Vrdoljak-Raguž Ivona	izvredna profesorica	Sveučilište Dubrovnik
41.	Vukšić Doris	PR, Marketing menadžer	HAMAG BICRO
42.	Završki Neven	savjetnik	Hrvatska obrtnička komora

*Informacija o funkciji eksperta i instituciji u kojoj je bio/bila angažiran(a) odnosi se na vrijeme kada je obavljeno intervjuiranje

Prilog 3

Nacionalni timovi i sponzori koji su sudjelovali u GEM istraživanju u 2017. godini

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact	
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Celina Cantu - Universidad Austral	SCarbonell@iae.edu.ar	
		Aranzazu Echezarreta				
		Juan Martin Rodriguez				
		Celina Cantu				
Australia	Queensland University of Technology	Per Davidsson	Department of Industry, Innovation and Science	Q&A Market Research Pty Ltd	paul.steffens@adelaide.edu.au	
		Paul Steffens				QUT Business School
		Paul Reynolds				
Bosnia and Herzegovina	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla in partnership with	Bahrija Umihanić	Centre for Entrepreneurship Development Tuzla	IPSOS d.o.o. Sarajevo	bahrija.umihanic@untz.ba	
	Faculty of Economics University of Mostar	Rasim Tulumović				
	Centre for Project Management and Entrepreneurship	Saša Petković				
	of the Faculty of Economics of the University of Banja Luka	Jovo Ateljević				
		Matea Zlatković				
		Aziz Šunje				
		Zdenko Klepić				
		Majda Mujanović Babović				
		Ranko Markuš				
		Lidija Šunjić				
	Nikola Papac					
Brazil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Zoom Serviços Administrativos Ltda	simara@ibqp.org.br	
		Morlan Luigi Guimarães	Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)			
			Universidade Federal do Paraná (UFPR)			

Bulgaria	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff	JEREMIE Bulgaria	Market Test JSC	office@gemorg.bg
		Mira Krusteff	Superhosting.bg		
		Veneta Andonova	E&Y Bulgaria		
		Petar Sharkov			
		Nusha Spirova			
		Svetozar Georgiev			
		Iskra Yovkova			
		Natanail Stefanov			
		Malina Kroumova			
		Stela Gavrilova			
Canada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty	Listed alphabetically	Elemental Data Collection Inc.	p.josty@thecis.ca
		Chad Saunders	Futurpreneur		
		Jacqueline Walsh	Government of Alberta		
		Charles Davis	Government of Ontario		
		Dave Valliere	Innovation Science and Economic Development Canada		
		Howard Lin			
		Etienne St-Jean			
		Nathan Greidanus			
		Murat Sakir Erogul			
		Cooper Langford			
		Karen Hughes			
		Harvey Johnstone			
		Adam Holbrook			
		Brian Wixted			
		Blair Winsor			
		Chris Street			
		Horia El Hallam			
		Yves Bourgeois			
		Kevin McKague			
		Allison Ramsay			
		Marc Duhamel			
		Sandra Schillo			

		Sigal Haber			
		Amanda Williams			
		Annalise Huynh			
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic	CORFO (Chilean Economic Development Agency)	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada	vmandakovic@udd.cl
		Tomas Serey	Universidad del Desarrollo		
			SOFOFA (Federation of Chilean Industry)		
China	Tsinghua University	Gao Jian	Tuspark	Horizon Research Consultancy Group	mur@sem.tsinghua.edu.cn
		Cheng Yuan			
		Rui Mu			
		Lin Li			
		Hongbo Chen			
		Hongmei Yang			
		Rui Mu			
Colombia	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi	INFO Investigaciones S.A.S.	rvarela@icesi.edu.co
	Universidad del Norte	Jhon Alexander Moreno	Universidad del Norte		
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fabian Osorio	Pontificia Universidad Javeriana Cali		
	Universidad EAN	Sara Lopez			
	CECAR	Liyis Gómez			
	Universidad Cooperativa de Colombia	Francisco Matiz			
		Piedad Martínez			
		Jairo Orozco			
		León Dario Parra			
		Piedad Buelvas			
		Gustavo García			
		Fernando Pereira			
		Diana Riveros			
		María Camila Franco			
		Moises Galvis			
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts	Puls d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr

		Nataša Šarlija	Croatian Banking Association		
		Sanja Pfeifer	CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre		
		Suncica Oberman Peterka	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics		
Cyprus	University of Cyprus - Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos	Bank of Cyprus	IMR	mdd@cs.ucy.ac.cy
		George Kassinis	European Commission		
		Ariana Polyviou	Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry		
		Pantelitsa Eteokleous			
		Ioanna Tsioutsioumi			
		Nicos Nicolaou			
Ecuador	ESPAE Graduate School of Management - ESPOL	Virginia Lasio	ESPAE Graduate School of Management-ESPOL	Survey Data	mlasio@espol.edu.ec
		Guido Caicedo	Banco del Pacífico		
		Xavier Ordeñana			
		Andrea Samaniego			
		Jack Zambrano			
		Edgar Izquierdo			
Egypt	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail	USAID	PHI KNOWLEDGE	aymanism@aucegypt.edu
		Ahmed Tolba	The American University in Cairo - School of Business		
		Shima Barakat			
		Seham Ghalwash			
Estonia	Foresight Centre	Meelis Kitsing	Foresight Centre	Saar Poll	meelis.kitsing@riigikogu.ee
		Kadri Mats	University of Tartu		
France	EMLYON Business School	Alain Fayolle	EMLYON Business School	Institut Think	c.laffineur@hotmail.fr
		Catherine Laffineur			fayolle@em-lyon.com
Germany	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover	Rolf Sternberg	RKW Kompetenzzentrum	Umfrage zentrum Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de
	RKW Kompetenz zentrum	Johannes von Bloh			
		Matthias Wallisch			

		Armin Baharian			
		Natalia Gorynia-Pfeffer			
Greece	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Katerina Xanthi	Aegean Airlines S.A.	Datapower SA	xanthi@iobe.gr
		Aggelos Tsakanikas			
		Sofia Stavraki			
		Ioannis Giotopoulos			
		Evaggelia Valavanioti			
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya	Francisco Marroquín University -UFM-	Khanti Consulting	zelaya@ufm.edu
		Carolina Uribe	Templeton Foundation		curibe@ufm.edu
		Susana García-Prendes			susanaggp@ufm.edu
		Jershem David Casasola			jdccasola@ufm.edu
India	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (CREED)	IMRB International	sunilshukla@ediindia.org
		Pankaj Bharti			
		Amit Kumar Dwivedi			
		Shri N. S. Chatwal			
		MI Parray			
Indonesia	UNPAR - Parahyangan Catholic University, Bandung, Indonesia	Gandhi Pawitan	UNPAR - Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia	PT Idekami Indonesia	gandhip08@gmail.com
		Catharina Badra Nawangpalupi	Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia		
		Agus Gunawan			
		Maria Widyarini			
		Triyana Iskandarsyah			
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship	mrzali@ut.ac.ir
		Nezameddin Faghieh	University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship		

		Ali Akbar Moosavi-Movahedi			
		Leyla Sarafraz			
		Asadolah Kordrnej			
		Jahangir Yadollahi Farsi			
		Mahmod Ahamadpour Daryani			
		S. Mostafa Razavi			
		Mohammad Reza Zali			
		Mohammad Reza Sepehri			
		Ali Rezaean			
Ireland	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research	paula@fitzsimons-consulting.com
		Colm O'Gorman	Department of Business, Enterprise and Innovation		
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Dialogue Corporation	ehudm@bgu.ac.il
		Yoash Avrahami			
Italy	Centre for Innovation and Entrepreneurship - Università Politecnica delle Marche	Donato Iacobucci	Università Politecnica delle Marche	Doxa	d.iacobucci@univpm.it
		Diego D'Adda	Fondazione Aristide Merloni		
		Francesca Micozzi			
		Alessandra Micozzi			
Japan	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Mitsubishi Research Institute	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)	noriyuki@cc.musashi.ac.jp
		Takeo Isobe			
		Yuji Honjo			
		Takehiko Yasuda			
		Masaaki Suzuki			
Kazakhstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Dmitry Khanin	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute	dmitry.khanin@nu.edu.kz

		Venkat Subramanian			
		Assel Uvaliyeva			
		Nurlan Kulbatyrov			
		Shynggys Turez			
		Yerken Turganbayev			
		Aiman Yedigeyeva			
		Bakyt Ospanova			
Latvia	Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS	marija@biceps.org
		Anders Paalzow			
		Alf Vanags			
Lebanon	Lebanese American University	Wissam AlHussaini	UK Lebanon Tech Hub	Information International	wissam.alhussaini@lau.edu.lb
		Elie Akhrass			elie.akhrass@uklehub.com
		Stephen Hill			
		Hana Barakat			
		Nadim Zaazaa			
		Mario Ramadan			
Luxembourg	STATEC - National Statistical Office	Cesare Riillo	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES	cesare.riillo@statec.etat.lu
		Chiara Peroni	Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur		
		Francesco Sarracino	STATEC - National Statistical Office		
		Bruno Rodrigues			
Madagascar	Institut National Des Sciences Comptables et de l'Administration d'Entreprises	Claudine Ratsimbazafy	International Development Research Centre (IDRC)	INSTAT	cratsimbazafy@gmail.com
		Félix Rasoloarijaona			
		Oly Harimino Rakoto			
		Ida Rajaonera			
		Faly Rakotomanana			
		Mamy Tiana Rasolofoson			
		Paul Gilde Ralandison			

		Hasina Rasolonjatovo			
		Lova Rakotomalala			
Malaysia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Metrix	roland@unirazak.edu.my
		Mohar bin Yusof			
		Leilanie binti Mohd Nor			
		Samsinar Md. Sidin			
Mexico	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Berumen y Asociados	jmaguirre@itesm.mx
		José Manuel Aguirre	Instituto Yucateco de Emprendedores		
		Elvira Naranjo			
		Marcia Campos			
		Ernesto Amorós			
		Natzin López			
Regional Teams	Institution				
Ciudad de México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Luis Alfredo Hernández López			
León	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Paola Georgina García López			
Guadalajara	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Mario Adrián Flores			
		Lucía Rodríguez Aceves			
		Edgar Muñiz Avila			
		José Manuel Saiz Álvarez			
Monterrey	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Marcia Villasana			
Puebla	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Margarita Herrera Avilés			

		Lizbeth González Tamayo			
		Kenneth E. Hernández Ruiz			
Querétaro	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Rafaela Diegoli Bueckmann			
		Francisco Lezama Pacheco			
		Jesus Patiño			
		Irene de la Torre Cuellar			
		Carlos Álvarez Lavandeira			
San Luis Potosí	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Rafael A. Tristán			
Zacatecas	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Zahira Amalia De la Fuente Valadez			
		Claudia Verónica Chávez Corona			
		Eduardo López de Lara Díaz			
		Martha Cecilia Segura del Villar			
Yucatán	Instituto Yucateco de Emprendedores	Francisco Lezama Pacheco			
		Jesus Patiño			
		Irene de la Torre Cuellar			
		Carlos Álvarez Lavandeir			
Morocco	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani	Université Hassan II - Casablanca	ClaireVision	elouazzanik@gmail.com
		Abdellatif Komat			
		Salah Koubaa			
		Fatima Boutaleb			
		Hind Malainine			
		Riad Mekouar			
		Sara Yassine			
		Ahmed Benmejdoub			
		Meryem Kabbaj			

Netherlands	Panteia / EIM	Jacqueline Snijders	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia	j.snijders@panteia.nl
		Roy Thurik			
		Amber van der Graaf			
		André van Stel			
		Paul van der Zeijden			
		Jan de Kok			
		Ton Geerts			
Panama	City of Knowledge's Innovation Center	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS	mlorenzo@cdspanama.org
	IESA Management School (Panama Campus)	Gabino Ayarza			gayarza@cdspanama.org
		Carla Donalicio			cdonalicio@cdspanama.org
		Federico Fernández Dupouy			fefedumail@gmail.com
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
		Carlos Guerrero	Imasen		
		Jessica Alzamora			
		Armando Borda			
		Oswaldo Morales			
Poland	Polish Agency for Enterprise Development	Anna Tarnawa	Ministry of Economic Development	Centrum Badan Marketingowych INDICATOR	anna_tarnawa@parp.gov.pl
	University of Economics in Katowice	Paulina Zadura-Lichota	University of Economics in Katowice		
		Melania Niec			
		Przemysław Zbierowski			
		Mariusz Bratnicki			
		Katarzyna Bratnicka			
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International	marines.aponte@upr.edu
		Marta Alvarez			
		Manuel Lobato	Instituto de Estadísticas de Puerto Rico		
Qatar	Qatar Development Bank	Farha Alkuwari	Qatar Development Bank	Intelligence Qatar	falkuwari@qdb.qa

		Ahmad Hawi			
		Ibrahim Al-Mannai			
		Maha Alsulaiti			
		Ahmed Badawy			
Saudi Arabia	Prince Mohammad Bin Salman College (MBSC) of Business & Entrepreneurship	Ignacio de la Vega	Lockheed Martin Corporation	TOP LEVEL MENA	ivega@babson.edu
	The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	Alicia Coduras	The Babson Global Center for Entrepreneurial Leadership (BGCEL) at MBSC	monitored by OPINOMETRE INSTITUTE LLS	
		Muhammad Azam Roomi			
		Osama M. Ashri			
Slovakia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	Slovak Business Agency (SBA)	eCALL Slovakia	anna.pilkova@fm.uniba.sk
		Marian Holienka	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management		
		Zuzana Kovacicova			
		Juraj Mikus			
		Jan Rehak			
		Jozef Komornik			
Slovenia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	Mediana	miroslav.rebernik@um.si
		Polona Tominc	Slovenian Research Agency		
		Katja Crnogaj	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management at Faculty of Economics & Business, University of Maribor		
		Karin Širec			
		Barbara Bradač Hojnik			
		Matej Rus			
South Africa	Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington	Small Enterprise Development Agency (Seda)	Nielsen South Africa	mherrington@mweb.co.za
		Penny Kew			
South Korea	Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang	Ministry of SMEs and Startups	Korea Gallup	good88i@kised.or.kr

	Korea Entrepreneurship Foundation	Miae Kim			
		Hyeram Kim			
		Chaewon Lee			
		Dohyeon Kim			
		Byungheon Lee			
		Choonwoo Lee			
		Sunghyun Cho			
		MoonSun Kim			
Spain	UCEIF Foundation-CISE / GEM Spain Network	Ana Fernandez-Laviada	GEM Spain Network	Instituto Opinòmetre S.L.	ana.fernandez@unican.es
		Federico Gutiérrez Solana	Santander Bank		
		Iñaki Peña	Fundación Rafael Del Pino		
Regional Teams	Institution	Director			
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro			
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata			
Asturias	Univesidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria			
		Enrique Loredó Fernández			
Baleares	Universitat de les Illes Balears	Julio Batle Lorente			
		María Sard Bauzá			
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino			
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada			
		Carlos López Gutiérrez			
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín			
		Nuria González Álvarez			
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno			
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte Nuez			

Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza			
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras			
		Ignacio Mira Solves			
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón			
		J. Carlos Díaz Casero			
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela	Loreto Fernández Fernández			
		Isabel Neira Gómez			
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Ruano Marrón			
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López			
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes			
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez			
		Alicia Rubio Bañón			
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart			
País Vasco	Universidad del País Vasco	María Saiz Santos			
	Deusto Business School	José L. González-Pernía			
Sweden	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Confederation of Swedish Enterprise	Ipsos	ylva.skoogberg@entreprenor-skapsforum.se
		Per Thulin	Vinnova		
		Carin Holmquist			
		Ylva Skoogberg			
Switzerland	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs.bern	rico.baldegger@hefr.ch
		Siegfried Alberton	Swiss Federal Institute of Technology Zurich (ETH)		
		Andrea Huber	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)		

		Onur Saglam			
		Pascal Wild			
		Raphaël Gaudart			
		Gabriel Simonet			
Taiwan	Taiwan Academy of Banking and Finance	Yang-Cheng Lu	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center	yclutabf@gmail.com
		Sheng Pen Peng			
		Yi-Wen Chen			
		Ru-Mei Hsieh			
		Don Jyh-Fu Jeng			
		Chen Li Hua			
		Shih-Feng Chou			
		Sheng Pen Peng			
		An-Yu Shih			
Thailand	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University	Intage (Thailand) Co. Ltd.	ulrike.guelich@gmail.com
United Arab Emirates	United Arab Emirates University Science and Innovation Park	Steering Committee:	United Arab Emirates University	TOP LEVEL MENA	nihel.chabrak@uaeu.ac.ae
		Nihel Chabrak		monitored by OPINOMETRE INSTITUTE LLS	
		Yehya Al Marzouqi			
		Mohamed Al Hajeri			
		Hadeef Al Shamsi			
		Faisal Alhmoudi			
		Essam Omran Saleh Disi			
		Omar Obeidat			
		Operations:			
		Nihel Chabrak			
		Chafik Bouhaddioui			
		Llewellyn Thomas			
		Elif Bascavusoglu-Moreau			
		Eissa Eid Jawhar AlFaraj Al Rumaithi			

		Nizar Cheniour			
		Essam Omran Saleh Disi			
		Sophia Korayim			
		Jean O'Neill			
		Naema Al Shamsi			
United Kingdom	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS)	BMG Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
		Jonathan Levie	Welsh Government		
		Tomasz Mickiewicz	Power to Change		
		Michael Anyadike-Danes	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde		
		Karen Bonner	Invest Northern Ireland		
		Ute Stephan	Royal Bank of Scotland		
		Isabella Moore	Aston University		
		Wendy Ferris			
		Laura Heery			
		Niels Bosma			
United States	Babson College	Julian Lange	Babson College	Elemental	langej@babson.edu
		Abdul Ali			
		Candida Brush			
		Marcia Cole			colema@babson.edu
		Andrew Corbett			
		Donna Kelley			
		Phillip Kim			
		Mahdi Majbouri			
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
			Deloitte Uruguay		
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	huanlm@vcci.com.vn
		Pham Thi Thu Hang			
		Doan Thuy Nga			
		Doan Thi Quyen			
		Do Vu Phuong Anh			

Autori

Slavica Singer



Slavica Singer je profesor emeritus na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, gdje sudjeluje u vođenju međunarodnog interdisciplinarnog doktorskog studija PODUZETNIŠTVO I INOVATIVNOST. Voditeljica je GEM istraživačkog tima u Hrvatskoj od uključivanja Hrvatske u GEM u 2002. godini. Na razini GEM konzorcija vodi istraživački odbor (Research and Innovation Advisory Committee). Za svoj doprinos razvoju sveučilišnog poduzetničkog obrazovanja sa transdisciplinarnim pristupom i promociju poduzetničkog obrazovanja na međunarodnoj razini profesorici Singer je 2008. godine dodijeljena UNESCO katedra za poduzetničko obrazovanje. Počasni doktorat od Turku School of Economics, University of Turku, Finska primila je 2010. godine. Profesorica Singer članica je Nacionalnog vijeća za konkurentnost i Hrvatske udruge Rimskog kluba, te je član Upravnog odbora European Council of Small Business.

Nataša Šarlija



Nataša Šarlija je redovita profesorica na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku. Doktorat znanosti obranila je na Sveučilištu u Zagrebu na Ekonomskom fakultetu iz područja kreditnih rizika. Istraživački i edukativni rad fokusiran je na rast malih i srednjih poduzeća, financijski management i upravljanje kreditnim rizicima. Pored rada na Sveučilištu, bavi se i konzultantskim radom u području kreditnih rizika. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine unutar kojega je zadužena za metodologiju i statističku obradu podataka. Područja interesa: modeliranje kreditnih rizika, upravljanje kreditnim rizicima, kreditna analiza, scoring modeli za mala poduzeća, procjena potencijala rasta malih i srednjih poduzeća i business intelligence.

Sanja Pfeifer



Sanja Pfeifer je redovita profesorica na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Ekonomski fakultet u Osijeku. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine. Područja istraživačkog interesa su poduzetništvo, menadžment i organizacija, determinante inovativnosti, konkurentnosti, rasta i razvoja poslovnih subjekata. Aktivna je članica Entrepreneurship Research and Education Network - ERENET, te European Council of Small Business – ECSB. U 2008. godini bila je voditeljica znanstvenog simpozija Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Fakultät für Wirtschaft und Recht iz Pforzheima, Njemačka i znanstvena urednica zbornika radova simpozija. Od 2015. godine zamjenica je urednika časopisa Ekonomski vjesnik. U razdoblju 2007-2012, bila je voditeljica projekta „Transformacija poduzetničkog potencijala u poduzetničko ponašanje,“ a trenutno je suradnica na nekoliko domaćih i međunarodnih projekata.

Sunčica Oberman Peterka



Sunčica Oberman Peterka je izvanredna profesorica na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, gdje predaje poduzetničke i strateške kolegije. Doktorat znanosti iz područja ekonomije obranila je na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku 2008. godine. Prije nego što se zaposlila na Sveučilištu (2000.), radila je u Centru za poduzetništvo Osijek (1997.-2000.) kao trener i konzultant za mala i srednja poduzeća, te je vodila edukativno-konzultantski program Rast i razvoj Vašeg poduzeća, program namijenjen rastućim poduzećima. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine. Članica je međunarodnih organizacija International Council for Small Business i European Council of Small Business. Područja istraživačkog interesa: poduzetničko obrazovanje, poduzetničko sveučilište, autentično liderstvo, pokretanje poslovnog pothvata, upravljanje malim poduzećima, strateški management.



CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih
poduzeća i poduzetništva
www.cepor.hr



ICES Međunarodni centar za poduzetničke studije
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku,
Ekonomski fakultet u Osijeku
www.ices.hr

ISBN 978-953-7520-09-0