



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR HRVATSKA



Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2002-2011

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

Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2002-2011

Autori

Slavica Singer
Nataša Šarlija
Sanja Pfeifer
Sunčica Oberman Peterka

Suradnici

Mirna Oberman
Oto Wilhelm

Sponzori

Ministarstvo poduzetništva i obrta
Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku
ICES Međunarodni centar za poduzetničke studije
UNESCO katedra za poduzetništvo



Sadržaj

Popis tablica	5
Popis slika	6
Riječ ministra poduzetništva i obrta	7
Predgovor	8
Ukratko o najvažnijem	9
1. Uvod	12
Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja	12
Indikatori poduzetničke aktivnosti	14
Međunarodna dimenzija GEM istraživanja	16
O uzorku u Hrvatskoj	18
GEM istraživački tim u Hrvatskoj	18
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj	19
2. Poduzetnička aktivnost Hrvatske – od intencije do pokretanja poslovnog pothvata, od „odraslog“ i rastućeg poduzeća do izlaska iz poduzetničke aktivnosti, u međunarodnoj perspektivi	20
Potencijalnih poduzetnika još uvijek je malo	21
Nizak dinamizam poduzetničke strukture	24
<i>Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom raste do 2006. godine</i>	24
<i>Malo učešće „odraslih“ poduzeća</i>	27
<i>Niska razina obnavljanja, niska razina umiranja poslovnih pothvata</i>	28
Malo rastućih poduzeća	31
<i>Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda</i>	31
<i>Lagani pomak prema tržištima „plavog oceana“, ali još uvijek niska internacionalizacija</i>	34
<i>Bez promjena u očekivanju novog zapošljavanja</i>	37
Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske	38
Poduzetnička aktivnost Hrvatske u 2011. godini - u europskoj perspektivi	41
Poduzetnička aktivnost hrvatskog gospodarstva doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje	49
3. Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	51
Poduzetnička demografija mijenja se i po rodosti i po dobi	51
Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji	55
Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti	55
Regionalna rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti	57

Izdavač:

CEPOR -
Centar za politiku razvoja
malih i srednjih poduzeća
i poduzetništva
www.cepor.hr

Za izdavača:

Slavica Singer

Dizajn i priprema:

MIT d.o.o.

Tisak:

ibl d.o.o. Osijek

CIP zapis dostupan u
računalnome katalogu
Nacionalne i sveučilišne
knjižnice u Zagrebu pod
brojem 825538

ISBN 978-953-7520-02-1

Osobna razvojna iskaznica "regija"	58
Poduzetnička rasprostranjenost po „regijama“ se intenzivira, ali motivi su različiti	70
4. Poduzetnička okolina - više ograničavajuća nego poticajna	75
Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	
u razdoblju 2002.-2011. godine	76
Pristup novcima	76
Vladine politike prema poduzetništvu	77
Vladini programi za poduzetništvo	80
Obrazovanje	80
Komercijalna i profesionalna infrastruktura	81
Transfer znanja i zaštita intelektualnog vlasništva	82
Otvorenost tržišta	84
Fizička infrastruktura	85
Kulturne i društvene norme	86
Poduzetnička djelotvornost	87
Poduzetnička okolina Hrvatske u 2011. godini	89
5. Zaključci i preporuke	96
Zaključci – promjene su nužne	96
Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja	97
Literatura	99
Prilog 1 Konceptualni okvir i metodologija	103
Prilog 2 Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline koji su sudjelovali u GEM istraživanju 2011.	106
Prilog 3 Popis GEM timova i sponzora, 2011.	108
Autori (životopisi i fotografije)	116

Popis tablica:

TABLICA 1: PERCEPCIJA O PRILIKAMA I SPOSOBNOSTIMA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA - %	21
TABLICA 2: PERCEPCIJA O PODUZETNIČKIM NAMJERAMA I STRAH OD PROMAŠAJA - %	22
TABLICA 3: PERCEPCIJA O DRUŠTVENOM STATUSU PODUZETNIKA - %	23
TABLICA 4: PODUZETNIČKA AKTIVNOST MJERENA TEA INDEKSOM - %	25
TABLICA 5: RAZLOZI ZA ULAZAK U PODUZETNIČKU AKTIVNOST – UOČAVANJE PRILIKE ILI ZBOG NUŽNOSTI	26
TABLICA 6: UČEŠĆE „ODRASLIH“ PODUZEĆA - %	27
TABLICA 7: KAPACITET OBNAVLJANJA „ODRASLIH“ PODUZEĆA – TEA/„ODRASLA“ PODUZEĆA	28
TABLICA 8: IZLAZAK IZ POSLOVNE AKTIVNOSTI - %	29
TABLICA 9: KORIŠTENJE NOVIH TEHNOLOGIJA – ZA TEA PODUZETNIKE (KOLIKO PODUZETNIKA KORISTI NOVE TEHNOLOGIJE?) - %	31
TABLICA 10: KORIŠTENJE NOVIH TEHNOLOGIJA – ZA „ODRASLE“ PODUZETNIKE (KOLIKO PODUZETNIKA KORISTI NOVE TEHNOLOGIJE?) - %	32
TABLICA 11: NOVINA PROIZVODA ZA KUPCE – TEA PODUZETNICI (KOLIKOM BROJU KUPACA JE PROIZVOD NOV?) - %	33
TABLICA 12: NOVINA PROIZVODA ZA KUPCE – ZA „ODRASLE“ PODUZETNIKE (KOLIKOM BROJU KUPACA JE PROIZVOD NOV?) - %	33
TABLICA 13: INTENZITET OČEKIVANE KONKURENCIJE (KOLIKO PODUZETNIKA NUDI ISTI PROIZVOD?) – TEA PODUZETNICI - %	34
TABLICA 14: INTENZITET OČEKIVANE KONKURENCIJE (KOLIKO PODUZETNIKA NUDI ISTI PROIZVOD?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI - %	35
TABLICA 15: INTENZITET OČEKIVANE INTERNACIONALIZACIJE (KOLIKO JE KUPACA IZVAN ZEMLJE?) – TEA PODUZETNICI - %	36
TABLICA 16: INTENZITET OČEKIVANE INTERNACIONALIZACIJE (KOLIKO JE KUPACA IZVAN ZEMLJE?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI - %	36
TABLICA 17: OČEKIVANI INTENZITET RASTA (NOVO ZAPOŠLJAVANJE U NAREDNIH 5 GODINA?) – TEA PODUZETNICI - %	37
TABLICA 18: OČEKIVANI INTENZITET RASTA (NOVO ZAPOŠLJAVANJE U NAREDNIH 5 GODINA?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI - %	37
TABLICA 19: PODUZETNIČKA AKTIVNOST ZAPOSLENIKA - %	39
TABLICA 20: PERCEPCIJA O PRILIKAMA I SPOSOBNOSTIMA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, INTENCIJE I DRUŠTVENI ATRIBUTI PODUZETNIČKOG PONAŠANJA - HRVATSKA U MEĐUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011 - %	42
TABLICA 21: ŽIVOTNI CIKLUS PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI – PODUZETNICI POČETNICI I NOVI PODUZETNICI (TEA INDEKS), „ODRASLA“ PODUZEĆA I PREKID POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA U MEĐUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011 - %	45
TABLICA 22: MOTIVACIJSKI KOEFICIJENT – HRVATSKA U MEĐUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011	47
TABLICA 23: PODUZETNIČKA AKTIVNOST PO KRITERIJU RODNOSTI, MJERENA TEA INDEKSOM	51
TABLICA 24: PODUZETNIČKA AKTIVNOST PO DOBNOJ STRUKTURI, MJERENA TEA INDEKSOM - %	52
TABLICA 25: PODUZETNIČKA AKTIVNOST MLADIH, MJERENA TEA INDEKSOM - %	53
TABLICA 26: PODUZETNIČKA AKTIVNOST, PO DOBNIM SKUPINAMA I RODNOSTI, 2011	54
TABLICA 27: RANA PODUZETNIČKA AKTIVNOST (TEA INDEKS) PO OBRAZOVNIM RAZINAMA, 2011 - %	55
TABLICA 28: SEKTORSKA DISTRIBUCIJA PODUZETNIČKIH AKTIVNOSTI – TEA, %	56
TABLICA 29: REGIONALNA DIMENZIJA PODUZETNIČKOG KAPACITETA HRVATSKOJ – TEA INDEKSI, %	70
TABLICA 30: REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ - TEA PRILIKA/TEA NUŽNOST	70
TABLICA 31: REGIONALNA DIMENZIJA UKLJUČENOSTI U PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ, S OBLIROM NA RODNI KRITERIJ - TEA MUŠKARCI/TEA ŽENE	72
TABLICA 32: RAZVOJNI PROFILI „REGIJA“ U HRVATSKOJ, 2011	73
TABLICA 33: PRISTUP NOVCIMA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	77
TABLICA 34: VLADINE POLITIKE – PRIORITETI, PODRŠKE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	78
TABLICA 35: VLADINE POLITIKE – BRZINA I LAKOĆA REGULATORNOG FUNKCIONIRANJA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	78
TABLICA 36: VLADINI PROGRAMI, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	80
TABLICA 37: OSNOVNO I SREDNJE OBRAZOVANJE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	81
TABLICA 38: TERCIJARNO OBRAZOVANJE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	81
TABLICA 39: KOMERCIJALNA I PROFESIONALNA INFRASTRUKTURA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	82
TABLICA 40: TRANSFER ISTRAŽIVANJA I RAZVOJA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	82
TABLICA 41: ZAŠTITA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	84
TABLICA 42: OTVORENOST TRŽIŠTA – DINAMIČNOST PROMJENA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	84
TABLICA 43: OTVORENOST TRŽIŠTA – BARIJERE ULASKA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	85
TABLICA 44: PRISTUP FIZIČKOJ INFRASTRUKTURI, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	85
TABLICA 45: KULTURNE I DRUŠTVENE NORME, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	86
TABLICA 46: DRUŠTVENI IMIDŽ PODUZETNIKA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	86
TABLICA 47: ODNOS PREMA ŽENAMA U PODUZETNIŠTVU, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	87
TABLICA 48: PREPOZNAVANJE POSLOVNIH PRILIKA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	88
TABLICA 49: SPOSOBNOSTI I ZNANJA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	88
TABLICA 50: STAV PREMA JAKO RASTUĆIM PODUZEĆIMA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	88
TABLICA 51: INTERES ZA INOVATIVNOST – IZ PERSPEKTIVE PODUZEĆA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	89
TABLICA 52: INTERES ZA INOVATIVNOST – IZ PERSPEKTIVE KUPACA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE	89
TABLICA 53: PROSJEČNA OCJENA PODUZETNIČKE OKOLINE U HRVATSKOJ I PROSJEK ZA GEM ZEMLJE, 2011.	90
TABLICA 54: PROSJEČNA OCJENA ZA OKOLINU U KOJOJ SE DOGAĐA PODUZETNIČKA AKTIVNOST ZAPOSLENIKA U U HRVATSKOJ I PROSJEK ZA GEM ZEMLJE, 2011.	91
TABLICA 55: DESET NAJVIŠE OCIJENJENIH TVRDNJI O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2011.	92
TABLICA 56: DESET NAJNIŽE OCIJENJENIH TVRDNJI O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2011.	93

Popis slika:

SLIKA 1: KONCEPTUALNI OKVIR GEM ISTRAŽIVANJA - INSTITUCIONALNI KONTEKST I NJEGOV ODNOS PREMA PODUZETNIŠTVU 13

SLIKA 2: KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA U POJEDINIM RAZVOJNIM FAZAMA I KLJUČNI RAZVOJNI FOKUSI 14

SLIKA 3: PODUZETNIČKI PROCES I GEM OPERATIVNE DEFINICIJE 15

SLIKA 4: KATEGORIJE PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI 16

SLIKA 5: RANA PODUZETNIČKA AKTIVNOST MJERENA TEA POKAZATELJEM I RAZINOM BDP PO STANOVNIKU 50

SLIKA 6: PODUZETNIČKA AKTIVNOST (TEA INDEKSI) PO RODNOM KRITERIJU I DOBNOJ STRUKTURI 53

SLIKA 7: REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ – TEA PRILIKA I TEA NUŽNOST, 2006. 71

SLIKA 8: REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ – TEA PRILIKA I TEA NUŽNOST, 2011. 71

SLIKA 9: OCJENE KVALITETE PODUZETNIČKE OKOLINE ZA HRVATSKU I SVE GEM ZEMLJE, 2011. 91

SLIKA 10: OCJENE „MEKIH“ KOMPONENTI PODUZETNIČKE OKOLINE I PODUZETNIČKE DJELOTVORNOSTI ZA HRVATSKU I SVE GEM ZEMLJE, 2011 92

SLIKA 11: HRVATSKA IZMEĐU ZEMALJA ČIJI RAST SE TEMELJI NA EFIKASNOSTI I ZEMALJA ČIJI RAST SE TEMELJI NA INOVACIJAMA, OCJENE EKSPERATA, 2011.94

Riječ ministra



Gordan Maras
 ministar poduzetništva i obrta

Izgradnja i jačanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske jedan je od prioriteta Vlade Republike Hrvatske. U nastojanju da razvije i ojača hrvatske poduzetničke kapacitete, Ministarstvo poduzetništva i obrta podupire kontinuirano i standardizirano praćenje poduzetničke aktivnosti na individualnoj razini i praćenje kvalitete uvjeta poduzetničke okoline unutar koje se poduzetničke aktivnosti događaju. To, pak, omogućava uključenost Hrvatske u GEM istraživanje. Sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju važno je i zbog međunarodne usporedbe koja nas stimulira da i na temelju praktičnih iskustava drugih zemalja ostvarimo društvo u kojemu će svi biti jednaki pred poduzetničkim prilikama.

Strateškim planom za razdoblje 2012.-2014. godine identificirane su smjernice za djelovanje u područjima koja su u nekoliko zadnjih godina predstavljala ograničenje poduzetničke aktivnosti, a koja su potvrđena i ovom analizom: dostupnost financijskih sredstava, razina međunarodne konkurentnosti hrvatskih poduzeća, dostupnost poduzetničkog obrazovanja te ukupna društvena poduzetnička kultura.

Na temelju takvih spoznaja i imajući u vidu potrebu da se Hrvatska što bolje prilagodi principima koji proizlaze iz Zakona o malom gospodarstvu Europske unije (Small Business Act), Vlada i Ministarstvo poduzetništva i obrta nizom mjera nastojali su osigurati povoljnije uvjete za oporavak i razvoj poduzetništva i obrta u Hrvatskoj. Uz ostalo, početkom 2012. godine oblikovan je i u ovoj godini proveden program „Poduzetnički impuls“. Poduzetničkim impulsom se kroz 25 različitih mjera stimulira pokretanje poslovnih pothvata, jačanje inovativnosti i konkurentnosti postojećih poduzetničkih projekata, razvoj institucionalne podrške poduzetnicima, poduzetničko obrazovanje, formiranje jamstvenog fonda i uključivanje u EU projekte.

Na temelju rezultata mjera koje su Vlada, Ministarstvo poduzetništva i obrta i druga resorna ministarstva u ovoj godini realizirali, ali i na temelju GEM-a te drugih kontinuiranih i sustavnih istraživanja, nastavit ćemo i u narednom razdoblju svojim mjerama i ukupnom politikom podizati kvalitetu poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj kako bi se uvrstili među poduzetnički uspješnije zemlje s iznadprosječnim uvjetima za poduzetništvo i obrtništvo.

Predgovor

Poduzetnička djelotvornost je sinergijski efekt interakcije individualnih namjera, sposobnosti i aktivnosti sa svim komponentama poduzetničke okoline (vladine politike i programi, regulatorni okvir, pristup novcima, obrazovanje, istraživanje, infrastruktura fizička i poslovna, društvene i kulturološke norme). Zbog toga, poduzetnička aktivnost se ne temelji na herojskom činu pojedinca, nego na dobro uočenoj prilici, osposobljenosti za pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, ali za upravljanje rastom pothvata, jer samo u tom slučaju takvi pothvati doprinose otvaranju novih radnih mjesta i nove vrijednosti. Proaktivnost, inovativnost i kapacitet preuzimanja odgovornosti su sastavnice poduzetničkog ponašanja, a to ponašanje se događa u nekoj okolini, koja može podržavati ili otežavati takvo ponašanje.

Poduzetništvo nije apstraktan pojam, poduzetništvo je rezultat aktivnosti ljudi s imenom i prezimenom, bez obzira nalazili se na čelu vlade, ministarstva, sveučilišta, škole, vrtića, bolnice, grada, banke... ili onih koji namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat, onih koji su to učinili ili onih koji žele da njihov pothvat raste. Svi mi smo odgovorni za uočavanje prilika (a to se uvijek svodi na uočavanje problema koje treba riješiti) i rješavanje problema. Pri tome, važno je znati jesmo li u tome dovoljno uspješni ili zaostajemo za drugima.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje upravo daje mogućnost da svaka zemlja prati promjene u poduzetničkom kapacitetu u svojoj sredini, ali i da se uspoređuje s boljima od sebe. Ako je u Singapuru najjednostavnije poslovati, ako Njemačka ima najbolje ocijenjene vladine programe za poduzetništvo (čak šest puta u razdoblju 2002.-2011.), ako se Švicarska pojavljuje s najboljim rješenjima u transferu istraživanja – zašto to nije i kod nas tako? U promatranih deset godina 37 zemalja su bile najbolje, barem jednom u nekom aspektu poduzetničke aktivnosti ili poduzetničke okoline – Hrvatska niti jednom. Zemlje koje su bile pet i više puta najbolje, su: SAD, Island, Singapur, Švicarska, Finska, Ujedinjeni Arapski Emirati, Irska, Kanada, Izrael, Hong Kong, Njemačka, Kina i Koreja. Možemo li se mi upisati u taj klub? Zašto ne, ali treba nam VIZIJA, SURADNJA i ISTOVREMENOST djelovanja.

GEM istraživački tim sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer i Sunčica Oberman Peterka) i CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva zahvaljuju se resornim ministarstvima na kontinuiranoj podršci uključenosti Hrvatske u ovo najveće svjetsko istraživanje poduzetništva.

U desetogodišnjem razdoblju od 2002. do 2011. godine u Hrvatskoj je u GEM istraživanju sudjelovalo slučajno izabranih 20.000 odraslih stanovnika (2000 godišnje) i 266 eksperata iz područja financija, vladinih institucija, obrazovanja, istraživanja, poslovnih udruga, konzultantskih usluga... kojima se posebno zahvaljujemo, jer njihovi stavovi doprinose metodološkoj jedinstvenosti ovog istraživanja.

Slavica Singer

Voditeljica GEM Hrvatska

Ukratko o najvažnijem

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveće je svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti, pokrenuto 1999. godine od strane deset najrazvijenijih zemalja. Od tada je broj uključenih zemalja narastao na 54 u 2011. godini, čime je obuhvaćeno 79% svjetskog bruto domaćeg proizvoda. Hrvatska se uključila u istraživanje u 2002. godini. Na taj način je GEM istraživanje postalo nezaobilazni izvor informacija nositeljima politika na nacionalnoj razini i brojnim međunarodnim institucijama u oblikovanju politika, programa i instrumenata kojima interveniraju u stvaranju stimulirajuće poduzetničke okoline.

GEM istraživanje prati poduzetničku aktivnost na individualnoj razini i poduzetničku okolinu kroz nekoliko dimenzija. Poduzetnička aktivnost na individualnoj razini prati se kroz 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 promašaja, društveni status). Od 2011. godine prati se i poduzetnička aktivnost zaposlenika. Poduzetnička okolina se promatra kroz dimenzije pristupa novcima, vladine politike (prema prioritetima, prema regulatornom okviru), vladine programe, obrazovanje (srednjoškolsko i niže, te iznad srednjoškolskog), transfer istraživanja i razvoja, profesionalna i stručna podrška poduzetništvu, fizička infrastruktura, društvene i kulturološke norme, odnos prema rastućim poduzećima, odnos prema ženama u poduzetničkoj aktivnosti.

U desetogodišnjem razdoblju 2002.-2011. moguće je utvrditi tendencije i obrasce promjena (ili ne-promjena) u poduzetničkom kapacitetu Hrvatske.

O poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske u međunarodnoj perspektivi:

1. Hrvatska po svim pokazateljima poduzetničke aktivnosti zaostaje za zemljama čijoj razvojnoj skupini pripada (gospodarstva čiji rast se temelji na efikasnosti): u 2011. godini manje je onih koji uočavaju poslovnu priliku (18,25% vs. 39,67%), manje je ljudi s namjerama o pokretanju poslovnog pothvata (21,64% vs. 26,26%) i više je straha od promašaja (45,72% vs. 38,14%). Ovi pokazatelji upozoravaju na pad kapaciteta proaktivnog djelovanja u sferi gospodarstva, jer Hrvatska bilježi oštri pad uočavanja prilika, dok se u referentnoj skupini to nije dogodilo, usprkos globalnoj krizi. Intenzitet pokretanja poslovnih pothvata (mjeren TEA indeksom) raste do 2006. godine, ali je u svim godinama ispod prosjeka referentne skupine.
2. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost (osobni izbor zbog uočene prilike ili nužnost, zbog situacije u kojoj se osoba našla) određuju motivacijski koeficijent (kao odnos TEA Prilika i TEA Nužnost) koji je važan pokazatelj poduzetničkog kapaciteta zemlje. Što je motivacijski koeficijent veći, veća je vjerojatnost da će poslovni pothvati biti uspješniji (jer su rezultat osobnog izbora i bolje pripremljenosti za takvu aktivnost). Hrvatska je u svim godinama na začelju svih zemalja uključenih u GEM istraživanje (npr. u 2011. godini motivacijski koeficijent za Hrvatsku je bio 1,78 a za Norvešku 20, što znači da je u Norveškoj bilo 20 puta više onih koji su u poduzetnički pothvat ušli zbog uočene prilike od onih koji su to učinili zbog nužnosti, dok je u Hrvatskoj takvih bilo samo 1,78 puta više).
3. Hrvatska ima malo «odraslih» poduzeća (starijih od 42 mjeseca). U usporedbi s prosjekom zemalja čijoj skupini pripada, Hrvatska ima samo oko 70% «odraslih» poduzeća (2011. godine), što upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

4. Iako je Hrvatska bolja po tehnološkoj opremljenosti svojih poduzeća (i početničkih i «odraslih») od usporedne skupine zemalja, po inovativnosti proizvoda je obratno. U razdoblju 2008.-2011. godini broj poduzeća s proizvodima koji su novina na tržištu gotovo je upola manji od učešća takvih poduzeća u usporednoj skupini zemalja.
5. Hrvatska ima malo tržište pa je «osuđena» na izlazak na međunarodna tržišta, ali u razdoblju 2002.-2011. godine internacionalizacija hrvatskog gospodarstva ne pokazuje intenzitet promjena koje takva situacija zahtijeva: početnička poduzeća su povećala svoju internacionalizaciju, ali «odrasla» poduzeća su smanjila izlazak na inozemna tržišta.
6. Očekivani rast zapošljavanja je optimističniji kod početničkih poduzeća, dok «odrasla» poduzeća imaju ispodprosječna očekivanja novog zapošljavanja u odnosu na usporedbu sa zemljama čiji razvoj se temelji na efikasnosti.
7. Od 2011. godine GEM istraživanjem se prati i poduzetnička aktivnost zaposlenih (aktivnost na razvoju novog proizvoda / usluge, ili pokrenuta nova poslovna jedinica za svog poslodavca). Hrvatska ima iznadprosječnu poduzetničku aktivnost zaposlenika i blizu je prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama. To je izuzetno važna informacija, prvenstveno za poslodavce, jer se radi o skrivenoj komponenti poduzetničkog kapaciteta Hrvatske o kojoj se nedovoljno vodi računa.
8. Poduzetnička aktivnost hrvatskog gospodarstva doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje, jer sa 7,3 TEA (broj novih poslovnih pothvata na 100 odraslih stanovnika) ostvaruje 18.339 USD bruto domaćeg proizvoda po stanovniku (po paritetu kupovne moći), dok Irska sa 7,2 TEA ostvaruje 39.508 USD (izvor: GEM 2011 Extended Report).

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti:

1. Poduzetnička demografija mijenja se i po rodности i po dobi. Hrvatska je još uvijek značajno «muška» zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, iznad prosjeka usporedne skupine zemalja, iako je u desetgodišnjem razdoblju muška dominacija ipak smanjena. Učešće mladih (od 18-34 godine starosti) u poduzetničkim aktivnostima pada i niža je od usporedne skupine zemalja (u 2011. godini, u skupini poduzetnički aktivnih u Hrvatskoj prema TEA indeksu bilo je 41,09% mladih a u usporednoj skupini zemalja bilo je 48,34% mladih).
2. Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji i u Hrvatskoj, mjereno TEA indeksom: 9,91 TEA za one koji imaju obrazovanje više od srednjoškolskog, 6,30 TEA za one sa srednjoškolskim obrazovanjem i 1,69 TEA za one s nižim obrazovanjem od srednjoškolskog (2011. godina).
3. Najjače poduzetničke aktivnosti prisutne su u dvije najrazvijenije regije (Zagreb i okolica; Istra, Primorje i Gorski Kotar). Najviši motivacijski koeficijenti za najbogatije «regije» znače da u tim sredinama ljudi pokreću poslovne pothvate zato što je to njihov izbor temeljen na prepoznatim poslovnim prilikama. Motivacijski koeficijent ispod 1 koji je prisutan u jednoj od najsiriomašnijih «regija» (Lika i Banovina) govori o značajnoj dominaciji ljudi koji u poduzetničku aktivnost ulaze iz nužnosti, iz čega proizlaze i niže procjene očekivanja razvoja pothvata.

Kvaliteta poduzetničke okoline:

1. Prema ocjenama eksperata gotovo sve komponente poduzetničke okoline predstavljaju ograničenje poduzetničkoj aktivnosti – u promatranom razdoblju niti jedna od komponenti nije prešla u kategoriju stimulirajućih za poduzetničku aktivnost. To otvara pitanja efikasnosti vladinih politika i programa, vladinih agencija, ali i odgovornosti obrazovnih i istraživačkih institucija. Jedine dvije komponente koje u cijelom razdoblju ne predstavljaju ograničenje su dinamičnost tržišta i pristup fizičkoj infrastrukturi (telekomunikacijskoj, prometnoj...), pri čemu je kvaliteta fizičke infrastrukture čak i povećana.
2. U međunarodnoj perspektivi, sve komponente poduzetničke okoline su manje kvalitetne od prosjeka zemalja s gospodarstvima čiji razvoj se temelji na efikasnosti. Samo dinamičnost tržišta je u cijelom razdoblju IZNAD prosjeka usporedne skupine zemalja – to je «prozor prilika» kojeg čak deset godina ne uspijevamo iskoristiti, zbog ne-djelovanja u području onih komponenti koje čine barijere poduzetničkom djelovanju, a to je prvenstveno regulatorni okvir (odgovornost vladinih politika) i ispodprosječni interes za inovativnost i rast poduzeća (odgovornost poslovnog sektora).

Preporuke:

1. Potreban je društveni konsenzus da je poduzetništvo vid demokratizacije društva, jer osposobljavanje za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje osnažuje pojedince. Time se osigurava primjena principa supsidijarnosti, koji se temelji na aktiviranju ljudi na identifikaciji i rješavanju problema tamo gdje problemi nastaju. Zbog toga, poduzetništvo ima ulogu mobiliziranja (*mobilizer*) ali i izjednačavanja ljudi pred šansama (*equalizer*) (Timmons, J.A., Spinelli, S., 2004.). 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.
2. Pouke iz desetgodišnjeg razdoblja zahtijevaju suglasnost o tome da je odgovornost za neodgovarajuću razinu poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj na vladinim politikama prema kvaliteti poduzetničke okoline, na obrazovnim institucijama koje ne osiguravaju izgradnju poduzetničkih kompetencija i na poslovnom sektoru koji ne pokazuje dovoljnu razinu inovativnosti i interesa za rast.
3. 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 sektor (kroz jačanje konkurentnosti temeljene na inovativnosti i rastu) i pojedinci (koji će pokretati poslovne pothvate zbog uočene prilike).

1. Uvod

- Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja
- Indikatori poduzetničke aktivnosti
- Međunarodna dimenzija istraživanja
- O uzorku u Hrvatskoj
- GEM istraživački tim u Hrvatskoj
- Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveći je međunarodni empirijski istraživački pothvat za praćenje poduzetničke aktivnosti, pokrenut 1999. godine¹. Hrvatska sudjeluje u GEM istraživanjima od 2002. godine i ovim izvještajem prezentira deset godina praćenja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj.

Uočavajući važnost informacija o poduzetničkoj aktivnosti i korisnost kontinuiranog praćenja i međunarodnog uspoređivanja, broj uključenih zemalja raste svake godine. U 2011. godini u GEM istraživanju sudjelovalo je 54 zemalja, koje čine 55% svjetskog stanovništva i 79%² svjetskog bruto domaćeg proizvoda.

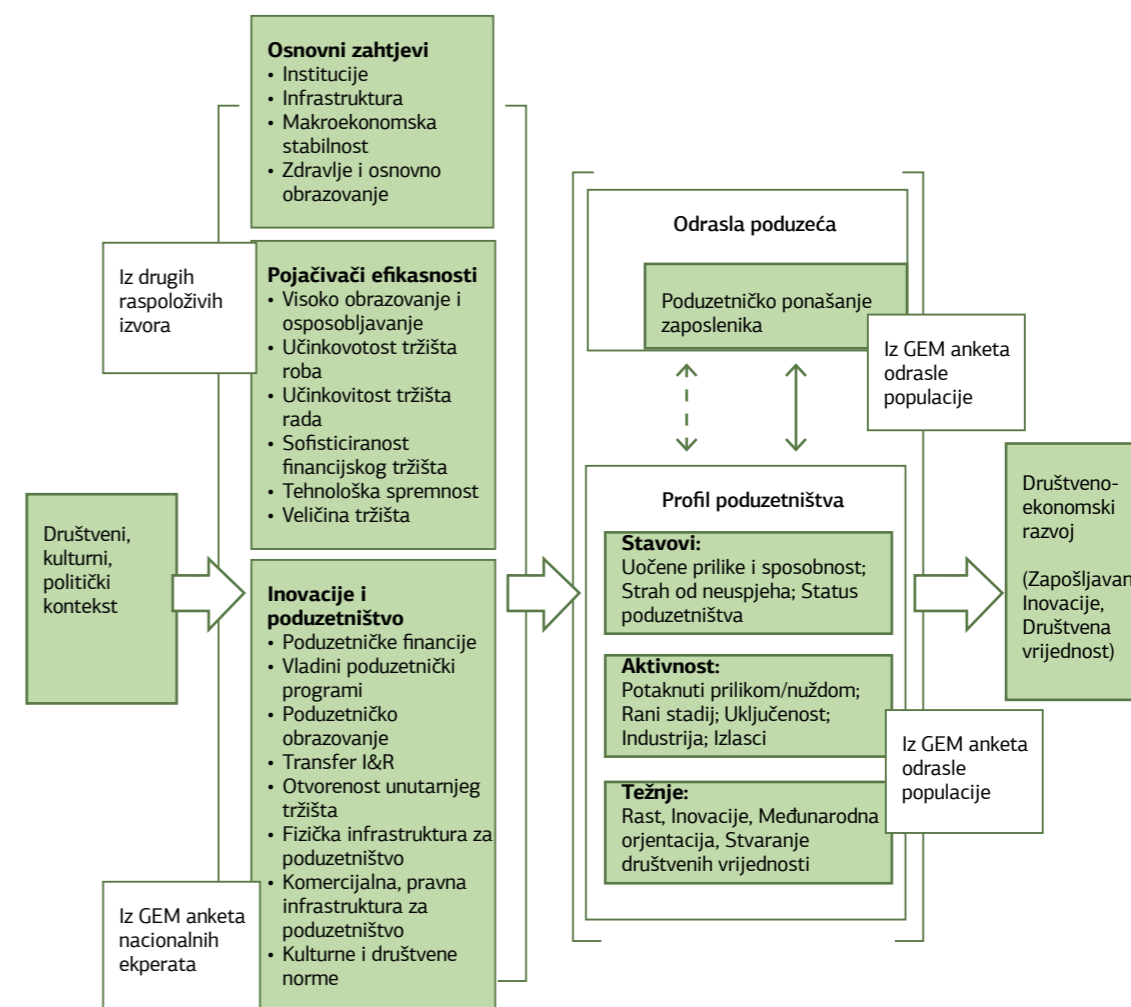
Istraživanje polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu cjeline društva da inovira, anticipira promjene i koristi ih za stvaranje prosperiteta na razini pojedinca i zemlje kao cjeline. Teoretski utemeljeni konceptualni okvir i snažna empirijska komponenta istraživanja predstavljaju konzistentnu podlogu za *policy* intervencije u cilju poboljšanja uvjeta o kojima ovisi poduzetnički kapacitet neke zemlje.

Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

Tradicionalno, analiza ekonomskog rasta fokusirana je na okvir makro-ekonomskih uvjeta i „primarno“ gospodarstvo, zanemarujući ulogu brojnih drugih aktera procesa stvaranja nove vrijednosti.

GEM pristup usmjeren je na istraživanje poduzetničkog kapaciteta zemlje koji nastaje kroz interakciju namjera, značajki i ponašanja ljudi s institucionalnom okolinom, bez obzira u kojoj fazi razvoja se neka zemlja nalazi. GEM istraživanjem ispituju se značaj i intenzitet povezanosti između komplementarnih mehanizama stvaranja nove vrijednosti (postojeća poduzeća, ljudi s intencijama pokretanja poslovnog pothvata) i okoline, promatrajući te povezanosti kroz ulogu osnaženog pojedinca, pojedinca koji djeluje proaktivno, inovativno i odgovorno za svoje izbore. Spoznaje dobivene provedenim GEM istraživanjima od 1999. godine dovele su 2008. godine do revizije početnog konceptualnog okvira, jer se pokazalo da tipovi i intenzitet poduzetničkog djelovanja ovise o razvojnoj fazi u kojoj se neko gospodarstvo nalazi (Porter et al., 2002). Tako koncipiran teoretski okvir istraživanja omogućava i bolju usporedbu s rezultatima istraživanja konkurentnosti koje provodi World Economic Forum, korištenjem iste pretpostavke (Slika 1):

SLIKA 1
KONCEPTUALNI OKVIR GEM ISTRAŽIVANJA - INSTITUCIONALNI KONTEKST I NJEGOV ODNOS PREMA PODUZETNIŠTVU



Izvor: Bosma, N. , Wennekers S. and Amoros, J.E.: Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe, 2012, str. 12

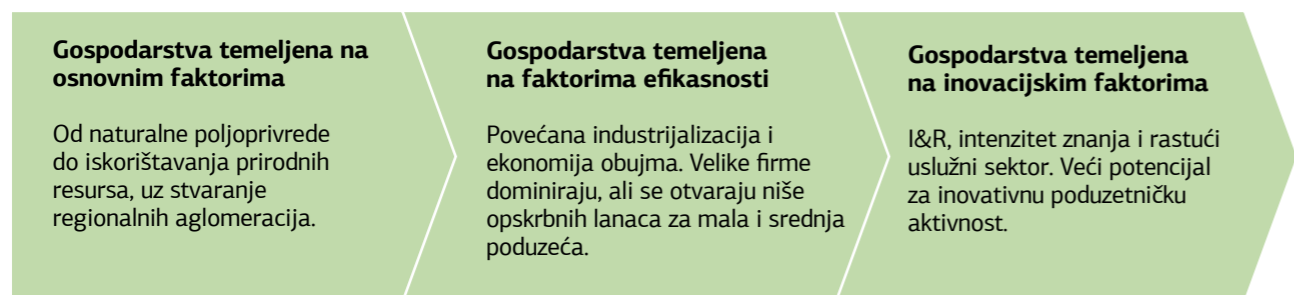
Ovakav konceptualni okvir istraživanja temelji se na holističkom pristupu u definiranju poduzetništva, kao integralnom fenomenu interakcije pojedinca i okoline. Zbog toga se u GEM istraživanju poduzetništvo definira kao kompleksan fenomen ponašanja, koji je prisutan u svim društvenim organizacijama, ne samo u gospodarstvu, nego i u obrazovanju, istraživanju, kulturi, vladinim institucijama, lokalnoj upravi.

Uvođenje pretpostavke o razlikama ovisno o razvojnoj fazi u kojoj se neko gospodarstvo nalazi, daje i važnu informaciju vladama što treba biti fokus politika kojima se želi jačati razvojni kapacitet zemlje i kvaliteta života ljudi (Slika 2):

¹ GEM projekt pokrenut je 1999. godine kao inicijativa grupe istraživača sa London Business School iz Velike Britanije i Babson College iz SAD. Te godine u istraživanju sudjelovalo je deset najrazvijenijih zemalja (G-7 zemlje, Danska, Finska i Izrael), koje su željele dobiti odgovor zašto je poduzetnički kapacitet SAD veći nego u drugim razvijenim zemljama.

² Izračunato korištenjem podataka International Monetary Fund <http://www.imf.org/external/data.htm> , 30.10.2012.

SLIKA 2
KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA U POJEDINIM RAZVOJNIM FAZAMA I KLJUČNI RAZVOJNI FOKUSI



OSNOVNI ZAHTEVI → POJAČIVAČI EFIKASNOSTI → UVJETI ZA PODUZETNIŠTVO I INOVACIJE

Početna istraživačka pitanja o tome razlikuje li se poduzetnička aktivnost među zemljama i zašto, te što može doprinijeti razvoju poduzetničkog kapaciteta pojedine zemlje, pretočena su u temeljne ciljeve istraživanja:

- Mjerenje razlika u poduzetničkim aspiracijama, ponašanju i aktivnostima između različitih zemalja
- Otkrivanje faktora koji utječu na prirodu i razinu poduzetničke aktivnosti neke zemlje
- 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?

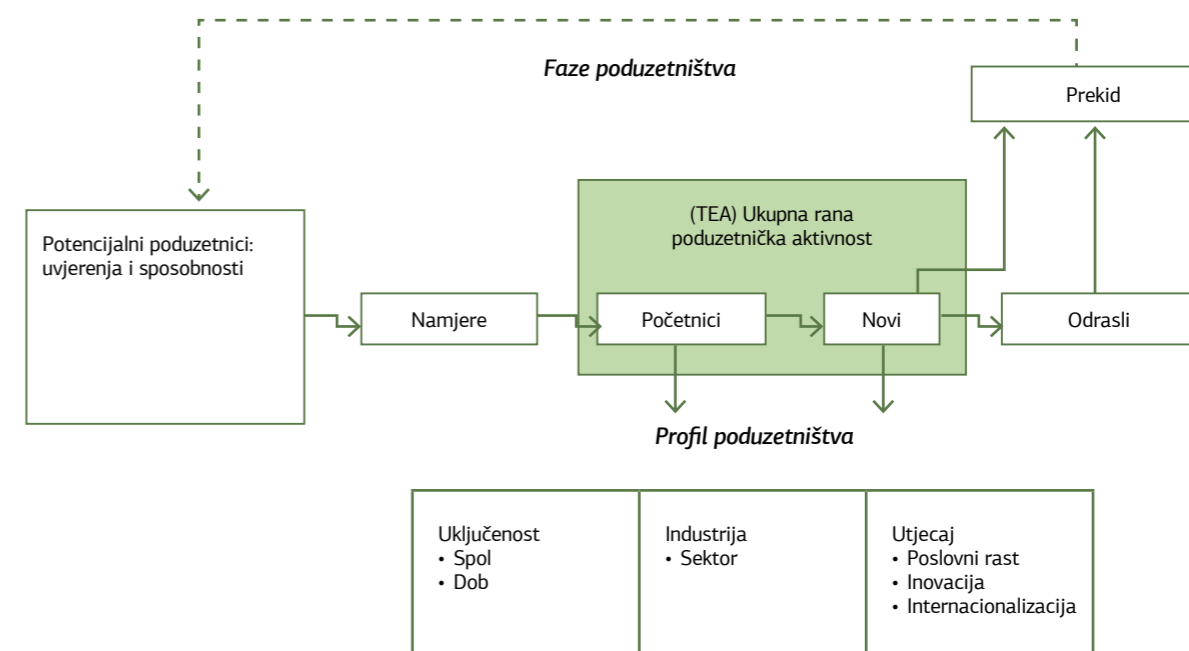
Jedinstvenost GEM istraživanja je što pruža osnovicu za vertikalno i horizontalno uspoređivanje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora. Vertikalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji praćenje promjena u svom okruženju, odnosno efekte primijenjenih politika i instrumenata. Horizontalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji međunarodno uspoređivanje u istom vremenu, odnosno izbor odgovarajućeg *benchmark-a*.

Kratki opis metodologije istraživanja dat je u Prilogu 1.

Indikatori poduzetničke aktivnosti

GEM prepoznaje poduzetništvo kao proces i mjeri različite komponente tog procesa (od prepoznavanja prilika, poduzetničkih namjera do poduzetničkih pothvata u nastajanju i poduzetničkih aktivnosti u postojećim poduzećima) kao i važna obilježja poduzetničke aktivnosti (Slika 3):

SLIKA 3
PODUZETNIČKI PROCES I GEM OPERATIVNE DEFINICIJE



Izvor: Kelley, D.J., Singer, S., Herrington, M.: Global Entrepreneurship Monitor 2011 Global Report, 2012, str. 5

Za potrebe GEM istraživanja, a temeljeno na konceptualnom okviru, ciljevima istraživanja te holističkom pristupu definiciji poduzetništva, utvrđen je skup pokazatelja kojima se mjere različiti aspekti poduzetničke aktivnosti:

Indikatori ukupne poduzetničke aktivnosti u životnom ciklusu poduzetničkog procesa, od pokretanja do zrelosti poslovnog pothvata:

- Potencijalni poduzetnici (koji vide prilike i vjeruju da imaju kapacitet za pokretanje poslovnog pothvata)
- Početni poduzetnici (prva tri mjeseca poslovnog pothvata)
- Novi poduzetnici (vlasnici poslovnog pothvata, čija se poduzetnička aktivnost mjeri isplatom plaća za više od 3 mjeseca, ali manje od 42 mjeseca)
- Poduzetnici (vlasnici koji su poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca ili oni koji su prekinuli svoje poslovne pothvate)
- Poduzetnička aktivnost zaposlenika, mjeri se od 2011. godine

Poduzetnička aktivnost početnika i novih poduzetnika, mjerena kroz odnos broja takvih poduzetnika prema uzorku odrasle populacije, starosti od 18 do 64 godine izražena je kroz *total early-stage entrepreneurial activity* (TEA) indeks. Za ocjenu poduzetničkog kapaciteta zemlje važne su i informacije o učešću „odraslih“ poduzeća u uzorku, kao i poduzetnička aktivnost zaposlenika (Slika 4):

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*
	Počelnici Sam ili sa drugima pokušava pokrenuti vlastiti posao, samozapošljavanje	Novi poduzetnici Vlasnik poduzeća/ obrta, od 3 do 42 mjeseca starog	Poduzetnici Vlasnik poduzeća/ obrta, starijeg od 42 mjeseca	Zaposlenici Zaposlenik razvija novi proizvod/uslugu za poduzeće u kojem radi, u protekle tri godine i sada je uključen u takve aktivnosti
	Start up poduzetnici			

*Fokus je na zaposlenicima koji imaju vodeću ulogu u stvaranju i/ili implementaciji ovakvih 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 rastuća poduzeća, inovativnost i internacionalizacija poslovanja.

Indikatori motivacije za poduzetničku aktivnost:

- TEA Prilika indeks: oni koji se opredjeljuju za poduzetničku aktivnost jer su uočili poslovnu priliku
- TEA Nužnost indeks: oni koji su na poduzetničku aktivnost natjerani situacijom u kojoj su se našli (ostali bez posla, nisu mogli naći drugo zaposlenje...)

Indikatori kojima se opisuje profil ljudi - nositelja poduzetničke aktivnosti:

- Spol
- Starost
- Obrazovanje
- Imovni status
- Sistem vrijednosti

Međunarodna dimenzija GEM istraživanja

Od 1999. godine kada je projektom bilo obuhvaćeno deset zemalja, u 2011. godini u GEM istraživanje uključene su 54 zemlje:

Azija i Oceanija

Australija, Bangladeš, Iran, Japan, Kina, Malezija, Pakistan, Republika Koreja, Singapur, Tajland, Tajvan, Ujedinjeni Arapski Emirati

Afrika

Alžir, Južna Afrika

Europa

Belgija, Bosna i Hercegovina, Češka, Danska, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Irska, Latvija, Litva, Mađarska, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Rusija, Španjolska, Švedska, Švicarska, Velika Britanija, Turska

Sjeverna Amerika

Meksiko, SAD

Srednja Amerika

Gvatemala, Panama

Južna Amerika

Argentina, Brazil, Čile, Kolumbija, Peru, Urugvaj, Venezuela

Karibi

Barbados, Jamajka, Trinidad i Tobago

Od 2008. godine međunarodna usporedba temelji se na grupiranju zemalja prema fazama ekonomskog razvoja u skladu s pristupom koji koristi World Economic Forum prilikom praćenja razine konkurentnosti: resursima vođena faza razvoja, faza razvoja vođena efikasnosti i inovacijama vođena faza razvoja.³ U skladu s tom klasifikacijom, zemlje uključene u GEM istraživanje u 2011. godini, mogu se grupirati kao (* označava zemlju u tranziciji u sljedeću razvojnu fazu prema Global Competitiveness Report 2011-2012):

Gospodarstva u fazi razvoja koja se temelji na resursima:

Alžir*, Bangladeš, Gvatemala*, Iran*, Jamajka*, Pakistan, Venezuela*

Gospodarstva u fazi razvoja koja se temelji na efikasnosti:

Argentina*, Barbados*, Bosna i Hercegovina, Brazil*, Čile*, Hrvatska*, Kina, Kolumbija, Južna Afrika, Latvija*, Litva*, Mađarska, Malezija, Meksiko*, Panama, Peru, Poljska*, Rumunjska, Rusija*, Slovačka, Tajland, Trinidad i Tobago*, Turska*, Urugvaj*

Gospodarstva u fazi razvoja koja se temelji na inovativnosti:

Australija, Belgija, Češka, Danska, Finska, Francuska, Grčka, Irska, Japan, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Portugal, Republika Koreja, Singapur, Slovenija, Španjolska, Švedska, Švicarska, Tajvan, Ujedinjeni Arapski Emirati, Velika Britanija, Sjedinjene države

³ Prema toj klasifikaciji, u resursima vođenoj fazi razvoja, gospodarstvom dominira poljoprivredna proizvodnja i ekstraktivna industrija; u fazi razvoja kojom dominira efikasnost, gospodarstva su obilježena industrijalizacijom i traženjem efikasnosti kroz povećanje obujma proizvodnje; u inovacijama vođenoj fazi razvoja jača uloga poslovnih pothvata temeljenih na znanju i jača sektor usluga, Schwab, K. (ed.), The Global Competitiveness Report 2011-2012, Geneva, World Economic Forum, 2011.

O uzorku u Hrvatskoj

U svakoj zemlji utvrđuje se slučajnim izborom uzorak odraslih stanovnika (najmanje 2000), te uzorak eksperata (najmanje 36), temeljen na kriteriju reputacije i iskustva.

Uobičajeni uzorak je 2000 odraslih stanovnika, od 18-64 godine starosti – iako se neke zemlje, zbog želje za utvrđivanjem razlika u poduzetničkoj aktivnosti **unutar** zemlje i djelotvornijim oblikovanjem politika ciljanih na jačanja poduzetničke aktivnosti, opredjeljuju za veći uzorak (kao npr. Njemačka, Švedska, Španjolska, Rusija, Čile,...). Posebno treba istaknuti Španjolsku, koja je u 2011. godini imala uzorak od 175.000.

U Hrvatskoj, uzorak je u svim godinama bio 2000 odraslih ispitanika, pa tako i u 2011. godini, što znači da je slučajnim izborom u istraživanje do sada bilo uključeno 20.000 osoba. Izbor uzorka i anketiranje odrasle populacije u Hrvatskoj obavlja PULS, u suradnji s istraživačkim timom GEM Hrvatska i globalnim GEM koordinacijskim timom.

U 2011. godini u okviru GEM istraživanja u Hrvatskoj anketirana su 44 eksperata. Izbor eksperata i anketiranja obavlja istraživački tim i CEPOR. Od uključenosti u GEM istraživanja, tj. od 2002. godine, ukupno 266 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 384). U Prilogu 2 je pregled eksperata koji su u 2011. godini svojim mišljenjem doprinijeli praćenju poduzetničke aktivnosti 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) i Babson College (Boston), a provode ga nacionalni istraživački timovi. Koordinacijski tim odgovoran je za cjelinu projekta, za prikupljanje standardiziranih podataka iz međunarodnih izvora i izradu sumarnog izvještaja s usporedbom razine poduzetničke aktivnosti među zemljama sudionicima projekta. Nacionalni istraživački timovi provode intervjue s ekspertima i istraživanje odrasle populacije, te izrađuju nacionalni izvještaj. 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.

U 2011. godini, Hrvatska sudjeluje po deseti put u GEM istraživanju. Nositelj istraživanja je CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. 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 Mirna Oberman, vanjska suradnica CEPOR-a, a anketiranje odrasle populacije obavlja PULS, prema metodologiji i instrumentima koji su obavezni za sve sudionike u GEM istraživanju. Na prikupljanju dodatnih podataka i prevođenju studije na engleski jezik radi Oto Wilhelm.

U Prilogu 3 nalazi se pregled članova koordinacijskog GEM tima i svih nacionalnih GEM timova, te sponzora, koji su sudjelovali u istraživanju u 2011. godini.

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Od početka uključenosti Hrvatske u GEM istraživanje, sudjelovanje Hrvatske sufinancira resorno ministarstvo poduzetništva, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (kroz projekt Paradigma i praksa poduzetništva i Poduzetništvo mobilizator socijalne integracije, financiranim od Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa), te CEPOR. Do 2006. godine u financiranju je sudjelovao i Institut Otvoreno društvo Hrvatska, kroz sporazum s Vladom Republike Hrvatske o uspostavljanju Centra za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR-a. U 2005. i 2006. godini, istraživanje je financijski bilo podržano i od USAID, Academy for Educational Development, CroNGO Program, upravo zbog promocije poduzetništva na regionalnoj razini u Hrvatskoj.

2. Poduzetnička aktivnost Hrvatske – od intencije do pokretanja poslovnog pothvata, od „odraslog“ i rastućeg poduzeća do izlaska iz poduzetničke aktivnosti, u međunarodnoj perspektivi

Potencijalnih poduzetnika još uvijek je malo

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom raste do 2006. godine

Malo učešće „odraslih“ poduzeća

Niska razina obnavljanja, niska razina umiranja poslovnih pothvata

Malo rastućih poduzeća

Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda

Lagani pomak prema tržištima „plavog oceana“, ali još uvijek niska internacionalizacija

Bez promjena u očekivanju novog zapošljavanja

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta

Hrvatske

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u 2011. godini – u europskoj perspektivi

Poduzetnička aktivnost hrvatskog gospodarstva doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje

Desetogodišnje razdoblje (2002.-2011.) sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju i mogućnost međunarodne usporedbe daje odličan uvid u tendencije promjena ključnih obilježja poduzetničke aktivnosti, u svakoj od faza poduzetničkog pothvata:

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

U cijelom tekstu koristit će se mogućnost međunarodne usporedbe, a naročito sa zemljama čijoj razvojnoj fazi Hrvatska pripada (rast gospodarstva temeljen na efikasnosti). Posebno će se izdvojiti 2011. godina, za koju se prikazuje pozicioniranost Hrvatske u usporedbi sa SVIM zemljama uključenim te godine u GEM istraživanje, s naglaskom na obilježja i intenzitet poduzetničke aktivnosti Hrvatske u europskoj perspektivi.

Potencijalnih poduzetnika još uvijek je malo

Odluci o pokretanju poslovnog pothvata, koja se donosi u interakciji osobnih preferencija i raspoloživosti / kvaliteti komponenti poduzetničke okoline, prethode procesi koji doprinose oblikovanju osobnih preferencija. Brojni su elementi o kojima ovisi motiviranost ljudi za pokretanje poslovnog pothvata: prepoznavanje prilike, vjerovanje o vlastitim sposobnostima, strah od promašaja, društveni status poduzetnika, medijska pažnja poduzetničkim pothvatima i dr. Osobe s izgrađenim osobnim preferencijama prema pokretanju poslovnog pothvata predstavljaju polazište za ostale faze poduzetničkog procesa.

Percepcija o prilikama daje uvid što ispitanici vide u svojoj okolini, a percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata što misle o sebi. Ipak, u obje situacije izjave ispitanika u velikoj su mjeri rezultat obrazovanja i iskustva. Zbog toga, raskorak između tih obilježja otvara važno pitanje o tome kako obrazovanje doprinosi kapacitetu ljudi da prepoznaju prilike, čak i onda kada se gospodarstva nalaze u krizi (Tablica 1):

TABLICA 1
PERCEPCIJA O PRILIKAMA I SPOSOBNOSTIMA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA -%

Godina	Percepcija o prilikama		Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata	
	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najviši
2002.	17,19	51,22 Finska	39,57	66,83 Argentina
2003.	25,65	65,10 Argentina	37,45	85,55 Uganda
2004.	19,27	71,67 Uganda	41,50	78,39 Uganda
2005.	37,27	35,75 Danska	56,68	74,81 Venezuela
2006.	42,75	67,75 Peru	58,07	78,01 Peru
2007.	43,93	81,30 Hong Kong	60,67	82,51 Dominikanska Republika
2008.	44,38	74,45 Angola	59,80	76,52 Dominikanska Republika
2009.	37,00	73,78 Uganda	59,10	84,78 Uganda
2010.	23,32	81,36 Zambija	53,19	86,69 Uganda
2011.	18,25	85,54 Nigerija	48,97	83,68 Nigerija
Usporedba sa prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti				
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek
2008.	44,38	40,62	59,80	53,51
2009.	37,00	35,77	59,10	54,22
2010.	23,32	42,94	53,19	55,86
2011.	18,25	39,67	48,97	51,62

Percepcija o prilikama i o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata pokazala je u Hrvatskoj uzlet, kojeg prekida utjecaj recesije poslije 2008. godine. Usporedba sa zemljama čijoj razvojnoj fazi Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti) pokazuje značajno različito kretanje percepcije o prilikama: u Hrvatskoj se pad percepcije o prilikama nastavlja, dok se u usporednoj grupi to ne događa. Ako je percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata u Hrvatskoj slična kao i u ostalim zemljama ove razvojne faze, onda je širenje jaza između ta dva važna obilježja o kojima ovisi stvaranje namjere za pokretanje poslovnog pothvata važno upozorenje, jer Hrvatska očito gubi kapacitet proaktivnog djelovanja u sferi gospodarstva.

Nisko učešće ispitanika s poduzetničkim namjerama i visoko učešće onih koji imaju strah od promašaja obilježava Hrvatsku u cijelom promatranom razdoblju, što dodatno upozorava na potrebu ozbiljnijeg propitivanja utjecaja obrazovanja, ali i medija na takvo stanje (Tablica 2):

TABLICA 2
PERCEPCIJA O PODUZETNIČKIM NAMJERAMA I STRAH OD PROMAŠAJA -%

Godina	Poduzetničke namjere*		Strah od promašaja**	
	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najniži
2002.	8,52	42,97 Čile	32,14	19,17 Japan
2003.	8,29	56,25 Uganda	42,59	22,71 SAD
2004.	5,48	62,84 Peru	41,57	21,21 SAD
2005.	8,36	47,79 Venezuela	40,21	18,56 Japan
2006.	11,12	68,72 Kolumbija	38,33	20,96 SAD
2007.	12,53	66,54 Kolumbija	34,92	17,08 Norveška
2008.	12,15	66,85 Kolumbija	38,16	22,73 Norveška
2009.	9,70	64,11 Kolumbija	45,21	20,32 Sirija
2010.	9,78	76,90 Uganda	39,24	11,82 Gana
2011.	21,64	58,46 Kolumbija	45,72	15,56 Panama
Usporedba sa prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti				
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek
2008.	12,15	23,79	38,16	36,97
2009.	9,70	24,77	45,21	35,87
2010.	9,78	26,27	39,24	34,59
2011.	21,64	26,26	45,72	38,14

* poduzetničke namjere se odnose na ispitanike koji nisu obuhvaćeni TEA indeksom, tj. koji još nisu pokrenuli poslovni pothvat
** strah od promašaja se odnosi na ispitanike koji vide poslovnu priliku

Iako Hrvatsku u cijelom promatranom razdoblju obilježava nisko učešće ispitanika s intencijom pokretanja poslovnog pothvata, najmanje dvije trećine ispitanika smatra da biti poduzetnik je dobar izbor karijere – i ovdje se primjećuje uzlet do 2007. godine i onda pad, ali ne toliko intenzivno kao u slučaju prepoznavanja poslovnih prilika (Tablica 1). Ipak, poželjnost poduzetničke karijere u skupini kojoj Hrvatska pripada po razvojnoj fazi u kojoj se nalazi (Tablica 3) je na visokoj, stabilnoj razini od oko 65%:

TABLICA 3
PERCEPCIJA O DRUŠTVENOM STATUSU PODUZETNIKA -%

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najviši
2002.	-	-	-	-	-	-
2003.	67,91	87,43 Uganda	51,08	85,93 Uganda	44,58	84,02 Island
2004.	65,40	91,27 Uganda	50,73	87,05 Uganda	48,84	80,69 Argentina
2005.	72,05	88,03 Tajland	52,11	86,01 Finska	54,97	84,91 Tajland
2006.	74,70	87,82 Kolumbija	53,49	88,38 Finska	59,56	84,37 Irska
2007.	72,18	96,16 Dominikanska Republika	50,74	86,96 Dominikanska Republika	63,92	84,57 Island
2008.	70,43	92,45 Kolumbija	53,51	89,55 Finska	61,26	81,47 Indija
2009.	68,19	95,29 Jemen	48,98	97,46 Jemen	53,04	95,90 Jemen
2010.	67,07	91,05 Gana	49,91	92,75 Tunis	41,79	88,00 Malezija
2011.	65,33	89,41 Kolumbija	46,95	100,00 Bangladeš	40,90	85,84 Tajvan
Usporedba sa prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti						
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek
2008.	70,43	71,84	53,51	70,23	61,26	61,68
2009.	68,19	71,09	48,98	71,50	53,04	61,47
2010.	67,07	72,83	49,91	69,78	41,79	62,47
2011.	65,33	70,78	46,95	69,72	40,90	61,40

Pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri nije praćen i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu. Uspoređujući Hrvatsku sa zemljama čija gospodarstva se temelje na efikasnosti, očito je da niti sistem vrijednosti u društvu niti mediji NE doprinose iskorištenju pozitivne energije koja postoji u stavu ispitanika da je poduzetništvo poželjna poslovna karijera. Posebno treba naglasiti da je stav ispitanika u ovoj skupini zemalja vrlo stabilan i u odnosu na visok status uspješnih poduzetnika i u odnosu na medijsku pažnju poduzetništvu, dok se u Hrvatskoj primjećuje pad u ove dvije izuzetno važne kategorije o kojima ovisi stvaranje stimulirajuće društvene atmosfere za poduzetničko djelovanje, posebno u razdoblju 2008.-2011. godine.

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Poduzetnička struktura neke zemlje mora biti dinamična, jer se temelji na poduzetničkim pothvatima koji imaju svoje individualne životne cikluse, duže ili kraće, od nastajanja poduzetničkog pothvata, odrastanja, do zrelosti i prestanka. Imajući u vidu smrtnost početničkih poslovnih pothvata⁴, potrebno je osigurati takav intenzitet rađanja novih poslovnih pothvata koji će osigurati kontinuiranu stabilnost gospodarstva. Činjenica da je stopa smrtnosti poslovnih pothvata najveća u najranijoj fazi (prve tri godine) upozorava na potrebu posebne pažnje razlozima poslovnog promašaja i intervencijama nužnim za povećanje vitalnosti poslovnih pothvata.

Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom raste do 2006. godine

Poduzetnička aktivnost, temeljena na pokretanju („rojenju“) novih poslovnih pothvata (izražena kroz TEA indeks), bitna je pretpostavka vitalnosti gospodarske strukture. Novi poslovni pothvati donose nove ideje, nove tehnologije, nove proizvode, izlazak na nova tržišta i na taj način doprinose povećanju poslovne efikasnosti i konkurentnosti. U Tablici 4 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 „početničke“ poduzetničke aktivnosti:

⁴ Scott Shane je praćenjem što se dogodilo s novoosnovanim poduzećima 1994. godine (korištenjem podataka američkog Bureau of Labor Statistics) utvrdio da je u prvoj godini, tj. između 1994. i 1995. godine čak 20,2% tih poduzeća prestalo s djelovanjem. Ta stopa smrtnosti opada do razine od 10% u 1998. godine i zatim nastavlja s laganim padom do 5% kada poduzeće dosegne starost od 12 godina (2006. godina), na kojoj se onda i zadržava (<http://smallbiztrends.com/2012/05/businesses-face-high-rates-of-mortality.htm>, 14.05.2012.)

TABLICA 4
PODUZETNIČKA AKTIVNOST MJERENA TEA INDEKSOM -%

Godina	Hrvatska		TEA najviši	
	TEA	Rang		
2002.	3,62	32/37	18,90 Tajland	
2003.	2,56	29/30	29,26 Uganda	
2004.	3,73	29/34	40,34 Peru	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2005.	6,11	19/35	25,00 Venezuela	
2006.	8,58	18/42	40,15 Peru	
2007.	7,27	21/42	26,87 Tajland	TEA prosjek / TEA najviši
2008.	7,59	26/43	29,82 Bolivija	11,30 / Peru 25,6
2009.	5,58	38/55	33,67 Uganda	11,26 / Kolumbija 22,5
2010.	5,52	44/60	52,11 Vanuatu	11,69 / Peru 27,2
2011.	7,32	37/55	34,99 Nigerija	13,97 / Kina 24,0

Jačanje poduzetničke aktivnosti (kroz pokretanje poslovnih pothvata) vidljivo je u 2005. i 2006. godini, što je omogućilo da se Hrvatska „odlijepi“ od začelja zemalja uključenih u GEM istraživanje. Stagniranje poduzetničke aktivnosti u 2007. i 2008. godini urušilo se u 2009. i 2010. U 2011. godini poduzetnička aktivnost pokazuje oporavak, s naznakom na vraćanje na razinu iz 2007. godine. Međutim to nije bilo dovoljno za vraćanje i na rang iz 2007. godine, što znači da su ostale zemlje pokazale intenzivniji oporavak.

Razlike u motiviranosti za poduzetničko djelovanje prate se u GEM istraživanju kroz dva različita TEA indeksa iz kojih se može izvesti motivacijski koeficijent (odnos TEA Prilika prema TEA Nužnost). Motivacijski koeficijent iznad 1 znači da ima više onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti. Motivacijski koeficijent ispod 1 znači da ima više onih koje je situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, iako to nisu željeli. Veći motivacijski koeficijent 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.

Motivacijski koeficijent Hrvatske je u korist poslovnih pothvata zbog uočene prilike, osim u 2005. godini kada je Hrvatska bila jedina zemlja s motivacijskim koeficijentom ispod 1, tj. većim TEA Nužnost nego TEA Prilika. Ipak, niska razina motivacijskog koeficijenta „drži“ Hrvatsku na začelju u svim promatranim godinama (Tablica 5):

TABLICA 5
RAZLOZI ZA ULAZAK U PODUZETNIČKU AKTIVNOST – UOČAVANJE PRILIKE ILI ZBOG NUŽNOSTI

Godina	TEA Prilika%		TEA Nužnost%		Motivacijski koeficijent TEA Prilika/TEA Nužnost		
	Hrvatska	Rang	Hrvatska	Rang	Hrvatska		Najbolji
					TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang	
2002.	2,18	35/37	0,85	13/37	2,57	25/37	30,20 Francuska
2003.	1,74	29/30	0,59	9/30	2,97	20/30	14,39 Danska
2004.	2,04	32/34	1,57	23/34	1,30	31/34	16,67 Island
2005.	2,92	32/35	3,09	30/35	0,94	35/35	27,40 Danska
2006.	4,41	28/42	3,81	34/42	1,15	40/42	26,38 Norveška
2007.	4,16	28/42	2,90	31/42	1,43	39/42	17,67 Danska
2008.	5,43	27/43	2,16	23/43	2,52	25/43	15,05 Island
2009.	3,01	46/55	2,08	28/55	1,44	50/55	13,62 Švicarska
2010.	3,52	48/60	1,78	27/60	1,97	39/60	13,01 Island
2011.	4,61	42/55	2,59	28/55	1,78	47/55	20,00 Norveška
Usporedba sa prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti							
Godina	TEA Prilika%		TEA Nužnost%		Motivacijski koeficijent TEA Prilika/TEA Nužnost		
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek	Hrvatska		Najbolji
					Prosjek	Najbolji	
2008.	5,43	7,38	2,16	3,54	2,52	2,50	5,77 Meksiko
2009.	3,01	7,21	2,08	3,70	1,44	2,14	3,49 Tunis
2010.	3,52	7,81	1,78	3,58	1,97	2,56	7,02 Malezija
2011.	4,61	9,71	2,59	3,92	1,78	3,43	18,54 Barbados

Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost upućuju na kapacitet poduzetničkog djelovanja, jer oni koji u pothvat ulaze zbog uočene prilike češće imaju dugoročnije planove i optimističniji su, te više doprinose gospodarstvu kroz jaču inovativnost i stvaranje novog zapošljavanja (Reynolds et al., 2002.).

Hrvatska je gotovo u cijelom razdoblju na začelju zemalja s obzirom na poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike, a u većini godina je u prvoj polovici s obzirom na poduzetničku aktivnost zbog nužnosti. U svim

promatranim godinama odnos između onih koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog prilike i onih koji su to učinili zbog nužnosti izuzetno je nizak, što Hrvatsku kontinuirano pozicionira u zadnju trećinu zemalja koje sudjeluju u GEM istraživanju. Još više zabrinjava veličina jaza između motivacijskog koeficijenta Hrvatske i zemalja koje su imale najbolji omjer poduzetnika zbog prilike i poduzetnika zbog nužnosti u svim promatranim godinama: u 2005. godini odnos je bio čak 1:29, a u najboljoj godini 1:4,85 (2003.). U usporedbi sa zemljama čijoj razvojnoj fazi pripada Hrvatska (gospodarstva temeljena na efikasnosti) zaključci ostaju nepromijenjeni: Hrvatska ima nižu poduzetničku aktivnost i među onima koji uočavaju priliku i među onima koji su prisiljeni na samozapošljavanje, što dovodi do prepolovljenog motivacijskog koeficijenta u odnosu na prosjek svih zemalja te razvojne skupine.

Malo učešće „odraslih“ poduzeća

U gospodarskoj demografiji je uz „rojenje“ poslovnih pothvata („početnički“ poslovni pothvati) potrebno imati i odgovarajuću stopu „odrastanja“ poslovnih pothvata, jer o tome ovisi stabilnost gospodarstva. „Odrasla“ poduzeća u GEM istraživanju definiraju se kao poduzeća starija od 42 mjeseca. Hrvatska u cijelom promatranom razdoblju ima vrlo „tanku“ bazu „odraslih“ poduzeća (Tablica 6):

TABLICA 6
UČEŠĆE „ODRASLIH“ PODUZEĆA -%

Godina	„Odrasla“ poduzeća		
	Hrvatska		Najveće učešće
	%	Rang	
2002.	2,17	32/37	13,28 Tajland
2003.	2,55	24/30	19,61 Grčka
2004.	2,15	32/34	21,89 Jordan
2005.	3,65	31/35	14,10 Tajland
2006.	4,12	33/42	19,72 Filipini
2007.	4,22	34/42	21,35 Tajland
2008.	4,83	32/43	19,05 Bolivija
2009.	4,84	38/55	21,95 Uganda
2010.	2,90	53/60	35,51 Gana
2011.	4,20	43/55	30,11 Tajland

Hrvatska se nalazi na začelju zemalja s obzirom na učešće „odraslih“ poduzeća. U usporedbi sa prosjekom zemalja čijoj skupini pripada Hrvatska ima samo oko 70% „odraslih“ poduzeća (2011. godina) što upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

Niska razina obnavljanja, niska razina umiranja poslovnih pothvata

Vibrantnost gospodarstva svake zemlje ovisi o intenzitetu stvaranja novih poslovnih pothvata, njihovog odrastanja, ali i brzini izlaska iz poslovne aktivnosti ukoliko se radi o poslovnom promašaju.

Polazeći od provedene analize smrtnosti američkih novih poduzeća na primjeru registriranih poduzeća u 1994. godini (Shane, 2012.), ali i brojnih drugih empirijskih procjena (Timmons, J.A. and Spinelli, S. Jr, 2009., str. 106) da najveći broj novih poslovnih pothvata nestaje nakon 2-3 godine, može se zaključiti da je važno njegovati barem toliku razinu stvaranja novih poslovnih pothvata koja će osigurati stabilnu bazu "odraslih" poduzeća, što u Hrvatskoj nije slučaj (Tablica 7):

TABLICA 7
KAPACITET OBNAVLJANJA „ODRASLIH“ PODUZEĆA – TEA/„ODRASLA“ PODUZEĆA

Godina	TEA/„odrasla“ poduzeća		
	Hrvatska	Najveći	Najmanji
2002.	1,66	8,33 Meksiko	0,26 Japan
2003.	1,00	6,33 Finska	0,34 Grčka
2004.	1,73	4,15 Francuska	0,31 Japan
2005.	1,67	3,97 Južna Afrika	0,40 Japan
2006.	2,08	4,06 Rusija	0,53 Turska
2007.	1,72	3,74 Venezuela	0,40 Austrija
2008.	1,57	5,48 Angola	0,68 Japan
2009.	1,15	8,27 Jemen	0,14 Japan
2010.	1,90	24,93 Meksiko	0,37 Grčka
2011.	1,74	9,81 Venezuela	0,50 Grčka
Usporedba sa prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti			
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek	Najveći Najmanji
2008.	1,57	1,89	3,36 Južna Afrika 0,82 Srbija
2009.	1,15	1,61	4,16 Južna Afrika 0,48 Srbija
2010.	1,90	2,66	24,93 Meksiko 0,63 Malezija
2011.	1,74	2,28	3,98 Peru 0,65 Tajland

Definicija „najboljeg“ odnosa novih i „odraslih“ poduzeća nije jednoznačna: npr. niski koeficijent obnavljanja poduzeća u Grčkoj nema isto značenje kao i niski koeficijent obnavljanja u Japanu ili Austriji. Niski koeficijent obnavljanja može nastati zbog malog broja početničkih poslovnih pothvata, ali jake baze „odraslih“ poduzeća, što je česta pojava kod zemalja čiji razvoj se temelji na inovacijama, tj. kod razvijenih zemalja. Nisko učešće početničkih poslovnih pothvata i novih poduzeća u takvim je zemljama često praćeno jačom poduzetničkom aktivnošću zaposlenika (vidjeti Tablicu 19 Poduzetnička aktivnost zaposlenika), što kompenzira izostanak jednog oblika poduzetničke aktivnosti drugim oblikom.

Niski motivacijski koeficijent (Tablica 5) koji upućuje na značajno prisustvo ljudi poduzetnički aktivnih silom prilika, a ne svojom voljom, povezan je i sa sposobnošću vođenja poslovnog pothvata kroz transformaciju mladih u "odrasla" poduzeća (starija od 42 mjeseca). Zbog toga, niska baza obnavljanja „odraslih“ poduzeća praćena niskim motivacijskim koeficijentom upozorava da se „tanka“ baza „odraslih“ poduzeća neće uskoro promijeniti ukoliko ne dođe do promjena u uvjetima o kojima ovisi individualna poduzetnička aktivnost (od percepcije prilika do kvalitete poduzetničke okoline).

Za demografsku dinamičnost gospodarstva važna je i informacija o izlasku iz poslovne aktivnosti (prestanak rada zbog poslovnog promašaja, zbog odlaska u mirovinu, zbog želje za pokretanjem nekog novog poslovnog pothvata, nasljeđivanja...) (Tablica 8):

TABLICA 8
IZLAZAK IZ POSLOVNE AKTIVNOSTI -%*

Godina	% izlaska iz poslovne aktivnosti			
	Hrvatska		Najmanji	
	%	Rang**		
2002.	1,69	9/36	0,68 Francuska	
2003.	1,34	3/30	1,26 Francuska	
2004.	1,34	8/34	0,55 Mađarska	
2005.	1,81	14/35	0,46 Mađarska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	1,81	12/42	0,84 Nizozemska	
2007.	1,92	21/42	0,50 Nizozemska	Prosjek / Najmanji
2008.	1,96	17/43	0,58 Japan	4,15 / Rusija 0,76
2009.	2,76	34/55	0,49 Danska	3,30 / Panama 0,67
2010.	1,64	20/60	0,61 Belgija	2,91 / Rusija 0,71
2011.	2,08	26/53	0,39 Belgija	3,04 / Rusija 1,23

* 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. Pored ovog pokazatelja, prati se i podatak o poduzetnicima koji su prekinuli poslovnu aktivnost, ali je njihov poslovni pothvat nastavio „živjeti“ s novim vlasnikom. Na primjeru 2011. godine, u Hrvatskoj je bilo 1,52% takvih poduzetnika, što znači da je ukupno bilo 3,7% poduzetnika koji su prekinuli poslovnu aktivnost. U Belgiji je nastavilo „živjeti“ 0,98% poslovnih pothvata čiji vlasnici su se prestali baviti tim poslom, a u Rusiji 0,30%.

** prema najmanjem postotku

Niti ovaj pokazatelj ne može se jednoznačno tumačiti, jer 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 intenzitet prestanka poduzetničkog djelovanja može značiti da se radi o pogrešno procijenjenoj poslovnoj prilici, o nepripremljenosti (nedovoljno znanja, nedostatak tima, novaca...) i/ili neznanju kako voditi poslovni pothvat.

Hrvatska ima relativno niski postotak poslovnih pothvata (poduzeća) koja su prestala djelovati u zadnjih 12 mjeseci, jer se u svim godinama (osim 2009. godine) nalazi u prvoj polovici, pa čak i u prvoj trećini zemalja obuhvaćenih GEM istraživanjem. Poznajući (ne)djelotvornost hrvatskog gospodarstva (doprinos stvaranju nove vrijednosti, Slika 5), to nikako ne može značiti potvrdu stabilnosti dobro funkcionirajućeg gospodarstva, nego više govori o *statusu quo*. Ovu konstataciju podržava i značajnije veća učestalost prestanka djelovanja poduzeća u skupini zemalja kojoj Hrvatska pripada s obzirom na razvojnu fazu u kojoj se nalazi.

Usporedba ovog pokazatelja s motivacijskim koeficijentom (TEA prilika/TEA nužnost) (Tablica 5) dopunjuje uvid u dinamičnost poduzetničke aktivnosti u nekoj zemlji, ali upućuje i na zaključke o čemu treba voditi računa prilikom dizajniranja uvjeta u kojima se odvija poduzetnička aktivnost.

Zemlje koje imaju visoki motivacijski koeficijent (znatno više onih koji u poslovni pothvat ulaze zbog uočene prilike nego zato što ih je na to prisilila nužnost) imaju i znatno niži postotak izlaska iz poslovne aktivnosti (npr. Nizozemska, Danska, Francuska, Belgija, Švicarska)⁵, što potvrđuje tvrdnju o tome da vlastiti izbor i opredijeljenost donosi izuzetno važan emocionalni i ekspertski kapital u poslovni pothvat i čini ga stabilnim.

Postoje naravno i druge kombinacije pokazatelja o izlasku iz poslovne aktivnosti i motivacijskog koeficijenta: niska razina prestanka poslovne aktivnosti praćena niskim motivacijskim indeksom može značiti smanjenje vitalnosti gospodarstva. Niski motivacijski indeks upozorava na nepovoljan odnos poslovnih pothvata zbog uočene prilike i onih koji su nastali zbog nužnosti. Takva situacija nužno dovodi do pretpostavke o češćim poslovnim promašajima, jer veće učešće poduzetničkih pothvata zbog nužnosti povlači za sobom i veću neizvjesnost takvih poslovnih pothvata. Međutim, ako se to ne događa, onda je gospodarstvo „talac“ poslovnih pothvata nastalih zbog nužnosti koji „preživljavaju“ ali ne doprinose značajnije niti stvaranju nove vrijednosti niti novog zapošljavanja. To je situacija u kojoj se nalazi Hrvatska, jer uz niski postotak izlaska iz poslovne aktivnosti ima i izuzetno niski motivacijski koeficijent⁶ (Tablica 8 i Tablica 5).

⁵ Na primjer: Nizozemska u svim promatranim godinama ima niski postotak poduzeća koja prestaju djelovati (najniži 0,50 u 2007. godini i najviši 1,80 u 2009. godini), a istovremeno ima visoki motivacijski koeficijent (najniži 6,91 u 2007. i najviši 14,89 u 2006. godini). Ili, Danska čiji postotak poduzeća koja prestaju djelovati se kreće od 0,49% u 2009. godini do 1,98% u 2004. godini ima još viši motivacijski koeficijent: od najnižeg 9,14 u 2010. godini do 27,41 u 2005. godini.

⁶ Da Hrvatska nije izuzetak, potvrđuju i podaci za Mađarsku: postotak izlaska iz poduzetničke aktivnosti kreće se u promatranom razdoblju od 0,46 u 2005. godini do 2,56 u 2002. godini, ali je i motivacijski koeficijent u svim godinama nizak (od 1,50 u 2005. godini do 4,07 u 2010. godini).

Malo rastućih poduzeća

Rastuća poduzeća su manjina u svim gospodarstvima (Autio, E., 2007.), pa i onim najrazvijenijim, ali su izuzetno značajna za razvojni kapacitet nacionalnih gospodarstava, posebno po svom doprinosu u generiranju nove zaposlenosti. Od 2005. godine GEM prati i segment rastućih poduzeća, koristeći se sljedećim kriterijima za ocjenu radi li se o visoko-rastućem ili ne-rastućem 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 još uvijek nema novih proizvoda

U promatranom razdoblju Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i „početničkih“ i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije nego što je to prosjek zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, ali istovremeno ima značajnije manje poduzeća čiji proizvodi su novina svim kupcima (tablice 9, 10, 11 i 12). To otvara pitanja djelotvornosti ulaganja u tehnologiju, ali i razine inovativnosti unutar poduzeća, a time i konkurentnosti.

TABLICA 9

KORIŠTENJE NOVIH TEHNOLOGIJA – ZA TEA PODUZETNIKE* (KOLIKO PODUZETNIKA KORISTI NOVE TEHNOLOGIJE?) -%

Godina	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija%	
2002.	-	-	-	
2003.	-	-	-	
2004.	-	-	-	
2005.	30,11	26,47	43,42	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	23,92	27,70	48,38	
2007.	24,76	26,66	48,59	Najnovije tehnologije
2008.	20,95	27,34	51,71	12,91
2009.	20,59	26,29	53,11	10,87
2010.	25,10	22,96	51,94	13,57
2011.	16,48	23,77	59,75	12,00

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

TABLICA 10

KORIŠTENJE NOVIH TEHNOLOGIJA – ZA „ODRASLE“ PODUZETNIKE* (KOLIKO PODUZETNIKA KORISTI NOVE TEHNOLOGIJE?) -%

Godina	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija%	
2002.	-	-	-	
2003.	-	-	-	
2004.	-	-	-	
2005.	23,04	28,34	48,62	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	7,63	29,24	63,12	
2007.	11,62	15,13	73,25	Najnovije tehnologije
2008.	16,67	31,09	52,24	6,00
2009.	15,94	14,91	69,14	4,83
2010.	16,67	12,51	70,82	5,62
2011.	6,97	15,55	77,48	4,13

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Iako je razumljivo da noviji poduzetnički pothvati (TEA) češće koriste najnovije tehnologije, ipak zabrinjava činjenica da u Hrvatskoj u 2011. godini čak 77,48% „odraslih“ poduzeća ima starije tehnologije od 5 godina, odnosno da je bez novih tehnologija. Imajući u vidu da Hrvatska ima malu bazu „odraslih“ poduzeća, onda njihova tehnološka zastarjelost samo dalje smanjuje kapacitet njihovog doprinosa stvaranju konkurentnosti, a time i nove vrijednosti.

U promatranom razdoblju događa se asimetrična promjena koja smanjuje tehnološku razinu poduzeća u Hrvatskoj: opada ulaganje u najnovije tehnologije i raste broj poduzeća bez novih tehnologija:

- kod „početničkih“ poduzeća (TEA): ulaganje u najnovije tehnologije pada sa 30,11% u 2005. godini na 16,48% u 2011. godini, a broj poduzeća bez novih tehnologija raste sa 43,42% u 2005. godini na 59,75% u 2011. godini;
- kod „odraslih“ poduzeća: ulaganje u najnovije tehnologije pada sa 23,04% u 2005. godini na 6,97% u 2011. godini, a broj poduzeća bez novih tehnologija raste sa 48,62% u 2005. godini na 77,48% u 2011. godini.

Iako je Hrvatska bolja po tehnološkoj opremljenosti svojih poduzeća od usporedne skupine zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, po inovativnosti proizvoda je obratno (tablice 11 i 12):

TABLICA 11

NOVINA PROIZVODA ZA KUPCE – TEA PODUZETNICI* (KOLIKOM BROJU KUPACA JE PROIZVOD NOV?) -%

Godina	Svima	Nekima	Nikome	
2002.	2,92	13,89	83,18	
2003.	11,36	10,82	77,80	
2004.	9,62	20,83	69,53	
2005.	10,46	21,20	68,34	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	13,44	15,72	70,84	
2007.	10,47	19,84	69,68	Proizvod nov svima
2008.	5,59	16,47	77,94	18,63
2009.	9,91	13,03	77,06	18,84
2010.	9,46	15,25	75,29	17,41
2011.	12,63	25,16	62,21	17,52

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

TABLICA 12

NOVINA PROIZVODA ZA KUPCE – ZA „ODRASLE“ PODUZETNIKE* (KOLIKOM BROJU KUPACA JE PROIZVOD NOV?) -%

Godina	Svima	Nekima	Nikome	
2002.	1,95	9,83	88,20	
2003.	7,95	2,57	89,46	
2004.	0,00	5,03	94,96	
2005.	7,95	18,56	73,49	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	17,38	13,19	69,43	
2007.	2,74	13,72	83,54	Proizvod nov svima
2008.	11,52	16,15	72,33	15,64
2009.	5,73	10,85	83,42	12,34
2010.	15,43	2,20	82,37	14,68
2011.	6,47	14,76	78,77	14,26

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Naročito zabrinjava pokazatelj za nova poduzeća, koja ulaze na tržište s proizvodima koji uglavnom nikome nisu novi. U razdoblju 2008.-2011. godine broj poduzeća koja su imala proizvod koji je novina na tržištu je gotovo upola manji od učešća takvih poduzeća u gospodarstvima čiji razvoj se temelji na efikasnosti.

Lagani pomak prema tržištima „plavog oceana“, ali još uvijek niska internacionalizacija

Novi poduzetnici nastoje izbjeći tržišta na kojima svi nude isti proizvod i pozicioniraju se na tržištima s manje konkurencije – u desetogodišnjem razdoblju je 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) ostvaren pomak na odnos od 40 : 60% u 2011. godini (Tablica 13).

Ista tendencija opaža se i kod „odraslih“ poduzeća: od 78 : 22% u 2002. godini na 59 : 41% u 2011. godini (Tablica 14). „Odrasla“ poduzeća još uvijek se više „guraju“ na tržištima s mnogo konkurenata. Razlog za to je i u nižoj tehnološkoj opremljenosti tih poduzeća, ali i značajnije većeg broja poduzeća s proizvodima koji nikome nisu novi (čak 79% u 2011. godini).

TABLICA 13
INTENZITET OČEKIVANE KONKURENCIJE (KOLIKO PODUZETNIKA NUDI ISTI PROIZVOD?) – TEA PODUZETNICI* -%

Godina	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	
2002.	49,78	34,19	16,01	
2003.	59,69	34,31	5,99	
2004.	57,74	34,75	7,49	
2005.	45,77	47,63	6,61	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	53,57	37,80	8,63	
2007.	41,91	47,30	10,79	Nitko ne nudi
2008.	55,33	38,42	6,26	9,84
2009.	42,66	47,82	9,50	9,35
2010.	37,22	51,67	11,11	9,68
2011.	40,49	49,86	9,65	9,22

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

TABLICA 14
INTENZITET OČEKIVANE KONKURENCIJE (KOLIKO PODUZETNIKA NUDI ISTI PROIZVOD?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI* -%

Godina	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	
2002.	78,16	15,40	6,43	
2003.	80,45	16,16	3,38	
2004.	73,13	26,86	0,00	
2005.	62,47	31,52	5,74	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	75,34	23,31	1,34	
2007.	80,54	15,08	4,38	Nitko ne nudi
2008.	57,80	36,51	5,69	4,74
2009.	68,50	27,68	3,81	5,20
2010.	75,23	23,88	0,89	5,70
2011.	58,51	35,79	5,70	5,26

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Hrvatska ima malo tržište pa je „osuđena“ na izlazak na međunarodna tržišta, ali u razdoblju 2002.-2011. godine internacionalizacija hrvatskog gospodarstva ne pokazuje intenzitet promjena koje takva situacija zahtijeva. Činjenica da Hrvatska, u usporedbi sa prosjekom zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti, ima gotovo tri puta više poduzeća koja imaju 76-100% kupaca izvan zemlje, ne treba biti osnova za zadovoljstvo, jer u prosjek ove grupacije ulaze i zemlje kao što su Kina, Rusija, Tajland, Brazil... s ogromnim domaćim tržištima.

Promjene u strukturi internacionalizacije (niska internacionalizacija – bez kupaca izvan zemlje i manje od 25% kupaca izvan zemlje vs. internacionalizacija – više od 25% kupaca izvan zemlje) upućuju na dvije suprotne tendencije (Tablica 15 i Tablica 16):

- Nova poduzeća (TEA) povećala su svoju internacionalizaciju: od odnosa 75 (bez ili niska) vs. 25% (internationalizacija) u 2003. godini do odnosa 60 vs. 40% u 2011. godini
- „Odrasla“ poduzeća smanjila su svoju internacionalizaciju: od odnosa 76 (bez ili niska) vs. 24% (internationalizacija) u 2003. godini do odnosa 80 vs. 20% u 2011. godini

TABLICA 15
INTENZITET OČEKIVANE INTERNACIONALIZACIJE (KOLIKO JE KUPACA IZVAN ZEMLJE?) – TEA PODUZETNICI* -%

Godina	Nema kupaca izvan	1-25%	26-75%	76-100%	
2002.	-	-	-	-	
2003.	50,35	25,23	16,64	7,76	
2004.	46,50	38,71	9,19	5,59	
2005.	28,48	46,07	15,23	10,21	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	32,21	35,86	24,23	7,70	
2007.	19,83	45,75	23,85	10,58	76-100%
2008.	28,88	43,56	16,23	11,34	6,75
2009.	26,25	40,52	22,52	10,71	4,56
2010.	25,76	44,88	13,51	15,85	4,72
2011.	23,76	36,53	20,99	18,72	5,48

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

TABLICA 16
INTENZITET OČEKIVANE INTERNACIONALIZACIJE (KOLIKO JE KUPACA IZVAN ZEMLJE?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI* -%

Godina	Nema kupaca izvan	1-25%	26-75%	76-100%	
2002.	-	-	-	-	
2003.	48,00	28,39	6,16	6,87	
2004.	20,99	47,52	24,04	4,65	
2005.	29,26	46,38	14,21	6,67	Gospodarstva temeljena na efikasnosti
2006.	26,47	39,92	31,03	2,58	
2007.	35,19	42,46	13,77	8,58	76-100%
2008.	32,00	49,33	14,73	3,94	4,90
2009.	28,97	50,28	14,96	5,79	3,24
2010.	0,00	65,89	13,69	20,42	4,27
2011.	26,85	53,57	7,27	12,31	4,06

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Iako su im polazišta bila ista, „odrasla“ poduzeća u ovom desetogodišnjem razdoblju nisu radila na jačanju svoje međunarodne konkurentnosti, što samo dopunjuje sliku o niskom kapacitetu „odraslih“ poduzeća u stvaranju nove vrijednosti.

Bez promjena u očekivanju novog zapošljavanja

Prema definiciji koju koriste GEM istraživanja, poduzeće 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 TEA pothvate, ne i za „odrasla“ poduzeća). Podaci o očekivanom rastu kroz intenzitet zapošljavanja prate se od 2006. godine (Tablica 17 i Tablica 18):

TABLICA 17
OČEKIVANI INTENZITET RASTA (NOVO ZAPOŠLJAVANJE U NAREDNIH 5 GODINA?) – TEA PODUZETNICI* -%

Godina	10+, uz 50% povećanja početne zaposlenosti			20+ novog zapošljavanja		
	Hrvatska	Rang	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti	Hrvatska	Rang	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2006.	23,78	6/42	-	1,04	16/42	
2007.	25,92	8/42	-	0,97	17/42	
2008.	19,67	16/43	17,57	0,89	19/43	1,09
2009.	23,18	10/55	14,73	0,74	27/55	1,00
2010.	24,82	7/60	16,71	0,68	31/60	0,98
2011.	26,17	15/55	20,14	1,12	22/55	1,53

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

TABLICA 18
OČEKIVANI INTENZITET RASTA (NOVO ZAPOŠLJAVANJE U NAREDNIH 5 GODINA?) – „ODRASLI“ PODUZETNICI* -%

Godina	10+, uz 50% povećanja početne zaposlenosti		
	Hrvatska	Rang	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2006.	8,30	8/42	-
2007.	10,61	7/42	-
2008.	4,14	31/43	6,96
2009.	12,04	7/55	6,12
2010.	2,03	45/60	5,32
2011.	3,35	32/55	5,31

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Novi poduzetnički pothvati (TEA) iskazuju značajnije optimističnija očekivanja u vezi rasta i zapošljavanja nego što je to prosjek zemalja čijoj razvojnoj skupini pripada i Hrvatska. To se odnosi na rast zaposlenosti od 10+, dok je procjena rasta od 20+ značajnije skromnija – u Hrvatskoj ispod prosjeka grupacije s kojom se Hrvatska uspoređuje.

„Odrasla“ poduzeća ni po ovom pokazatelju ne odstupaju od prijašnjih kvalifikacija – osim u 2009. godini, Hrvatska ima ispodprosječna očekivanja novog zapošljavanja u tim poduzećima, u odnosu na usporedbu sa zemljama čiji razvoj se temelji na efikasnosti.

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Iako GEM metodologija omogućava uvid i u poduzetničku aktivnost zaposlenika od početka provođenja istraživanja, tek 2011. godine prvi puta su prikupljene informacije o razini te aktivnosti, kroz posebno provedenu studiju (detaljnije u Bosma, Wennekers i Amoros, 2012.). Prilikom identificiranja poduzetničke aktivnosti zaposlenika prepoznaju se dvije faze: faza razvoja ideje (aktivno traženje informacija, *brainstorming* i podnošenje prijedloga za novu aktivnost upravi poduzeća) i faza pripreme/implementacije nove aktivnosti (promoviranje ideje za novu aktivnost, priprema poslovnog plana, marketinga, traženje financijskih resursa i izgradnja tima).

U GEM istraživanju pod poduzetnički aktivnim zaposlenicima podrazumijevaju 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 19:

TABLICA 19
 PODUZETNIČKA AKTIVNOST ZAPOSLENIKA -%

	Regija	Zemlja	Široka definicija: Uključeni u poduzetničku aktivnost zaposlenika u posljednje tri godine u% od		Uska definicija: Trenutno uključeni u poduzetničku aktivnost zaposlenika u% od	
			odrasla populacija	zaposlenici	odrasla populacija	zaposlenici
Gospodarstva temeljena na osnovnim faktorima	Sve	Alžir	0,8	3,9	0,7	3,3
		Bangladeš	0,0	0,0	0,0	0,0
		Iran	0,4	2,4	0,4	2,4
		Jamajka	0,2	0,7	0,1	0,5
		Pakistan	0,2	1,1	0,1	0,4
		Venezuela	0,6	2,3	0,6	2,3
	Prosjek (neponderirani)	0,4	1,7	0,3	1,5	
Gospodarstva temeljena na faktorima efikasnosti	Srednja i istočna Europa	Bosna i Hercegovina	3,1	9,8	2,3	7,2
		HRVATSKA	4,4	9,0	3,7	7,5
		Mađarska	3,9	7,8	2,6	5,2
		Latvija	3,0	5,0	2,2	3,6
		Litva	4,9	8,1	3,4	5,6
		Poljska	2,8	5,7	2,3	4,7
		Rumunjska	3,9	7,6	3,0	5,8
		Slovačka	3,4	6,5	2,7	5,2
	Ostalo	Argentina	3,2	7,3	2,5	5,8
		Barbados	0,7	1,5	0,7	1,4
		Brazil	1,0	3,1	0,8	2,6
		Čile	3,5	12,9	2,6	9,9
		Kina	2,1	4,8	1,7	4,0
		Kolumbija	1,7	4,9	1,5	4,3
		Malezija	0,4	0,9	0,4	0,9
		Meksiko	0,9	2,3	0,8	2,0
		Panama	0,2	0,3	0,1	0,2
		Peru	1,4	7,3	1,2	6,1
		Rusija	0,6	1,0	0,4	0,7
		Južna Afrika	0,4	2,0	0,3	1,6
Tajland	1,4	4,9	1,4	4,9		
Trinidad i Tobago	1,2	2,6	1,0	2,3		
Turska	0,7	2,1	0,6	1,8		
Urugvaj	5,2	9,8	4,4	8,3		
Prosjek (neponderirani)	2,3	5,3	1,8	4,2		

	Regija	Zemlja	Široka definicija: Uključeni u poduzetničku aktivnost zaposlenika u posljednje tri godine u% od		Uska definicija: Trenutno uključeni u poduzetničku aktivnost zaposlenika u% od		
			odrasla populacija	zaposlenici	odrasla populacija	zaposlenici	
Gospodarstva temeljena na inovacijskim faktorima	Izvan EU	Australija	6,2	9,0	5,0	7,3	
		Japan	3,4	5,7	3,1	5,2	
		Republika Koreja	2,6	6,7	2,4	6,1	
		Singapur	3,3	6,2	2,6	4,8	
		Švicarska	4,6	7,2	3,3	5,1	
		Tajvan	2,0	3,9	2,0	3,9	
		Ujedinjeni Arapski Emirati	3,6	4,9	2,7	3,7	
		Sjedinjene Države	6,6	10,5	5,3	8,4	
	EU	Belgija	9,4	13,5	8,6	12,3	
		Češka	3,8	6,3	3,2	5,2	
		Danska	15,1	20,7	9,2	12,6	
		Finska	9,4	13,4	8,0	11,4	
		Francuska	4,7	7,5	3,9	6,1	
		Njemačka	4,8	7,6	3,5	5,5	
		Grčka	1,6	4,9	1,3	3,8	
		Irska	5,9	10,4	4,6	8,1	
		Nizozemska	7,8	11,1	5,6	7,9	
		Portugal	4,0	6,0	2,6	3,9	
		Slovenija	5,1	9,3	4,1	7,4	
		Španjolska	2,7	6,1	2,5	5,5	
		Švedska	16,2	22,2	13,5	18,4	
		Velika Britanija	5,3	8,1	4,3	6,6	
		Prosjek (neponderirani)	5,8	9,1	4,6	7,2	
		Ukupni prosjek (neponderirani)			3,5	6,5	2,8

Hrvatska ima iznadprosječnu poduzetničku aktivnost zaposlenika u odnosu na zemlje čijoj razvojnoj fazi pripada i blizu je prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama. To je izuzetno važna informacija, prvenstveno za poslodavce, jer se radi o skrivenoj komponenti poduzetničkog kapaciteta Hrvatske o kojoj se nedovoljno vodi računa. Međutim, raskorak između implementacije novih tehnologija i prisutnost novih proizvoda (Tablica 9 i Tablica 10, Tablica 11 i Tablica 12) daje izvjesnu smjernicu poslovnom sektoru o potrebi poticanja poduzetničke aktivnosti zaposlenika u području razvoja novih proizvoda.

Najrazvijenije zemlje u kojima se njeguje poslovna kultura sklona inovacijskom djelovanju imaju i najbolje rezultate u poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika (Švedska, Danska, SAD, Nizozemska, Finska, Belgija, Australija). Važno je istaknuti da europske zemlje koje imaju izrazite gospodarske probleme (Grčka, Španjolska) imaju i najnižu poduzetničku aktivnost zaposlenika.

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u 2011. godini - u europskoj perspektivi

Dva su razloga zbog kojih Hrvatsku treba detaljnije promatrati u europskoj perspektivi: prvo, Hrvatska postaje članicom Europske unije sredinom 2013. godine i drugo, Hrvatska je tranzicijska zemlja od razvojne faze temeljene na efikasnosti prema fazi razvoja temeljenoj na inovacijama, a u toj kategoriji je većina zemalja Europske unije.

Iz usporedbe ključnih pokazatelja poduzetničkog djelovanja (od percepcije prilika, namjera i društvenog stava prema poduzetništvu do poduzetničkih aktivnosti) sa svim zemljama uključenim u GEM istraživanje u 2011. godini (Tablica 20) može se vidjeti pozicioniranost Hrvatske u odnosu na zemlje centralne i istočne Europe čija gospodarstva pripadaju razvojnoj fazi koja se temelji na efikasnosti (Bosna i Hercegovina, Mađarska, Latvija, Litva, Poljska, Rumunjska i Slovačka) ali i u odnosu na zemlje EU čija gospodarstva su temeljena na inovativnosti, a posebno na zemlje koje su i geografski blizu Hrvatske (Slovenija, Češka).

TABLICA 20

PERCEPCIJA O PRILIKAMA I SPOSOBNOSTIMA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, INTENCIJE I DRUŠTVENI ATRIBUTI
PODUZETNIČKOG PONAŠANJA - HRVATSKA U MEDUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011 -%

	Regija	Zemlja	Uočene prilike	Uočene sposobnosti	Strah od neuspjeha*	Poduzetničke namjere**	Poduzetništvo kao dobar izbor karijere	Visok status uspješnih poduzetnika	Medijska pažnja poduzetništvu
Gospodarstva temeljena na osnovnim faktorima	Sve	Alžir	54,3	59,6	43,1	41,8	80,3	81,8	51,5
		Bangladeš	64,4	23,6	72,0	24,6	73,0	100,0	49,3
		Gvatemala	55,1	71,0	24,6	26,4	85,5	67,8	62,0
		Iran	32,0	46,4	32,7	29,9	61,1	72,7	58,4
		Jamajka	49,1	78,6	29,0	19,5	81,0	82,5	76,2
		Pakistan	39,7	42,6	35,3	22,6	73,7	72,7	47,7
		Venezuela	48,4	66,9	24,1	20,2	83,1	77,3	63,3
		Prosjek (neponderirani)	49,0	55,5	37,3	26,4	76,8	79,2	58,3
	Gospodarstva temeljena na faktorima efikasnosti	Srednja i istočna Europa	Bosna i Hercegovina	20,5	48,9	30,5	17,2	82,2	71,0
HRVATSKA			18,3	49,0	34,3	17,9	65,3	46,9	40,9
Mađarska			14,2	40,0	34,9	19,5	53,7	78,2	33,8
Latvija			23,6	46,5	41,0	24,8			
Litva			23,2	35,4	39,9	16,8			
Poljska			33,1	52,0	42,9	22,7	72,9	64,4	58,0
Rumunjska			36,1	41,6	36,1	24,7	67,9	69,4	56,7
Slovačka			23,1	52,9	31,8	17,8	54,6	64,4	55,1
Ostalo			Argentina	56,0	63,8	27,9	29,9	75,8	69,4
		Barbados	43,9	66,9	18,8	11,4	59,9	64,0	50,4
		Brazil	43,1	52,8	31,4	28,2	86,3	86,3	82,0
		Čile	56,6	62,1	27,0	46,0	72,9	69,1	64,7
		Kina	48,8	43,9	35,6	42,8	73,1	73,4	75,9
		Kolumbija	73,1	61,3	29,4	55,8	89,4	78,7	67,4
		Malezija	36,5	31,1	30,0	8,7	51,5	51,3	73,5
		Meksiko	43,5	60,6	26,6	24,2	56,6	57,9	47,6
		Panama	46,1	63,7	14,0	20,9			
		Peru	70,3	72,8	41,0	37,5	84,8	81,7	78,1
		Rusija	27,1	33,2	43,4	3,6	64,5	65,3	55,3
		Južna Afrika	40,7	42,8	24,5	14,3	72,7	72,1	73,5
		Tajland	40,1	42,7	55,1	26,5	77,0	79,1	84,0
		Trinidad i Tobago	62,1	81,2	16,7	35,2	83,6	81,8	61,4
		Turska	32,4	42,1	22,5	8,5			
		Urugvaj	53,6	61,1	34,4	38,2	58,0	58,7	32,5
		Prosjek (neponderirani)	40,3	52,0	32,1	24,7	70,1	69,2	60,0

	Regija	Zemlja	Uočene prilike	Uočene sposobnosti	Strah od neuspjeha*	Poduzetničke namjere**	Poduzetništvo kao dobar izbor karijere	Visok status uspješnih poduzetnika	Medijska pažnja poduzetništvu
Gospodarstva temeljena na inovacijskim faktorima	Izvan EU	Australija	47,8	47,4	43,2	12,3	54,0	67,7	69,5
		Japan	6,3	13,7	42,2	3,8	26,0	54,7	57,0
		Republika Koreja	11,2	26,7	45,1	15,7	61,1	67,2	62,2
		Norveška	67,1	33,2	40,5	8,7	52,9	80,4	60,2
		Singapur	21,4	24,1	39,2	11,7	53,6	62,9	76,5
		Švicarska	47,4	42,4	30,6	9,5			
		Tajvan	38,9	28,6	39,6	28,2	69,0	62,7	85,8
		Ujedinjeni Arapski Emirati	43,7	62,1	50,8	2,4	71,1	73,2	62,8
		Sjedinjene Države	36,2	55,7	31,2	10,9			
	EU	Belgija	43,0	44,0	40,7	10,9	63,6	54,8	47,2
		Češka	23,9	39,2	34,6	13,9		48,7	
		Danska	46,6	35,0	40,5	6,7			
		Finska	60,8	37,3	32,0	7,1	45,5	83,0	67,4
		Francuska	34,9	38,4	37,1	17,7	65,8	67,9	46,9
		Njemačka	35,2	37,1	42,0	5,5	55,0	78,3	49,7
		Grčka	10,9	49,7	37,8	10,5	61,0	69,1	32,5
		Irska	25,6	45,5	33,2	5,8	45,9	82,7	56,4
		Nizozemska	47,8	41,9	35,1	8,5	83,4	67,2	62,2
		Portugal	16,7	46,7	39,6	12,2			
		Slovenija	18,4	50,8	31,1	9,2	53,7	69,7	45,1
		Španjolska	14,4	50,9	38,9	8,0	65,2	66,5	44,6
		Švedska	71,5	40,3	34,6	9,8	51,8	70,8	62,3
		Velika Britanija	33,3	42,5	36,1	8,9	51,9	81,0	47,3
		Prosjek (neponderirani)	34,9	40,6	38,1	10,3	57,3	68,9	57,5

* strah od neuspjeha se procjenjuje među onima koji vide prilike

** namjere se procjenjuju kod ne-poduzetničke (ne-TEA) populacije

Najveća razlika između Hrvatske i prosjeka skupine zemalja kojoj Hrvatska pripada u 2011. godini je u značajnije nižoj percepciji prilika, nižoj percepciji da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status i u nižoj percepciji da mediji posvećuju pažnju poduzetništvu. Ako promatramo Hrvatsku kao tranzicijsku zemlju između gospodarstva vođenog efikasnošću i gospodarstva vođenog inovacijama, ove karakteristike Hrvatske i dalje će predstavljati važna ograničenja u građenju osnovice poduzetničkog kapaciteta Hrvatske.

Osim toga, jaz između percepcije prilika i sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata u Hrvatskoj je veći (18,03 vs. 49,0) nego što je prosjek za zemlje u čijoj grupi se nalazi Hrvatska (40,3 vs. 52,0), a veći je i od prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama, što otvara pitanja o doprinosu obrazovanja u stvaranju poduzetničkih kompetencija u Hrvatskoj.

Značajnije niže učešće ispitanika koji misle da uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu i da mediji poklanjaju pažnju poduzetništvu u Hrvatskoj u odnosu na prosjek svoje skupine upozorava na deficit u stvaranju sistema vrijednosti koje su temelj poduzetničkom društvu (proaktivnom i inovativnom).

Iako se podaci za Hrvatsku ne razlikuju značajno od podataka za zemlje centralne i istočne Europe u razvojnoj fazi kojoj pripada i Hrvatska, pa čak niti od podataka za zemlje EU čiji gospodarski razvoj se temelji na inovacijama, tri pokazatelja bitno su drugačija:

- Percepcija o prilikama je početni „okidač“ za stvaranje namjere poduzetničkog djelovanja, a u Hrvatskoj je percepcija o prilikama niska, a niže pokazatelje imaju samo Grčka, Španjolska i Portugal.
- Medijska pažnja poduzetništvu u Hrvatskoj je značajnije niža i u grupi europskih zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti, ali i zemalja EU čija gospodarstva se temelje na inovacijama – jedina zemlja s nižom medijskom pažnjom je Grčka!
- Hrvatska ima i najmanji broj onih koji misle da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status, uspoređujući stavove ispitanika u zemljama EU, što ponovo potvrđuje izvjesni kulturološki problem u čijem rješavanju značajnu ulogu treba imati obrazovni sistem i mediji.

Pored razlika u ovim „mekim“ obilježjima poduzetničkog ponašanja, važno je usporediti Hrvatsku i s obzirom na „čvrste“ pokazatelje o pokretanju poslovnih pothvata, razlozima za pokretanje poslovnih pothvata, rastućim poduzećima i odlukama o izlasku iz poslovnog pothvata (Tablica 21):

TABLICA 21

ŽIVOTNI CIKLUS PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI – PODUZETNICI POČETNICI I NOVI PODUZETNICI (TEA INDEKS), „ODRASLA“ PODUZEĆA I PREKID POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA U MEĐUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011 -%

	Regija	Zemlja	Početnici	Novi poduzetnici	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike	“Odrasli” poduzetnici	Prekid poslovnog pothvata
Gospodarstva temeljena na osnovnim faktorima	Sve	Alžir	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5
		Bangladeš	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5
		Gvatemala	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8
		Iran	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4
		Jamajka	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7
		Pakistan	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6
		Venezuela	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2
			Prosjek (neponderirani)	9,2	4,8	13,4	5,6
Gospodarstva temeljena na faktorima efikasnosti	Srednja i istočna Europa	Bosna i Hercegovina	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7
		HRVATSKA	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6
		Mađarska	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3
		Latvija	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0
		Litva	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9
		Poljska	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2
		Rumunjska	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9
	Slovačka	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	
	Ostalo	Argentina	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3
		Barbados	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5
		Brazil	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8
		Čile	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8
		Kina	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3
		Kolumbija	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0
		Malezija	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6
		Meksiko	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0
		Panama	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1
		Peru	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1
		Rusija	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5
		Južna Afrika	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6
Tajland		8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	
Trinidad i Tobago	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9		
Turska	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9		
Urugvaj	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3		
		Prosjek (neponderirani)	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3

	Regija	Zemlja	Počtnici	Novi poduzetnici	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike	“Odrasli” poduzetnici	Prekid poslovnog pothvata
Gospodarstva temeljena na inovacijskim faktorima	Izvan EU	Australija	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3
		Japan	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7
		Republika Koreja	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2
		Norveška	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5
		Singapur	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1
		Švicarska	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9
		Tajvan	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9
		Ujedinjeni Arapski Emirati	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8
		Sjedinjene Države	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4
	EU	Belgija	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4
		Češka	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7
		Danska	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3
		Finska	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0
		Francuska	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2
		Njemačka	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8
		Grčka	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0
		Irska	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4
		Nizozemska	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0
		Portugal	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9
		Slovenija	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5
		Španjolska	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2
		Švedska	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2
		Velika Britanija	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0
		Prosjek (neponderirani)	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7

U podgrupi europskih zemalja koje pripadaju skupini zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti, Hrvatska ima – uz Mađarsku – najslabije rezultate i po intenzitetu poduzetničke aktivnosti (TEA) i po učešću „odraslih“ poduzeća. U usporedbi s grupom zemalja EU čiji razvoj se temelji na inovacijama, Hrvatska zaostaje po učešću „odraslih“ poduzeća, a po ranoj poduzetničkoj aktivnosti (mjereno TEA indeksom) nalazi se u prosjeku EU zemalja.

Dodatno pozicioniranje Hrvatske u europskoj perspektivi daju podaci o razlozima ulaska u poduzetničku aktivnost, tj. usporedba motivacijskog koeficijenta koji pokazuje odnos između onih koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog uočene prilike i onih koji su to učinili zbog nužde (nezaposleni, dobili otkaz) (Tablica 22):

TABLICA 22

MOTIVACIJSKI KOEFICIJENT – HRVATSKA U MEĐUNARODNOJ I EUROPSKOJ PERSPEKTIVI, 2011

	Regija	Zemlja	TEA Prilika/ TEA Nužnost	Rang	
Ekonomije temeljene na osnovnim faktorima	Sve	Alžir	1,45	48	
		Bangladeš	2,66	30	
		Gvatemala	1,97	44	
		Iran	0,74	54	
		Jamajka	1,87	45	
		Pakistan	0,95	53	
		Venezuela	2,45	37	
		Ekonomije temeljene na faktorima efikasnosti	Srednja i istočna Europa	Bosna i Hercegovina	0,61
HRVATSKA	1,78			47	
Mađarska	2,08			41	
Latvija	2,74			29	
Litva	2,49			36	
Poljska	1,06			52	
Rumunjska	1,39			50	
Slovačka	2,60			31	
Ostalo	Argentina			2,00	43
	Barbados			18,54	2
	Brazil		2,24	39	
	Čile		2,56	34	
	Kina		1,40	49	
	Kolumbija		2,97	25	
	Malezija		8,47	6	
	Meksiko		4,01	19	
	Panama		2,52	35	
	Peru		3,23	23	
	Rusija		2,58	33	
	Južna Afrika		1,82	46	
	Tajland		4,02	18	
	Trinidad i Tobago		5,64	12	
	Turska		2,02	42	
	Urugvaj		3,01	24	

	Regija	Zemlja	TEA Prilika/ TEA Nužnost	Rang
Ekonomije temeljene na inovacijskim faktorima	Izvan EU	Australija	5,56	13
		Japan	2,97	26
		Republika Koreja	1,37	51
		Norveška	20,00	1
		Singapur	5,03	14
		Švicarska	7,37	8
		Tajvan	4,69	15
		Ujedinjeni Arapski Emirati	5,74	10
		Sjedinjene Države	3,47	22
	EU	Belgija	8,02	7
		Češka	2,60	32
		Danska	12,97	4
		Finska	3,78	21
		Francuska	5,69	11
		Njemačka	3,97	20
		Grčka	2,90	27
		Irska	2,27	38
		Nizozemska	9,35	5
		Portugal	4,45	17
		Slovenija	6,72	9
		Španjolska	2,77	28
		Švedska	14,53	3
		Velika Britanija	4,63	16

Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost pozicioniraju Hrvatsku vrlo nisko, ne samo u globalnoj međunarodnoj perspektivi (47. mjesto od 54 zemalja obuhvaćenih istraživanjem u 2011. godini) nego i u europskoj. U grupi europskih zemalja centralne i istočne Europe, Hrvatska je na 5. mjestu od 8 zemalja, a uspoređujući se sa zemljama Europske unije koje pripadaju skupini čiji razvoj se temelji na inovativnosti Hrvatska ima značajnije niži motivacijski koeficijent od svih tih zemalja.

Ove usporedbe, od kapaciteta prepoznavanja prilika, okružja društvenih vrijednosti o kojima ovisi namjera pokretanja poslovnih pothvata, intenzitet poduzetničke aktivnosti (novi i „odrasli“ poduzetnici) te usporedba razloga ulaska u poduzetničku aktivnost, Hrvatsku pozicioniraju vrlo nisko u europskoj perspektivi. To otvara niz pitanja o djelotvornosti politika i programa provedenih u razdoblju od 2007. godine nakon koje je poduzetnička aktivnost Hrvatske počela stagnirati, pa i padati.

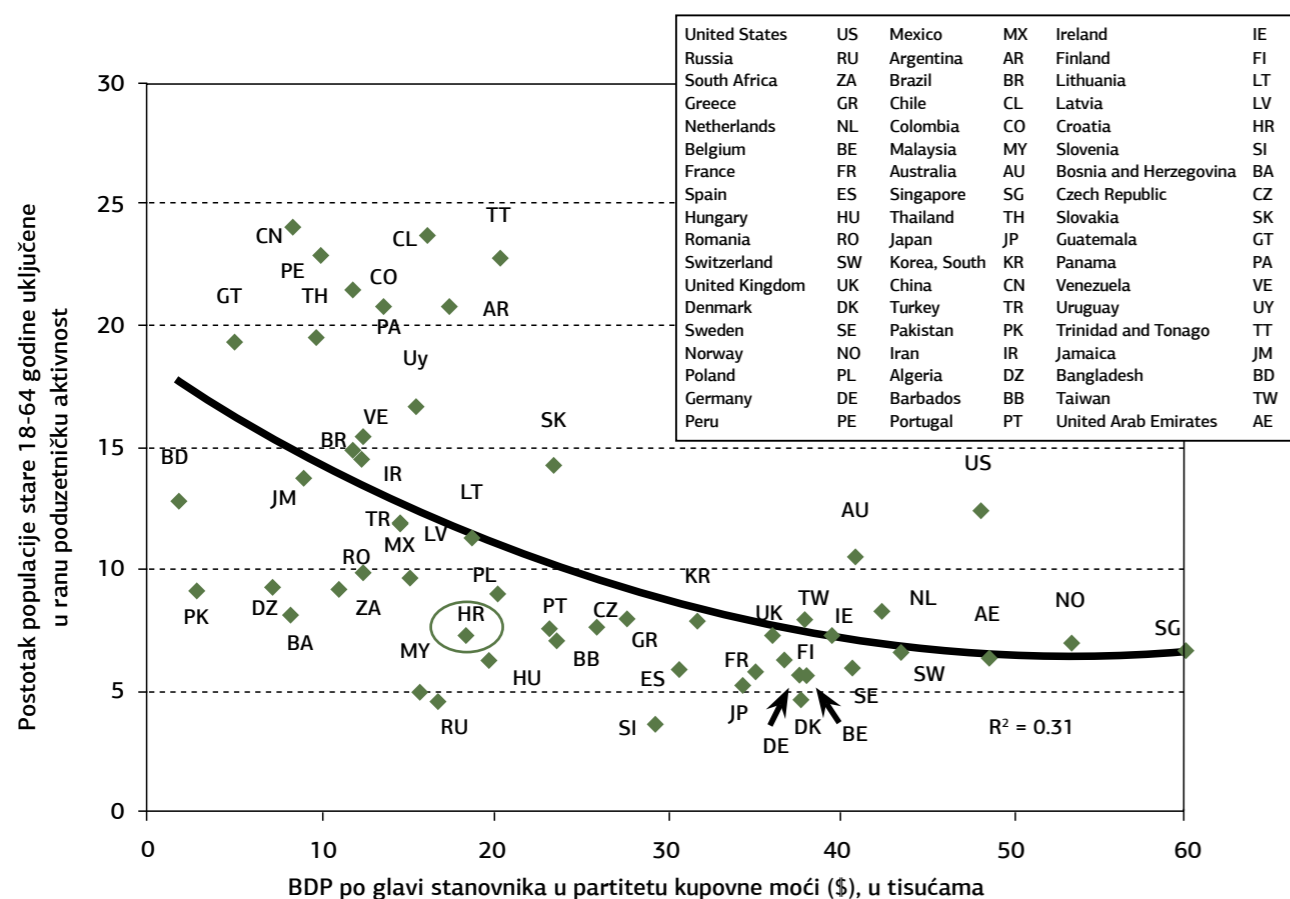
Poduzetnička aktivnost hrvatskog gospodarstva doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje

Naznaku jačanja poduzetničke aktivnosti u 2011. godini (mjerenu TEA indeksom) treba koristiti vrlo oprezno, jer i u „zlatnim“ godinama rasta poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj (od 2005. do 2007. godine) doprinos tih aktivnosti u stvaranju nove vrijednosti tj. bruto domaćeg proizvoda po stanovniku ne pokazuje pozitivnu korelaciju. GEM istraživanja su potvrdila da zemlje sa sličnom razinom bruto domaćeg proizvoda *per capita* imaju tendenciju ostvarivanja slične razine poduzetničke aktivnosti, ali da postoje značajne razlike među zemljama s različitim razinama bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. Tri se zakonitosti pojavljuju (Bosma, N. and R. Harding, 2007.):

- pokretanje vrlo malih, jeftinijih poslovnih pothvata intenzivnije je u zemljama s nižom razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku (Peru, Kolumbija, Tajland...)
- pokretanje poslovnih pothvata je relativno nisko u zemljama s visokim bruto domaćim proizvodom po stanovniku, npr. u Europskoj uniji i Japanu
- zemlje s najvišom razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku pokazuju jačanje poduzetničke aktivnosti zbog uočenih prilika (SAD, Island, Australija...)

Poduzetnička aktivnost Hrvatske od 7,3% (TEA indeks) u 2011. godini razlog je za zadovoljstvo, ali još je dugi put „pretakanja“ ove poduzetničke aktivnosti i u prosperitet Hrvatske mjereno BDP po stanovniku (Slika 5):

SLIKA 5
RANA PODUZETNIČKA AKTIVNOST MJERENA TEA POKAZATELJEM I RAZINOM BDP PO STANOVNIKU



Izvor: Bosma, N., Wennekers, S. and Amoros, J.E.: Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe, 2012., str. 22

Uspoređujući zemlje koje imaju sličnu razinu rane poduzetničke aktivnosti (TEA) vidljivo je da postoje ogromne razlike u razini BDP po stanovniku:

- Bosna i Hercegovina sa 8,1 TEA ostvaruje 8.174 USD ppp*
- Hrvatska sa 7,3 TEA ostvaruje 18.339 USD ppp
- Irska sa 7,2 TEA ostvaruje 39.508 USD ppp

*purchasing power parity (paritet kupovne moći)

Te razlike proizlaze iz kvalitete poduzetničkih pothvata koja ovisi o motivacijskom koeficijentu (poželjnije je da bude više poslovnih pothvata zbog uočenih prilika a ne zbog nužde), o većem učešću rastućih poduzeća, o stabilnoj bazi „odraslih“ poduzeća, o poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika. Osim poduzetničke aktivnosti zaposlenika, koja je u Hrvatskoj na razini mnogih razvijenijih zemalja (ali u Hrvatskoj neprimijećena), sva ostala obilježja poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj predstavljaju ograničenja jačanju poduzetničkog kapaciteta zemlje i njegovom intenzivnijem doprinosu stvaranja nove vrijednosti i novog zapošljavanja.

3. Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Poduzetnička demografija mijenja se i po rodosti i po dobi

Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji

Sektorska rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Osobna razvojna iskaznica "regija"

Poduzetnička rasprostranjenost po "regijama" se intenzivira, ali motivi su različiti

Poduzetništvo je vid demokratizacije društva, jer osposobljavanje za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje osnažuje pojedince. Time se osigurava primjena principa supsidijarnosti, koji se temelji na aktiviranju ljudi na identifikaciji i rješavanju problema tamo gdje problemi nastaju. Zbog toga, poduzetništvo ima ulogu mobiliziranja (*mobilizer*) ali i izjednačavanja ljudi pred šansama (*equalizer*) (Timmons, J.A., Spinelli, S., 2004.). Iz perspektive takvog razumijevanja poduzetništva, važno je da kapacitet poduzetničkog djelovanja bude ravnomjerno rasprostranjen u društvu, bez obzira na rodost, dob, obrazovnu strukturu, gospodarski sektor ili regiju.

Poduzetnička demografija mijenja se i po rodosti i po dobi

Uključenost u poduzetničke aktivnosti jedna je od dimenzija demokratskog društva, koja pretpostavlja isti pristup šansama, bez obzira na bilo koje obilježje pojedinih skupina građana. GEM istraživanje posebno prati promjene u poduzetničkoj aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti i dobi.

U razdoblju 2002.-2011. godine promjene u poduzetničkoj demografiji su vidljive: jača uključenost žena (ali vrlo sporo) i smanjuje se učešće mladih (značajnije brže) (Tablica 23):

TABLICA 23
PODUZETNIČKA AKTIVNOST PO KRITERIJU RODNOSTI, MJERENA TEA INDEKSOM

Godina	TEA Muškarci%	TEA Žene%	TEA Muškarci/TEA Žene		
			Hrvatska	Rang	Najuravnoteženiji
2002.	5,40	1,83	2,94	34/37	1,04 Tajland
2003.	3,69	1,42	2,60	23/30	0,99 Italija
2004.	5,76	1,74	3,30	34/34	1,06 Peru
2005.	9,78	2,58	3,78	35/35	1,09 Brazil
2006.	12,35	4,87	2,53	37/42	0,99 Kina
2007.	9,44	5,13	1,84	23/42	1,00 Brazil

Gospodarstva temeljena na efikasnosti
TEA Muškarci/TEA Žene
Prosjeak

2008.	10,76	4,47	2,40	33/43	1,08 Argentina	1,86
2009.	8,38	2,83	2,96	46/55	1,03 Gvatemala	1,82
2010.	7,15	3,91	1,82	34/60	1,00 Australija	1,66
2011.	10,01	4,71	2,13	40/55	1,00 Švicarska	1,70

Hrvatsku još uvijek obilježava značajno veće učešće muškaraca nego žena u poduzetničkim aktivnostima, iako se od 2006. godine primjećuje lagano smanjivanje tog jaza (kroz promjenu indeksa TEA Muškarci/TEA Žene). To je doprinijelo da se Hrvatska pomakne sa začelja⁷, ali se zadržala samo u drugoj polovici zemalja uključenih u GEM istraživanje. Usporedba sa zemljama čijoj skupini pripada Hrvatska s obzirom na razvojnu fazu (gospodarstva temeljena na efikasnosti) dodatno upozorava na prespore procese ujednačavanja muškaraca i žena u poduzetničkoj aktivnosti u Hrvatskoj.

Promjene su vidljive i u intenzitetu uključenosti u poduzetničku aktivnost po dobnim skupinama (Tablica 24):

TABLICA 24
PODUZETNIČKA AKTIVNOST PO DOBNOJ STRUKTURI, MJERENA TEA INDEKSOM -%

Godina	Dobne skupine				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
2002.	17,57	33,74	22,14	19,34	7,22
2003.	7,53	39,17	27,77	19,97	5,56
2004.	14,45	36,46	30,34	16,68	2,07
2005.	14,96	26,50	33,25	22,62	2,67
2006.	20,10	34,38	21,89	15,11	8,52
2007.	12,42	33,32	27,18	22,32	4,76
2008.	16,98	36,31	25,52	15,80	5,39
2009.	11,84	32,51	27,45	23,38	4,81
2010.	7,41	30,80	34,17	22,50	5,12
2011.	11,97	29,12	30,72	18,33	9,86

U promatranom razdoblju pada učešće mladih u poduzetničkim aktivnostima, raste samo u dobnj skupini 35-44 godine starosti, a gotovo je nepromijenjeno u starijim dobnim skupinama. Tendencija pada poduzetničke aktivnosti mladih još je ozbiljnija, ako se Hrvatska uspoređi sa zemljama čijoj skupini pripada s obzirom na razvojnu fazu (Tablica 25):

TABLICA 25
PODUZETNIČKA AKTIVNOST MLADIH, MJERENA TEA INDEKSOM -%

Godina	Mladi (dobne skupine 18-24 + 25-34)	Gospodarstva temeljena na efikasnosti		
		Prosjek	Najveći	Najmanji
2002.	51,31			
2003.	46,70			
2004.	50,91			
2005.	41,46			
2006.	54,48			
2007.	45,74			
2008.	53,29	52,9	64,51 Latvija	36,89 Mađarska
2009.	44,35	50,74	75,21 Iran	38,37 Srbija
2010.	38,21	49,00	62,27 Rusija	38,21 Hrvatska
2011.	41,09	48,34	57,32 Litva	39,60 Kina

U skupini zemalja čija se gospodarstva temelje na efikasnosti Hrvatska je u 2008. godini bila na razini prosjeka tih zemalja po poduzetničkoj aktivnosti mladih, ali u narednim godinama učešće mladih u Hrvatskoj pada i stalno je ispod prosjeka tih zemalja, da bi u 2010. godini bila čak zemlja s najnižim učešćem mladih u poduzetničkim aktivnostima⁸. Takva situacija otvara pitanja doprinosa obrazovanja u jačanju osposobljenosti za samozapošljavanje mladih.

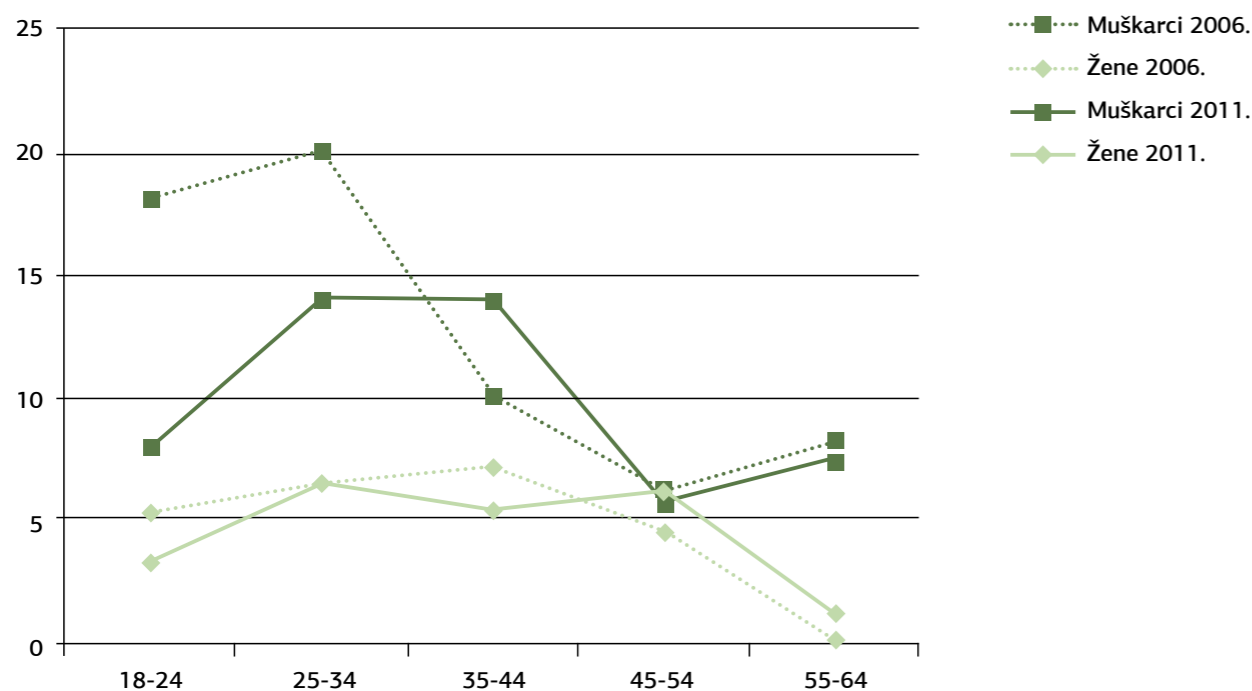
Dobna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti s obzirom na kriterij rodnosti daje dodatnu informaciju o razlikama u poduzetničkim aktivnostima muškaraca i žena (Slika 6):

SLIKA 6
PODUZETNIČKA AKTIVNOST (TEA INDEKSI) PO RODNOM KRITERIJU I DOBNOJ STRUKTURI

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2006.	18	20	10	6,22	8,27
Žene 2006.	5,35	6,52	7,21	4,52	0,2
Muškarci 2011.	8	13,96	13,91	5,7	7,39
Žene 2011.	3,32	6,48	5,42	6,14	1,23

⁷ U razdoblju 2002. do 2006. Hrvatska se nalazila na začelju po indeksu TEA Muškarci/TEA Žene, s tim da je u 2004. i 2005. godine držala zadnje mjesto zbog najveće razlike u poduzetničkom angažiranju s obzirom na rodnost, u korist muškaraca.

⁸ Hrvatska je 2011. godine bila treća zemlja u Europi po razini nezaposlenosti mladih (mladih od 25 godina, kao postotak od radne snage) <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/graph.do?tab=graph&plugin=1&language=en&pcode=tsdec460&toolbox=type>



Žene se po poduzetničkoj aktivnosti približavaju muškarcima tek u dobi od 45-54 godine i to je prisutno u obje promatrane godine (2006. i 2011.). U 2011. godini ujedno to je i jedina dobna skupina kada je bilo VIŠE žena koje su pokrenule novi pothvat nego muškaraca. Još jedan pokazatelj značajno odskače, a to je da u dobnoj skupini 55-64 muškarci daleko češće pokreću poslovni pothvat nego žene, što je rezultat gubljenja zaposlenja, jer u tim godinama vjerojatnost ponovnog zapošljavanja gotovo da i ne postoji.

TABLICA 26
PODUZETNIČKA AKTIVNOST, PO DOBNIM SKUPINAMA I RODNOSTI, 2011

Dobne granice	TEA Muškarci/TEA Žene
18-24	2,41
25-34	2,15
35-44	2,57
45-54	0,93
55-64	6,00
Ukupno	2,12

Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji

U svim godinama, pa tako i u 2011. godini GEM istraživanje potvrđuje da su obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji, što pokazuju i podaci za Hrvatsku (Tablica 27).

TABLICA 27
RANA PODUZETNIČKA AKTIVNOST (TEA INDEKS) PO OBRAZOVNIM RAZINAMA -%

Godina	Manje od srednje škole	Srednja škola	Obrazovanje nakon srednje škole	Postdiplomsko obrazovanje
2007.	6,68	6,57	11,36	7,83
2008.	1,68	5,35	8,59	8,60
2009.	2,57	5,75	8,35	-
2010.	1,51	4,43	6,06	-
2011.	1,69	6,30	9,91	12,54
Usporedba sa prosjekom zemalja, ovisno o razvojnoj gospodarskoj fazi, 2011.				
zemlje s gospodarstvima temeljenim na resursima	11,20	14,74	13,17	19,81
zemlje s gospodarstvima temeljenim na efikasnosti	10,58	13,76	16,32	15,38
zemlje s gospodarstvima temeljenim na inovacijama	4,38	5,67	8,19	8,65

Usporedba Hrvatske sa prosjekom skupine zemalja kojoj Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti) pokazuje da Hrvatska ima značajnije nižu razinu poduzetničke aktivnosti u svakoj od promatranih obrazovnih razina, odnosno da je razina rane poduzetničke aktivnosti sličnija zemljama čiji razvoj se temelji na inovacijama. Imajući u vidu da Hrvatska ima i značajnije višu razinu poduzetničke aktivnosti zaposlenika nego što je prosjek zemalja kojima Hrvatska razvojno pripada, to ne bi trebalo biti toliko zabrinjavajuće. Međutim, činjenica da Hrvatska ima nisku razinu bruto domaćeg proizvoda po stanovniku u odnosu na razinu poduzetničke aktivnosti, otvara pitanje kvalitete poduzetničkih pothvata, odnosno njihovog doprinosa stvaranju nove vrijednosti, ali i doprinosa obrazovnog sektora u stvaranju poduzetničkih kompetencija ljudi.

Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti

Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti po sektorima ukazuje na intenzitet privlačnosti poslovnih prilika za poduzetničko djelovanje u pojedinom sektoru. GEM istraživanje prati sektore kao ekstraktivne, prerađivačke, poslovne usluge orijentirane poduzećima i krajnjim potrošačima (Tablica 28):

TABLICA 28
SEKTORSKA DISTRIBUCIJA PODUZETNIČKIH AKTIVNOSTI – TEA,%

Godina	Ekstraktivna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orijentirane	
			poduzećima (B2B)	potrošačima (B2C)
2002.	6,42	45,62	10,22	37,71
2003.	9,57	23,23	24,92	42,28
2004.	12,73	19,88	14,05	53,35
2005.	15,26	46,60	13,95	24,19
2006.	9,81	34,26	16,58	39,35
2007.	10,44	30,48	24,88	34,20
2008.	11,21	21,97	21,16	45,66
2009.	24,07	34,73	18,43	22,76
2010.	15,95	19,32	29,08	36,65
2011.	7,43	33,15	29,99	29,44
Usporedba sa prosjekom zemalja, ovisno o razvojnoj gospodarskoj fazi, 2011.				
zemlje s gospodarstvima temeljenim na resursima	9,02	25,53	6,97	58,49
zemlje s gospodarstvima temeljenim na efikasnosti	5,99	27,25	14,73	52,03
zemlje s gospodarstvima temeljenim na inovacijama	3,87	22,25	28,46	45,42

Sektorska distribucija novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju 2002.-2011. godine određene tendencije:

- Raste učešće novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih poduzećima (B2B), što upućuje na privlačnost za poduzetničku aktivnost u tom sektoru
- Pada učešće novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima (B2C)
- Pada učešće novih poslovnih pothvata u prerađivačkoj industriji

U usporedbi sa skupinom zemalja čijoj razvojnoj razini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti), sektorska struktura novih poduzetničkih pothvata je približna u ekstraktivnoj i prerađivačkoj industriji. Učešće poduzetničke aktivnosti u sektoru usluga prema poduzećima (B2B) u Hrvatskoj bliže je prosjeku zemalja čiji razvoj se temelji na inovacijama. Sektor usluga orijentiranih potrošačima (B2C) još je neprepoznat izvor poduzetničkih prilika, jer je učešće novih poduzetničkih pothvata mjerenih TEA indeksom u Hrvatskoj niže i od prosjeka zemalja čijoj skupini Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti), ali i skupine zemalja čiji razvoj se temelji na inovacijama.

Regionalna rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti

Hrvatska je mala zemlja sa značajnim unutarnjim razvojnim razlikama. To 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 razvijenosti⁹ koji grupira jedinice lokalne uprave u četiri kategorije, ovisno o otklonu od standardiziranog prosjeka za Hrvatsku¹⁰:

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

U GEM istraživanju županije i Grad Zagreb grupirani su u šest „regija“¹¹:

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

Radi dobivanja boljeg uvida u povezanost poduzetničke aktivnosti i pokazatelja razvijenosti za svaku „regiju“ izrađena je osobna karta izabranih „tvrdih“ pokazatelja razvijenosti, koji su korišteni iz javnih izvora:

- Bruto domaći proizvod po stanovniku – Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2012): Priopćenje 12.1.2. http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/12-01-02_01_2012.htm

⁹ Indeks razvijenosti temelji se na standardiziranim vrijednostima pet pokazatelja (prosječni dohodak per capita 2006.-2008., prosječni izvorni prihodi per capita, prosječna stopa nezaposlenosti 2006.-2008., kretanje stanovništva 1991.-2001., udio obrazovanog stanovništva u stanovništvu 16-65 godina 2001.), www.mrrsvg.hr

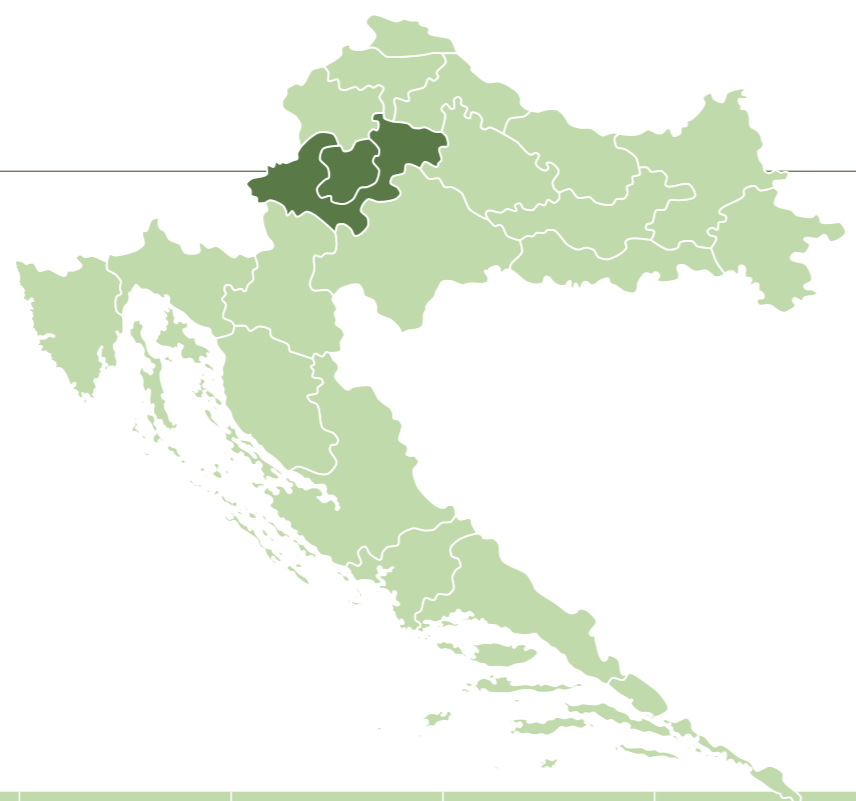
¹⁰ Odluka Vlade Republike Hrvatske o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti, http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_07_89_2508.html

¹¹ Za potrebe GEM projekta, hrvatske županije su grupirane u regije, po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske.

- Broj stanovnika – Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2011): Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.
- Obrazovanost – Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2001): Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2001.
- Nezaposlenost - Hrvatski zavod za zapošljavanje (2011): Godišnjak 2011.
- Indeks razvijenosti – Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva, www.mrrsvg.hr
- Konkurentnost – Nacionalno vijeće za konkurentnost, Regionalni indeks konkurentnosti 2010., www.konkurentnost.hr

Osobna razvojna iskaznica "regija"

Zagreb i okolica



Županije:
Grad Zagreb
Zagrebačka

Površina: 3.719 km²

Ukupan broj stanovnika: 1.110.517

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u USD	Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*	
			2009.	2010.	2010.	2010.
Grad Zagreb	187,54	24.761	2	2	4	
Zagrebačka županija	123,22	10.847	5	3	6	
Prosjeak	155,38	17.804				
Rang	1	1				

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

	%
Grad Zagreb	8,2
Zagrebačka županija	18,3
Prosjeak	13,25
Rang	5

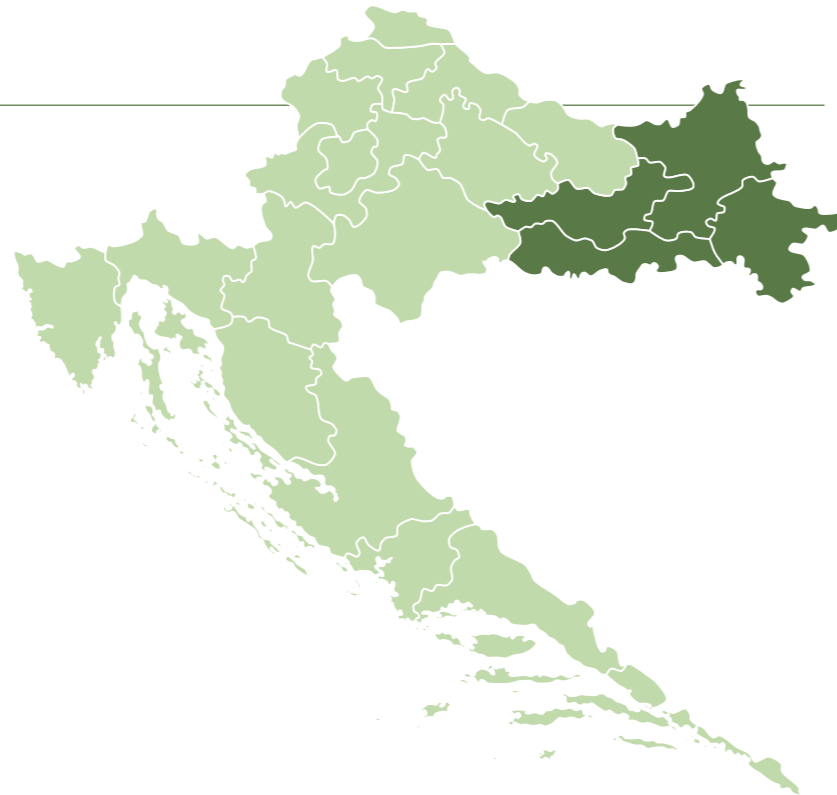
LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijarnim obrazovanjem 2001.
Grad Zagreb	792.875	0,62	25,10	22,60
Zagrebačka županija	317.642	1,51	43,55	7,94
Ukupno/Prosjeak	1.110.517	1,07	34,33	15,27

Slavonija i Baranja

Županije:

Brodsko-posavska
Osječko-baranjska
Požeško-slavonska
Vukovarsko-srijemska

Površina: 10.488 km²

Ukupan broj stanovnika: 721.606

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u USD	Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*		Rang kvalitete poslovnog sektora*	
			2009.	2010.	2010.	2010.	2010.	2010.
Požeško-slavonska županija	43,95	8.657	21	21	21	21	21	21
Brodsko-posavska županija	33,36	7.792	16	16	15	15	16	16
Osječko-baranjska županija	52,88	11.276	13	13	5	5	12	12
Vukovarsko-srijemska županija	20,57	8.303	20	20	20	20	20	20
Prosjeck	37,69	9.007						
Rang	6	6						

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

	%
Požeško-slavonska županija	24,40
Brodsko-posavska županija	31,80
Osječko-baranjska županija	26,70
Vukovarsko-srijemska županija	29,60
Prosjeck	28,13
Rang	1

LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijarnim obrazovanjem 2001.
Požeško-slavonska županija	78.031	3,00	53,35	6,78
Brodsko-posavska županija	158.559	2,43	46,69	6,95
Osječko-baranjska županija	304.899	1,99	46,55	9,23
Vukovarsko-srijemska županija	180.117	3,17	51,49	6,69
Ukupno/Prosjeck	721.606	2,65	49,52	7,41

Sjeverna Hrvatska

Županije:

Bjelovarsko-bilogorska

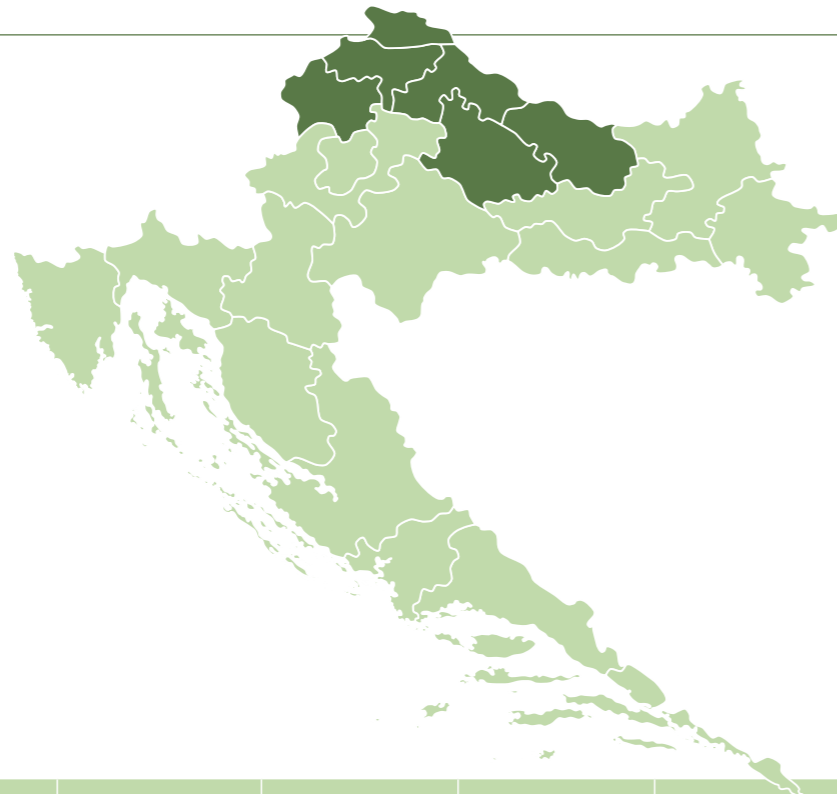
Koprivničko-križevačka

Krapinsko-zagorska

Međimurska

Varaždinska

Virovitičko-podravska

Površina: 9.681 km²

Ukupan broj stanovnika: 743.435

	Indeks razvijenosti%	BDP pc u USD		Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*		Rang kvalitete poslovnog sektora*	
		2009.	2010.	2010.	2010.	2010.	2010.		
Krapinsko-zagorska županija	87,72	9.140	11	13	10				
Varaždinska županija	96,30	12.280	1	1	1				
Koprivničko-križevačka županija	64,32	13.026	12	9	8				
Bjelovarsko-bilogorska županija	35,17	10.671	15	16	17				
Virovitičko-podravska županija	20,51	8.894	17	17	15				
Međimurska županija	75,11	11.605	4	6	2				
Prosjeck	58,28	10.936							
Rang	4	5							

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

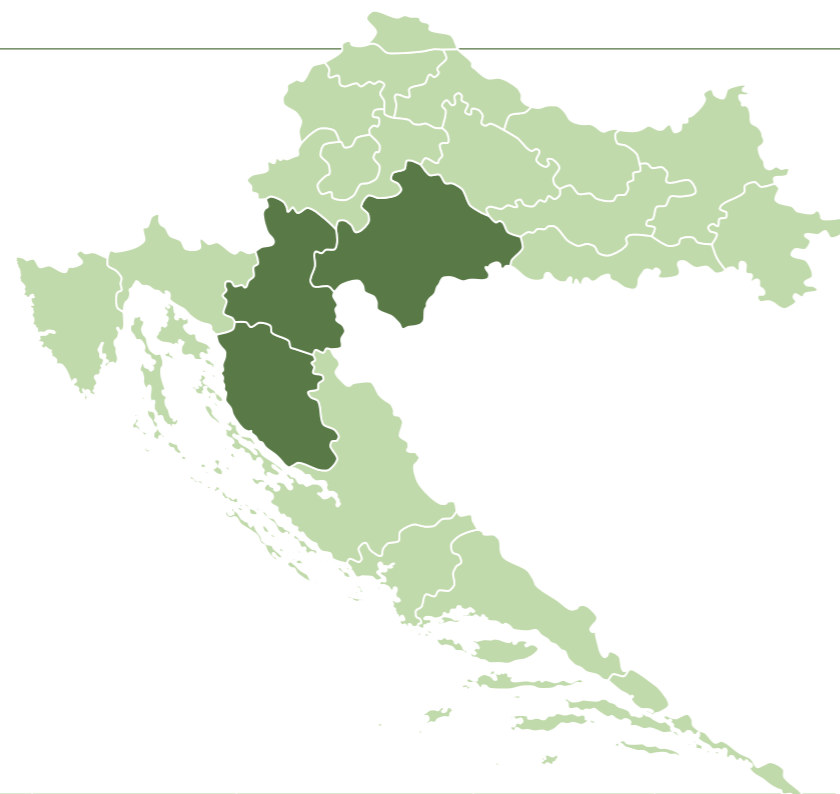
	%
Krapinsko-zagorska županija	17,90
Varaždinska županija	13,80
Koprivničko-križevačka županija	16,50
Bjelovarsko-bilogorska županija	26,00
Virovitičko-podravska županija	30,50
Međimurska županija	14,90
Prosjeck	19,93
Rang	3

LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijarnim obrazovanjem 2001.
Krapinsko-zagorska županija	133.064	1,54	53,04	5,84
Varaždinska županija	176.046	1,04	46,00	8,40
Koprivničko-križevačka županija	115.582	1,38	58,21	7,03
Bjelovarsko-bilogorska županija	119.743	2,31	54,88	6,61
Virovitičko-podravska županija	84.586	2,16	56,84	5,79
Međimurska županija	114.414	0,87	48,26	6,57
Ukupno/Prosjeck	743.435	1,55	52,87	6,71

Lika i Banovina

Županije:
Karlovačka
Ličko-senjska
Sisačko-moslavačka



Površina: 13.435 km²
 Ukupan broj stanovnika: 352.748

	Indeks razvijenosti%	BDP pc u USD	Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*	
			2009.	2010.	2010.	2010.
Sisačko-moslavačka županija	48,50	11.571	19	19	19	19
Karlovačka županija	54,52	10.610	14	10	14	14
Ličko-senjska županija	55,48	12.103	18	18	18	18
Prosjek	52,83	11.428				
Rang	5	4				

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

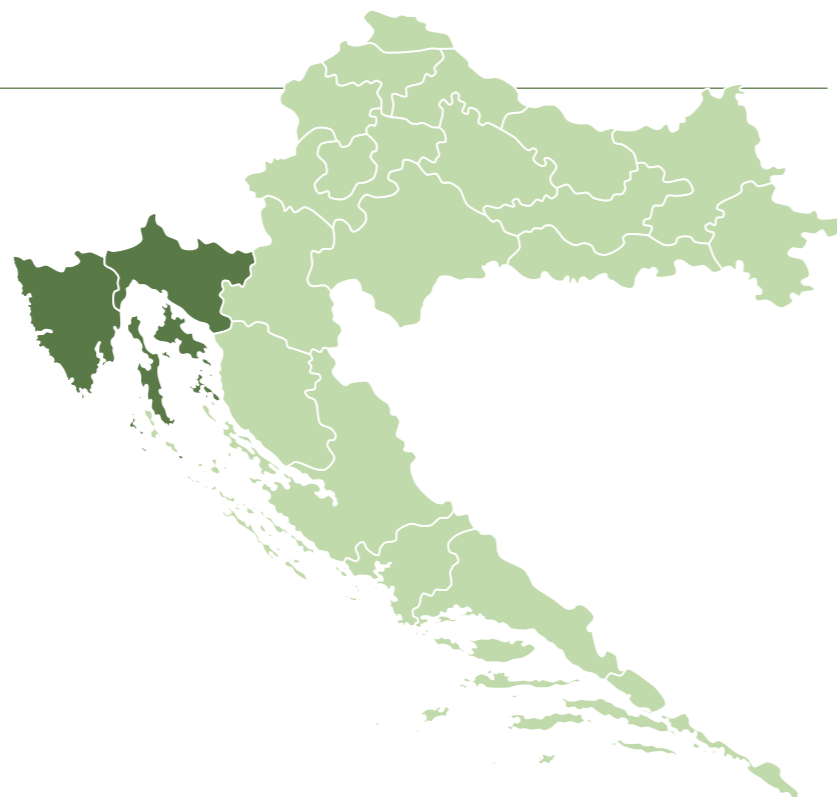
	%
Sisačko-moslavačka županija	29,90
Karlovačka županija	24,20
Ličko-senjska županija	18,70
Prosjek	24,27
Rang	2

LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijskim obrazovanjem 2001.
Sisačko-moslavačka županija	172.977	3,35	48,73	7,61
Karlovačka županija	128.749	2,91	47,25	8,68
Ličko-senjska županija	51.022	3,20	52,16	7,12
Ukupno/Prosjek	352.748	3,15	49,38	7,80

Istra, Primorje i Gorski kotar

Županije:
Istarska
Primorsko-goranska



Površina: 6.402 km²
Ukupan broj stanovnika: 504.563

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u USD		Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*		Rang kvalitete poslovnog sektora*	
		2009.	2010.	2010.	2010.	2010.	2010.		
Primorsko-goranska županija	142,32	17.104	7	8	7				
Istarska županija	156,13	17.806	3	7	5				
Prosjeck	149,23	17.455							
Rang	2	2							

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

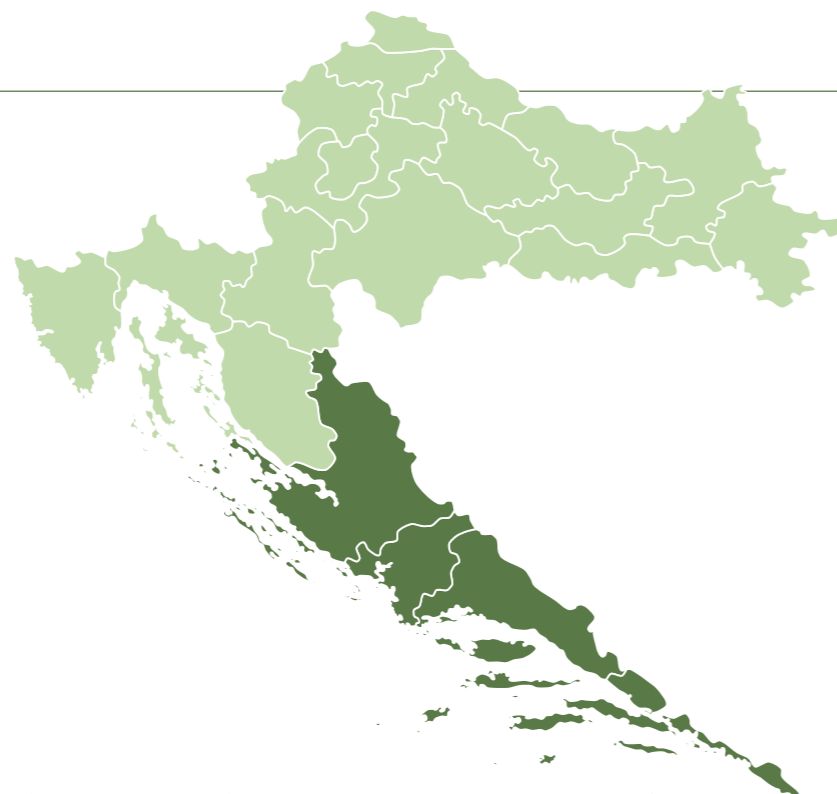
	%
Primorsko-goranska županija	13,40
Istarska županija	8,60
Prosjeck	11,00
Rang	6

LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijarnim obrazovanjem 2001.
Primorsko-goranska županija	296.123	0,60	30,20	15,29
Istarska županija	208.440	0,89	36,93	12,60
Ukupno/Prosjeck	504.563	0,75	33,57	13,95

Dalmacija

Županije:
Dubrovačko-neretvanska
Splitsko-dalmatinska
Šibensko-kninska
Zadarska



Površina: 12.898 km²

Ukupan broj stanovnika: 857.743

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u USD		Rang konkurentnosti*		Rang kvalitete poslovnog okruženja*		Rang kvalitete poslovnog sektora*	
		2009.	2010.	2010.	2010.	2010.	2010.		
Zadarska županija	75,59	11.660	6	4	3				
Šibensko-kninska županija	63,30	10.062	10	14	13				
Splitsko-dalmatinska županija	89,09	11.053	8	12	9				
Dubrovačko-neretvanska županija	107,93	13.886	9	11	11				
Prosjeck	83,98	11.665							
Rang	3	3							

*Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb, 2011.

NEZAPOSLENOST, GODIŠNJI PROSJEK 2011.

	%
Zadarska županija	17,50
Šibensko-kninska županija	20,60
Splitsko-dalmatinska županija	21,40
Dubrovačko-neretvanska županija	14,80
Prosjeck	18,58
Rang	4

LJUDSKI KAPITAL

	Broj stanovnika 2011.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2001.	Udio (%) stanovništva starog 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem 2001.	s tercijarnim obrazovanjem 2001.
Zadarska županija	170.398	3,20	40,80	10,77
Šibensko-kninska županija	109.320	5,13	42,84	9,51
Splitsko-dalmatinska županija	455.242	1,95	33,98	13,58
Dubrovačko-neretvanska županija	122.783	1,13	34,53	14,03
Ukupno/Prosjeck	857.743	2,05	38,04	11,97

Poduzetnička rasprostranjenost po „regijama“ se intenzivira, ali motivi su različiti

U svim „regijama“ poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom, raste, ali je motiv za ulazak u poduzetničku aktivnost (uočena prilika ili nužnost) različit (Tablica 29 i Tablica 30):

TABLICA 29
REGIONALNA DIMENZIJA PODUZETNIČKOG KAPACITETA HRVATSKE – TEA INDEKSI,%

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2002.	4,89	2,11	2,83	2,71	4,47	3,95	3,62
2003.	4,30	1,00	1,99	1,78	3,05	2,43	2,56
2004.	4,42	4,44	3,00	3,99	5,29	1,68	3,73
2005.	8,43	4,91	4,40	5,11	5,74	6,34	6,11
2006.	7,77	8,84	9,15	8,69	7,10	9,85	8,58
2007.	6,44	7,18	4,69	8,81	9,60	8,92	7,27
2008.	7,07	4,55	5,57	8,05	10	11	7,59
2009.	6,24	5,82	3,92	3,85	5,53	6,97	5,58
2010.	7,06	3,94	4,61	6,04	6,00	5,18	5,52
2011.	9,14	4,74	5,17	7,16	8,68	8,57	7,32

TABLICA 30
REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ - TEA PRILIKA/TEA NUŽNOST

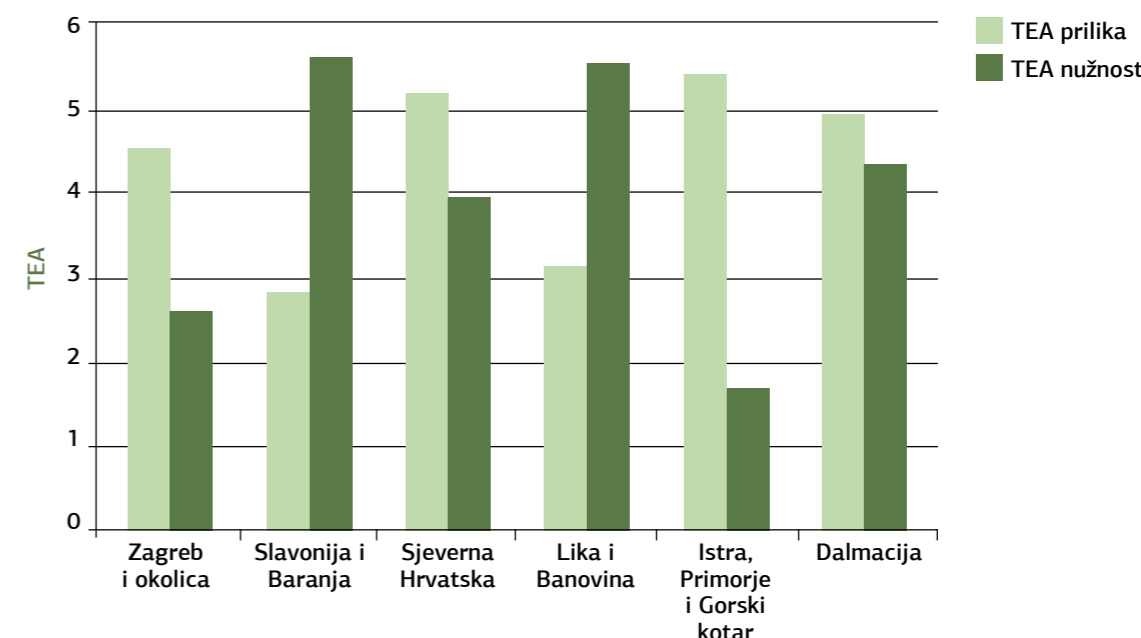
Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2007.	1,56	0,91	1,00	2,93	3,96	0,97	1,43
2008.	4,42	0,34	2,18	1,34	4,75	3,30	2,52
2009.	2,79	1,17	0,58	0,28	1,91	2,00	1,44
2010.	1,71	2,28	1,44	1,28	2,57	3,31	1,97
2011.	2,32	2,66	1,13	0,30	2,23	2,12	1,78

Samo dvije, najrazvijenije, „regije“ (Zagreb i okolica; Istra, Primorje i Gorski Kotar) u svim godinama istraživanja imaju više poduzetničkih pothvata iniciranih prilikom nego nuždom. Sve ostale „regije“ imaju najmanje u jednoj godini promatranog razdoblja prevlast poduzetničke aktivnosti pokrenute nuždom. Ali, najniži motivacijski koeficijent Like i Banovine zahtijeva komentar. Lika i Banovina uspjela je povećati poduzetničku aktivnost (Tablica 29) na razinu hrvatskog prosjeka, ali zahvaljujući intenzivnijem pokretanju poslovnih pothvata onih koje je na to natjerala nužnost. To su upravo situacije koje treba prepoznati i lokalna uprava i država i obrazovne institucije i institucije koje pružaju profesionalne usluge malim poduzećima, jer su poduzetnički pothvati ljudi koji su nastali zbog nužnosti a ne zbog uočene prilike, rizičniji.

Usporedba poduzetničke aktivnosti, mjerene TEA indeksom, zbog uočene prilike ili nužnosti po regijama između 2006. i 2011. godine, pokazuje koliko su promjene vidljive, ali tek u dužem razdoblju (Slika 7 i Slika 8):

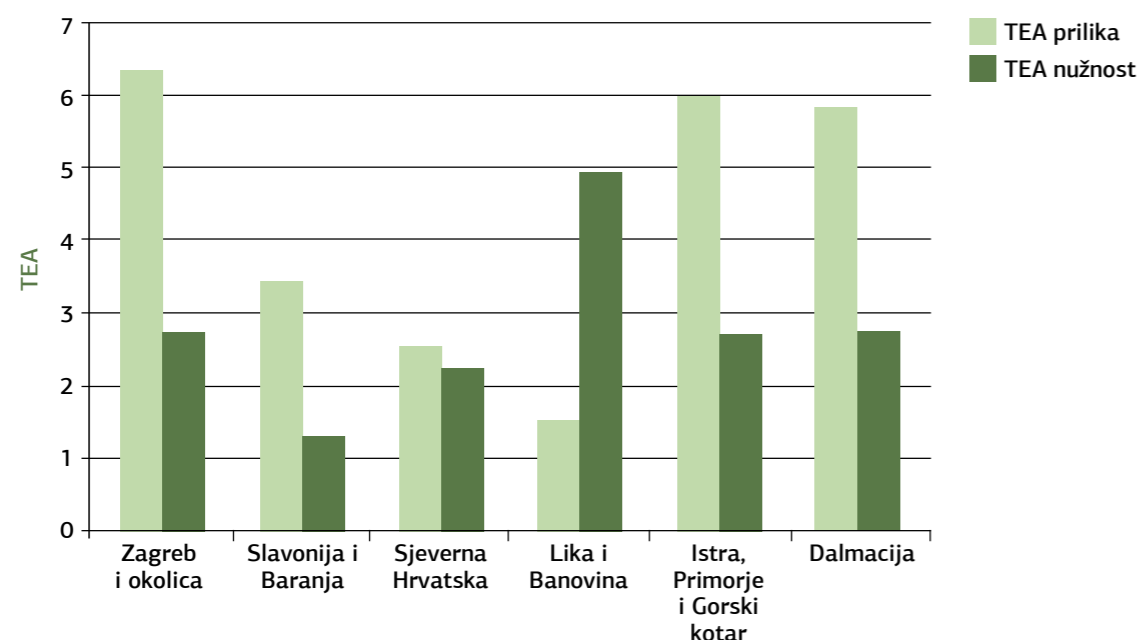
SLIKA 7
REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ - TEA PRILIKA I TEA NUŽNOST, 2006.

2006.	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija
TEA Prilika%	4,51	2,80	5,20	3,14	5,41	4,93
TEA Nužnost%	2,59	5,62	3,95	5,54	1,69	4,32



SLIKA 8
REGIONALNA DIMENZIJA MOTIVIRANOSTI ZA PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ - TEA PRILIKA I TEA NUŽNOST, 2011.

2011.	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija
TEA Prilika%	6,39	3,44	2,55	1,50	6,00	5,83
TEA Nužnost%	2,75	1,29	2,25	4,92	2,69	2,74



S obzirom na važnost rodno aspekta uključenosti u poduzetničku aktivnost zanimljivo je uočiti da je najveća ujednačenost upravo u "regiji" Lika i Banovina, koja je karakterizirana i najvećim učešćem onih koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog nužnosti. To je sukladno s GEM istraživanjima (GEM 2011 Extended Report), koja pokazuju veću rodnu izjednačenost u manje razvijenim zemljama, što govori da teške situacije angažiraju sve, a u drugim "normalnijim" situacijama jačaju kulturološki ili neki drugi kriteriji (Tablica 31):

TABLICA 31
REGIONALNA DIMENZIJA UKLJUČENOSTI U PODUZETNIČKO DJELOVANJE U HRVATSKOJ, S OBTIROM NA RODNI KRITERIJ - TEA MUŠKARCI/TEA ŽENE

Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2007.	1,44	1,57	1,53	1,20	2,89	2,68	1,84
2008.	4,18	1,21	2,35	1,62	1,49	3,48	2,40
2009.	2,45	8,65	2,76	0,73	9,34	2,34	2,96
2010.	3,49	1,30	0,45	0,92	12	1,70	1,82
2011.	1,89	5,97	1,45	1,99	1,40	3,06	2,13

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti unutar neke zemlje u pravilu su povezane i sa razlikama u razvijenosti pojedinog područja – to vrijedi i za Hrvatsku. Zbog toga su pokazatelji o TEA indeksima po „regijama“ Hrvatske komplementarni s „tvrdim“ pokazateljima opće (ne)razvijenosti tih područja: indeksom razvijenosti, BDP po stanovniku i razinom nezaposlenosti (Tablica 32):

TABLICA 32
RAZVOJNI PROFILI „REGIJA“ U HRVATSKOJ, 2011

„Regija“	Indeks razvijenosti		BDP pc 2009		Nezaposlenost, 2011.		Poduzetnička aktivnost 2011.			
	%	Rang	USD	Rang	%	Rang	Nova poduzetnička aktivnost		Motivacijski koeficijent	
							TEA	Rang	TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang
Zagreb i okolica	155,38	1	17.804	1	13,25	5	9,14	1	2,32	2
Slavonija i Baranja	37,69	6	9.007	6	28,13	1	4,74	6	2,66	1
Sjeverna Hrvatska	58,28	4	10.936	5	19,93	3	5,17	5	1,13	5
Lika i Banovina	52,83	5	11.428	4	24,27	2	7,16	4	0,30	6
Istra, Primorje i Gorski Kotar	149,23	2	17.455	2	11,00	6	8,68	2	2,23	3
Dalmacija	83,98	3	11.665	3	18,58	4	8,57	3	2,12	4

Analiza regionalne distribucije poduzetničke aktivnosti i "tvrdih" pokazatelja regionalne razvijenosti pokazuje visoku razinu međusobnog dopunjavanja. Ujednačavanje poduzetničke aktivnosti po regijama, s vremenskim pomakom, će se vjerojatno odraziti na promjene u vrijednostima bruto domaćeg proizvoda po stanovniku i smanjenju nezaposlenosti (što će ovisiti i u kojoj mjeri će pokrenute poduzetničke aktivnosti biti dovoljno vitalne da se razviju u "odrasle" pothvate). Poduzetnička aktivnost najjače je prisutna u dvije najrazvijenije regije (Zagreb i okolica; Istra, Primorje i Gorski Kotar).

Motivacijski indeks je u najužoj vezi s postojećom razinom razvijenosti, jer je najveći za najrazvijenije regije i najniži za najsiromašnije regije (iznenađenje je jedino Slavonija i Baranja, koja je u 2011. godini izbila na prvo mjesto s obzirom da ima najviši motivacijski koeficijent u korist poduzetničkih pothvata zbog uočene prilike). Najviši motivacijski indeksi za najrazvijenije "regije" znače da u tim sredinama ljudi pokreću poslovne pothvate zato što je to njihov izbor temeljen na prepoznatim poslovnim prilikama. Motivacijski indeks ispod 1, koji je prisutan u jednoj od najsiromašnijih regija (Lika i Banovina) govori o značajnoj dominaciji ljudi koji u poduzetničku aktivnost ulaze iz nužnosti, jer nemaju drugi izbor, iz čega proizlaze i niže procjene očekivanja razvoja pothvata.

**Dobar primjer:
Osijek Software City
(inicijativa poslovnog
sektora prema
mladima i obrazovnim
institucijama)**



Osijek Software City (<http://softwarecity.hr/>) projekt je kojim tvrtke IT profila sa sjedištem ili podružnicom u Osijeku žele predstaviti svoje djelovanje mladim ljudima te na taj način privući potencijalne zaposlenike, no i informirati one koji tek razmišljaju kamo usmjeriti svoje obrazovanje.

Nekoliko činjenica bilo je polazište za inicijativu stvaranja Osijek Software City projekta: istočna Hrvatska ima iznadprosječnu nezaposlenost, posebno mladih; u regionalnoj IT industriji vlada kronični nedostatak osposobljenog kadra, a Osijek je značajno obrazovno središte istočne Hrvatske s jakim sektorom srednjoškolskog obrazovanja i Sveučilištem Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

To je bilo dovoljno da grupa IT tvrtki s jakom internacionalizacijom svog poslovanja (što znači potvrdu konkurentnosti na svjetskom tržištu) pokaže inicijativu i djeluje **PODUZETNO** u cilju doprinosa rješavanja problema sredine u kojoj djeluju.

Projekt je pokrenut početkom 2012. godine, održana su dva motivacijska skupa (na Ekonomskom i Elektrotehničkom fakultetu, u prepunim dvoranama mladih ljudi). Onda je uslijedio poziv na jednodnevni HACKATHON (programerski maraton) na kojem je sudjelovalo oko 30 mladih ljudi iz cijele Hrvatske (čak je došao i jedan sudionik iz Bugarske).

Rezultat je bio upravo ono što su pokretači Osijek Software City projekta i htjeli: dobili su grupu zainteresiranih mladih ljudi čije kompetencije su obećavajuće, a deset mladih ljudi je dobilo poziv za zaposlenje (koji su naravno sa zadovoljstvom prihvatili).

I što dalje: Microsoft Hrvatska zajedno s Osijek Software City organizira Software Start-up Academy, sa dva paralelna edukativna programa (Razvoj softvera i Pokretanje i vođenje poslovnog pothvata), koja počinje u prosincu 2012. godine. Samo u prvom tjednu najave tog obrazovnog programa, bilo je 140 prijava!

Naučene lekcije:

1. promjena se ne događa kroz čekanje – inicijativa je pravo i obaveza svih
2. inicijativa poslovnog sektora prema mladim ljudima ustvari je inicijativa prema obrazovnim institucijama, koje bi je trebali prihvatiti i kroz povezivanje prakse i teorije radi stvaranja boljih obrazovnih ishoda (kompetencija) za mlade ljude koji izlaze na tržište rada za IT industriju.
3. male inicijative mogu pokrenuti promjenu – Osijek Software City može imati i znatno širi utjecaj, npr. doprinos stvaranju novog imidža Osijeka u procesu strateške transformacije Osijeka – od industrijskog do inteligentnog grada.

4. Poduzetnička okolina – više ograničavajuća nego poticajna

Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi u razdoblju 2002.-2011. godine

Pristup novcima

Vladine politike prema poduzetništvu

Vladini programi za poduzetništvo

Obrazovanje

Komercijalna i profesionalna infrastruktura

Transfer znanja i zaštita intelektualnog vlasništva

Otvorenost tržišta

Fizička infrastruktura

Kulturne i društvene norme

Poduzetnička djelotvornost

Poduzetnička okolina Hrvatske u 2011. godini

Poduzetnička aktivnost sinergijski je fenomen interakcije pojedinca s okolinom, koja može biti poticajna ili ograničavajuća za sve faze poduzetničkog djelovanja: od percepcije prilika, oblikovanja namjera do pokretanja poslovnog pothvata.

Poduzetnička okolina u GEM istraživanju opisana je okvirom uvjeta o kojima ovisi inovativnost i poduzetnička aktivnost ljudi i koja je predmet praćenja GEM istraživanjem. Pri tome treba voditi računa da poduzetnička okolina tek u interakciji s okvirom općih nacionalnih uvjeta i uvjeta koji doprinose jačanju efikasnosti (Slika 1, Poglavlje 1) stvara pretpostavke za ekonomski rast.

Razinu raspoloživosti i kvalitete poduzetničke okoline u GEM istraživanju procjenjuju eksperti, čiji izbor se temelji na njihovom poznavanju specifične komponente poduzetničke okoline. Uzorak eksperata sastavljen je iz poduzetnika – praktičara, znanstvenika koji se istraživački bave poduzetništvom, eksperata iz područja profesionalne infrastrukture, te vladinih i nevladinih institucija vezanih uz poduzetništvo.

Eksperti ocjenjuju poduzetničku okolinu korištenjem standardiziranog upitnika u kojem se s oko 80 tvrdnji opisuju komponente poduzetničke okoline (u pravilu jedna komponenta opisana je sa 4 do 7 tvrdnji). Izražavanjem svog slaganja/neslaganja s pojedinim tvrdnjama ocjenama 1 do 5, pri čemu 1 znači potpuno neslaganje, a 5 potpuno slaganje dobiva se procjena svake pojedine komponente poduzetničke okoline.

Tvrdnje su grupirane tako da formiraju mjerne instrumente¹² kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata u pogledu:

- raspoloživosti i strukture izvora financiranja za poduzetnike,
- vladinih politika,
- vladinih programa usmjerenih poticanju poduzetništva,

¹² Cronbach Alpha test s vrijednostima između 0,7 i 0,89 ukazuje na visoku pouzdanost mjernih instrumenata, što daje kredibilitet procjenama kvalitete poduzetničke okoline.

- obrazovnih programa,
- prijenosa znanja i tehnologije,
- kvalitete profesionalnih i potpornih institucija,
- otvorenosti tržišta,
- raspoloživosti fizičke infrastrukture,
- kulturnih i društvenih normi.

Upitnikom su obuhvaćene i tvrdnje kojima eksperti procjenjuju nekoliko važnih područja poduzetničkog ponašanja:

- sposobnosti uočavanja poduzetničkih prilika,
- poduzetničke osposobljenosti (znanja i vještina),
- poduzetničke motivacije (shvaćanja i ugleda poduzetničke karijere),
- odnos prema ženama u poduzetništvu,
- stav prema rastućim poduzećima.

Ekspertske ocjenjivanje poduzetničke okoline, uz pretpostavku kontinuiranog sudjelovanja u GEM istraživanjima, daje tri vrste informacija:

- ocjenu svake komponente, pri čemu ocjena iznad 3 signalizira pozitivnu vrijednost (stimulirajuća okolina), a ocjena ispod 3 negativnu vrijednost pojedine komponente (destimulirajuća okolina),
- usporedbe promjena u ocjeni kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline u vremenu (u Hrvatskoj, od 2002. godine),
- usporedbe razlika između percepcije kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u prostoru (tj. između zemalja sudionica GEM istraživanja).

U nastavku bit će prezentirane prosječne ocjene za svaku od devet komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj za razdoblje 2002.-2011. godine, s mogućnosti usporedbe s prosjekom svih zemalja uključenih u GEM istraživanju, te sa najboljim komponentama poduzetničke okoline u pojedinoj godini (Tablica 33 do Tablica 55). Usporedba sa zemljama čije komponente poduzetničke okoline su najbolje ocjenjene daje svojevrsni putokaz za učenje iz najbolje prakse.

Za 2011. godinu posebno će biti prikazane ocjene za sve komponente poduzetničke okoline, uz identificiranje deset najboljih i deset najlošijih elemenata koji čine pojedine komponente poduzetničke okoline.

Poduzetnička okolina Hrvatske u međunarodnoj perspektivi u razdoblju 2002.-2011. godine

Pristup novcima

Hrvatska se po ocjenama kvalitete pristupa novcima (Tablica 33) kreće oko prosjeka zemalja uključenih u GEM istraživanje, iako je češće ispod prosjeka. Zemlje koje imaju najbolje ocijenjen pristup novcima su ujedno i među najrazvijenijim zemljama svijeta. Problem nedostatka odgovarajuće vrste novca za rizičnije poduzetničke pothvate, kao što su poduzetnički pothvati u fazi pokretanja ili u fazi intenzivnog rasta (poslovni anđeli, rizični kapital) ponavlja se u svim godinama GEM istraživanja, a i u 2011. godini od deset najniže ocijenjenih tvrdnji dvije se odnose na (ne)raspoloživost odgovarajućih izvora financiranja, posebno za potrebe brzo rastućih poslovnih pothvata.

TABLICA 33

PRISTUP NOVcima, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,69	2,86	4,3	SAD
2003.	2,72	2,61	3,57	SAD
2004.	2,32	2,58	3,88	SAD
2005.	2,36	2,72	4,08	SAD
2006.	2,68	2,67	3,91	SAD
2007.	2,66	2,88	3,85	Izrael
2008.	2,78	2,44	3,09	Norveška
2009.	2,41	2,46	3,3	Malezija
2010.	2,42	2,39	3,43	Malezija
2011.	2,26	2,44	3,5	Švicarska

Dobar primjer: stvaranje mreže poslovnih anđela



CRANE je neprofitna udruga koja okuplja privatne investitore zainteresirane za ulaganja u inovativne tvrtke u ranom stadiju razvoja, a pokrenuta je 2008. godine. To su neformalni individualni investitori koji svojim poslovnim iskustvom savjetuju mlade tvrtke i poduzetnike i pomažu njihovom budućem rastu. Najveća vrijednost poslovnih anđela jest "pametno financiranje" — pružanje ekspertize, vještina i poslovnih kontakata. CRANE

je investirao u 13 projekata u iznosu većem od milijun EUR-a. Investirani projekti su najvećim dijelom iz područja ICT, kao što su Salespod – sustav podrške terenskim djelatnicima za mala i srednja poduzeća, ONCE – analiza i obrada nogometnih utakmica te prikaz podataka preko iPad aplikacije, Entrio – sustav rezervacije karata i WhoAPI – pružanje detaljnih informacija o domenama u koji je investirao američki fond 500 startups.

www.imf.org

Vladine politike prema poduzetništvu

Vladine politike se u GEM istraživanju promatraju kroz dva aspekta: vladine politike kojima se identificiraju prioritete i podrška poduzetništvu i vladine politike usmjerene prema pojednostavljenju regulatornog okvira unutar kojeg se odvija i poduzetnička aktivnost. Ocjene obje skupine vladinih politika (Tablica 34 i Tablica 35) su u cijelom promatranom razdoblju niže od prosjeka za SVE GEM zemlje, a ujedno su i najniže ocjene u

usporedbi s ostalim komponentama poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Posebno niske ocjene su za vladine politike prema regulatornom okviru i to značajno niže od prosjeka svih GEM zemalja. I opet, zemlje koje su prepoznate ili po svojoj razvijenosti ili po nastojanjima da to postanu, imaju i vladine politike koje su u funkciji razvoja poduzetničkog kapaciteta zemlje. Unutar deset najniže ocjenjenih tvrdnji u vezi komponenti poduzetničke okoline u 2011. godini (Tablica 56), čak četiri s najnižim ocjenama se odnose na vladine politike (nemogućnost dobivanja svih potrebnih dozvola i potvrda u roku od tjedan dana, ocjena 1,6; nova i rastuća poduzeća teško se nose s birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima, ocjena 1,65; država ništa ne čini da promijeni nepovoljni položaj novih poduzeća prilikom sudjelovanja u javnim nabavkama, ocjena 1,7; porezni teret za nova i rastuća poduzeća, 1,74).

TABLICA 34
VLADINE POLITIKE – PRIORITETI, PODRŠKE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,27	2,68	3,62	Kanada
2003.	2,03	2,60	3,59	Tajland
2004.	2,10	2,55	3,33	Singapur
2005.	2,11	2,61	3,52	Finska
2006.	2,41	2,61	3,58	UAE
2007.	2,19	2,62	3,67	Finska
2008.	2,19	2,48	3,43	Koreja
2009.	2,33	2,52	4,32	Tunis
2010.	2,27	2,51	4,55	Tunis
2011.	2,07	2,48	3,49	Singapur

TABLICA 35
VLADINE POLITIKE – BRZINA I LAKOĆA REGULATORNOG FUNKCIONIRANJA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	1,81	2,41	4,33	Hong Kong
2003.	1,89	2,43	4,26	Hong Kong
2004.	1,81	2,36	3,95	Island
2005.	1,76	2,46	4,03	Singapur
2006.	2,17	2,39	4,27	Island
2007.	1,9	2,5	3,99	Island
2008.	1,88	2,26	3,19	Finska
2009.	1,9	2,44	4,14	Hong Kong
2010.	1,96	2,34	3,42	Tunis
2011.	1,84	2,39	4,03	Singapur

Šampion loših primjera: Princip administrativne šutnje, na naš način – od arogancije do karikature i ismijavanja

U starom Zakonu o općem upravnom postupku u Republici Hrvatskoj (NN 53/91, 103/96), članci 171 i 172 su otvoreno rekli da državni organi koji izdaju uvjerenja odnosno druge isprave (certifikate, potvrde i dr.) NE MORAJU stranci izdati rješenje o odbijanju zahtjeva, jer:

“(5) Ako organi iz st (1) i (2) ovog članka odbiju zahtjev za izdavanje uvjerenja odnosno druge isprave, dužni su o tome donijeti posebno rješenje. Ako u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva ne izdaju uvjerenje odnosno drugu ispravu niti donesu i dostave stranci rješenje o odbijanju zahtjeva, smatra se da je zahtjev odbijen”.

Pa zašto bi se državni organi uopće trudili da nešto naprave u roku – arogantnije ne može biti.

Karikatura i ismijavanje

I onda je došao novi Zakon o općem upravnom postupku u Republici Hrvatskoj (NN 47/09) u kojem i dalje NEMA obaveze administracije da bude efikasna i pristojna, jer članak 101, stavak (3) milostivo daje PRAVO stranci da se može žaliti:

Rok za donošenje rješenja
“Članak 101.
(1) Službena osoba dužna je u slučajevima neposrednog rješavanja na zahtjev stranke rješenje donijeti i dostaviti ga stranci bez odgode, a najkasnije u roku od 30 dana od dana podnošenja urednog zahtjeva.
(2) Službena osoba dužna je u slučajevima vođenja ispitnog postupka na zahtjev stranke rješenje donijeti i dostaviti ga stranci najkasnije u roku od 60 dana od dana podnošenja urednog zahtjeva.
(3) Ako službena osoba u propisanom roku ne donese

rješenje i dostavi ga stranci, stranka ima pravo izjaviti žalbu, odnosno pokrenuti upravni spor.”

Znači, ako nismo dobili rješenje u propisanom roku, IMAMO pravo žaliti se, a kako to treba napraviti to spada u sferu ismijavanja:

Predmnjeva usvajanja zahtjeva stranke
“Članak 102.
(1) Kad je to propisano zakonom, smatrat će se da je zahtjev stranke usvojen ako javnopravno tijelo, u postupku pokrenutom na uredan zahtjev stranke u kojem je ovlašteno neposredno riješiti upravnu stvar, ne donese rješenje u propisanom roku.
(2) Stranka ima pravo tražiti da javnopravno tijelo donese rješenje kojim se utvrđuje da je zahtjev stranke usvojen. Javnopravno tijelo dužno je izdati takvo rješenje u roku od osam dana od dana traženja stranke.”

A u Europskoj uniji je obrnuto – ako se u propisanom roku ne riješi zahtjev stranke, smatra se da je zahtjev usvojen.

Nemogućnost primjene principa administrativne šutnje, naravno bez ovog karikaturnog pristupa u novom Zakonu o upravnom postupku, bio je naš izbor za najlošiji primjer i u 2006. i 2007. godini. I onda smo postavili pitanje – Ništa se nije dogodilo, zar je to tako teško promijeniti? Sada bi to drugačije formulirali: Ništa se nije dogodilo, tko ima interese da se ništa ne mijenja? Građani? Ne, naravno. Poduzetnici? Ne, naravno.

Vladini programi za poduzetništvo

Vladini programi prema poduzetništvu (Tablica 36) neznatno su bolje ocijenjeni od vladinih politika prema prioritetima i podrškama, ali i dalje su ocjene u gotovo svim godinama ispod prosjeka GEM zemalja. U deset najlošije ocijenjenih tvrdnji u 2011. godine (Tablica 56) je i jedna koja se odnosi na nepostojanja odgovarajuće podrške rastućim poduzećima. Činjenica da su programi njemačke vlade ocijenjeni kao najbolji u šest godina gotovo obavezuje odgovarajuća ministarstva u Hrvatskoj da pobliže analiziraju zašto je to tako.

TABLICA 36
VLADINI PROGRAMI, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji
2002.	2,11	2,63	Irska
2003.	2,4	2,62	Irska
2004.	2,18	2,53	Njemačka
2005.	2,39	2,61	Austrija
2006.	2,64	2,60	Njemačka
2007.	2,56	2,69	Austrija
2008.	2,65	2,51	Njemačka
2009.	2,72	2,62	Njemačka
2010.	2,49	2,51	Njemačka
2011.	2,36	2,57	Njemačka

Obrazovanje

Obrazovanje je jedna od ključnih komponenti poduzetničke okoline, jer su i podaci o poduzetničkoj aktivnosti pokazali da su obrazovanije osobe češće poduzetničke aktivne od manje obrazovanih (Tablica 27, Poglavlje 3). Vrednujući odvojeno osnovno i srednje obrazovanje (Tablica 37) od tercijarnog (Tablica 38) vidi se da je u svim godinama tercijarno obrazovanje neznatno bolje ocijenjeno s obzirom na svoj doprinos stvaranju poduzetničkih kompetencija. Među deset najniže ocijenjenih tvrdnji u 2011. godini (Tablica 56) nalaze se i dvije koje se odnose na osnovno i srednjoškolsko obrazovanje, upravo zbog toga što ne doprinosi razvoju poduzetničkih kompetencija i razumijevanju tržišnog gospodarstva. U cijelom desetogodišnjem razdoblju, Hrvatska po doprinosu obrazovanja poduzetničkim sposobnostima ljudi je ili na razini prosjeka GEM zemalja ili ispod. Iako ta komponenta poduzetničke okoline svagdje u svijetu predstavlja više ograničenje nego stimulans za poduzetništvo (jer su čak i najveće vrijednosti tek blizu 3, a ne iznad – osim za Singapur, u 2006. godini), za Hrvatsku je veliki izazov proučiti najbolju praksu europskih zemalja koje su u zadnjih pet godina učinile značajne pomake (Nizozemska, Latvija, Danska, Norveška).

TABLICA 37
OSNOVNO I SREDNJE OBRAZOVANJE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji
2002.	1,63	1,91	Kanada
2003.	1,59	2,06	SAD
2004.	2,05	2,07	Singapur
2005.	1,91	2,12	Latvija
2006.	2,21	2,15	Singapur
2007.	2,13	2,13	Danska
2008.	2,17	2,01	Norveška
2009.	2,07	2,04	Danska
2010.	2,11	1,97	Latvija
2011.	1,88	2,03	Nizozemska

TABLICA 38
TERCIJARNO OBRAZOVANJE, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji
2002.	2,01	2,83	SAD
2003.	1,97	2,79	SAD
2004.	2,63	2,71	Kina
2005.	2,56	2,83	Tajland
2006.	2,86	2,87	SAD
2007.	2,74	2,88	SAD
2008.	2,79	2,78	Argentina
2009.	2,92	2,91	Island
2010.	2,76	2,83	Meksiko
2011.	2,73	2,81	Švicarska

Komercijalna i profesionalna infrastruktura

U izgradnji kompetencija poduzetničkog djelovanja (prepoznavanje prilika, samopouzdanje, znanje i vještine) pored formalnog obrazovanja značajnu ulogu imaju i institucije koje pružaju poslovne usluge (od traininga do savjetovanja, povezivanje s investitorima do izrade projekata). Te usluge pružaju institucije koje GEM definira kao komercijalnu i profesionalnu infrastrukturu (Tablica 39). Hrvatska ponovo, u svim promatranim godinama, ima niže ocjene za kvalitetu te komponente poduzetničke okoline, od prosjeka GEM zemalja. Iako je Hrvatska značajno investirala u razvoj ove infrastrukture (centri za poduzetništvo, poduzetničke zone, razvojne agencije,

inkubatori...), s obzirom na ocjenu efekata nužno je temeljito analizirati postojeći pristup, jer ekstenzivna institucionalna prisutnost nije i garancija adekvatnosti i kvalitete usluga (Singer, S. i Alpeza, M. (urednice), 2011).

TABLICA 39
KOMERCIJALNA I PROFESIONALNA INFRASTRUKTURA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,43	3,17	4,21	Kanada
2003.	2,75	3,23	4,21	SAD
2004.	2,59	3,20	4,14	SAD
2005.	2,67	3,29	4,07	SAD
2006.	2,92	3,25	4,06	SAD
2007.	2,73	3,30	3,99	Dominikanska Republika
2008.	2,74	2,92	3,58	Norveška
2009.	2,91	3,06	3,83	Švicarska
2010.	2,83	2,95	3,66	Izrael
2011.	2,84	3,02	3,89	Švicarska

Transfer znanja i zaštita intelektualnog vlasništva

Za jačanje inovativnog kapaciteta poduzeća važno je kako se obavlja transfer znanja s istraživačkih institucija u poslovnu praksu (Tablica 40), te kako se štiti intelektualno vlasništvo (Tablica 41). I ponovo, Hrvatska je u obje komponente slabija od prosjeka GEM zemalja, ali značajnije slabija od najboljih, i to posebno u području zaštite intelektualnog vlasništva. Švicarska je očito zemlja od koje se može i treba mnogo naučiti kako te dvije komponente dizajnirati na način da doprinose jačanju učešća rastućih poduzeća kroz inovativnost (u području procesa, proizvoda, tržišta, organizacije).

TABLICA 40
TRANSFER ISTRAŽIVANJA I RAZVOJA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,05	2,47	3,49	Kanada
2003.	2,11	2,49	3,47	SAD
2004.	2,18	2,44	3,24	SAD
2005.	2,06	2,48	3,26	Jordan
2006.	2,19	2,42	3,26	SAD
2007.	2,23	2,56	3,38	Švicarska
2008.	2,2	2,27	2,86	Koreja
2009.	2,26	2,37	3,49	Švicarska
2010.	2,3	2,33	3,38	Švicarska
2011.	2,25	2,33	3,46	Švicarska

Dobar primjer:



Vlada Republike Hrvatske osnovala je BICRO još 1998. godine u cilju provođenja programa državne potpore radi jačanja tehnološkog razvoja i komercijalizacije rezultata istraživanja kako bi se povećala konkurentnost hrvatskih poduzeća. Ipak, intenzivnije aktivnosti povezivanja gospodarstva sa znanosti i stvaranje uvjeta za uvođenje na tržište inovativnih proizvoda i usluga događaju se tek u zadnjih nekoliko godina. Dva programa, jedan usmjeren ka početničkim aktivnostima razvoja novih proizvoda, a drugi usmjeren na stvaranje institucionalne podrške upravo popunjavaju ona područja koja se i GEM istraživanjem identificiraju kao ograničenja (nedostatak novih proizvoda, nedostatak specijaliziranih usluga za rastuća inovativna poduzeća).

Početne aktivnosti istraživača i poduzetnika na putu razvoja novih proizvoda i usluga BICRO podupire putem Programa provjere inovativnog koncepta – PoC (eng. Proof of Concept). na način da bespovratnim sredstvima pomaže inovativnim poduzećima te znanstvenicima i istraživačima da dokažu da je njihov novi proces ili tehnologija ostvariva te da može imati komercijalnu primjenu. Iz PoC-a se financiraju aktivnosti vezane uz izradu funkcionalnog prototipa, zaštitu intelektualnog vlasništva i demonstraciju tehničke izvedivosti te analizu tržišta. Od 2010.

godine od 483 zaprimljene prijave ugovorena su 92 inovativna projekta (od toga 58 projekata s poduzetnicima i 34 projekta sa znanstvenicima i istraživačima) u iznosu od 17,5 milijuna kuna. Najviše je projekata iz područja ICT-a, elektronike i elektrotehnike.

Putem Programa za razvoj tehnološke infrastrukture (TEHCRO – engl. Technology Infrastructure Development Programme) povećava se konkurentnost hrvatskog gospodarstva kroz razvoj učinkovitih potpornih institucija (tzv. TEHCRO CENTRI) koji svojim djelovanjem trebaju stvoriti povoljno okruženje za transfer tehnologije i povećati mogućnosti rasta i održivosti inovativnih tehnoloških poduzeća, naročito onih koja nastaju kao tzv. «start-up» ili «spin-off» poduzeća utemeljena na znanju, rezultatima znanstvenog istraživanja i korištenju novih tehnologija. Krajem 2011. godine u TEHCRO centrima se nalazilo 77 inovativnih poduzeća koja su kumulativno generirala 360 novih radnih mjesta od kojih 255 pripada poslovima visoke dodane vrijednosti odnosno istraživanju i razvoju.

Oba programa provode se u sklopu projekta tehnološkog razvoja (Science and Technology Project – STP) kojeg sufinancira Svjetska banka.

www.bicro.hr

TABLICA 41
ZAŠTITA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,36	3,12	4,03	Australija
2003.	2,44	3,12	4,05	Kanada
2004.	2,52	3,08	4,48	Singapur
2005.	2,36	3,19	4,25	Finska
2006.	2,63	2,97	4,26	Australija
2007.	2,68	3,06	4,37	Švicarska
2008.	2,66	2,65	3,85	Finska
2009.	2,53	2,78	4,27	Švicarska
2010.	2,62	2,70	4,24	Švicarska
2011.	2,61	2,80	4,39	Singapur

Otvorenost tržišta

Poduzetničko djelovanje direktno ovisi o otvorenosti tržišta, koje se u GEM istraživanju prati kroz dva aspekta: dinamičnost promjena i intenzitet barijera. U desetogodišnjem razdoblju Hrvatska pokazuje vrlo stabilne razlike između iznadprosječne ocjene za dinamičnost (Tablica 42) i ispodprosječne ocjene za tržište bez barijera (Tablica 43). Dinamičnost tržišta generira prilike za pokretanje poslovnih pothvata i investiranje, pa je iznadprosječna ocjena te komponente poduzetničke okoline važna pretpostavka za stimuliranje intenzivne poduzetničke aktivnosti. Međutim, jaka prisutnost barijera onemogućava realizaciju mnogih poduzetničkih inicijativa, ili ih značajno usporava.¹³

TABLICA 42
OTVORENOST TRŽIŠTA – DINAMIČNOST PROMJENA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	3,37	2,84	4,09	Tajvan
2003.	3,49	2,81	3,95	Kina
2004.	3,65	2,76	3,88	Japan
2005.	3,05	2,82	4	Jordan
2006.	3,47	2,85	3,84	UAE
2007.	3,49	2,92	3,93	Srbija
2008.	3,87	2,97	4,4	Koreja
2009.	3,51	2,98	4,25	Koreja
2010.	3,31	2,98	4,06	Koreja
2011.	3,32	3,02	4,15	Poljska

¹³ Problem administrativnih barijera identificiran je i drugim međunarodnim istraživanjima kojima je obuhvaćena Hrvatska: npr. istraživanje lakoće obavljanja poslovnih aktivnosti kroz Doing Business istraživanje Svjetske Banke; istraživanje konkurentnosti kroz godišnje izvještaje Svjetskog gospodarskog foruma; istraživanje korupcije koje obavlja Transparency International.

TABLICA 43
OTVORENOST TRŽIŠTA – BEZ BARIJERA ULASKA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,04	2,75	3,88	Kanada
2003.	2,23	2,75	3,42	SAD
2004.	2,11	2,70	3,33	Kina
2005.	2,08	2,80	3,46	SAD
2006.	2,3	2,76	3,46	Nizozemska
2007.	2,21	2,73	3,65	UAE
2008.	2,18	2,47	3,11	Danska
2009.	2,14	2,57	3,36	Belgija
2010.	2,17	2,46	3,07	Zambija
2011.	2,22	2,51	3,33	Tajvan

Fizička infrastruktura

Fizička infrastruktura obuhvaća vrlo različite komponente, od prometne, komunalne do telekomunikacijske. U Hrvatskoj je u cijelom promatranom razdoblju fizička infrastruktura (Tablica 44) djelovala podržavajuće poduzetničkoj aktivnosti, jer su ocjene iznad 3, ali je i po tim visokim ocjenama na razini prosjeka GEM zemalja. Ipak, treba uočiti da se opet ponavljaju zemlje (Švicarska, Island, Finska, Singapur...) od kojih se može naučiti kako to može biti još bolje.

TABLICA 44
PRISTUP FIZIČKOJ INFRASTRUKTURI, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	3,08	3,86	4,79	Kanada
2003.	3,55	3,95	4,74	Hong Kong
2004.	3,36	3,81	4,72	Singapur
2005.	3,35	3,92	4,75	SAD
2006.	3,75	3,76	4,65	SAD
2007.	3,58	3,76	4,63	Hong Kong
2008.	3,77	3,54	4,3	Finska
2009.	3,67	3,72	4,65	Švicarska
2010.	3,62	3,62	4,55	Island
2011.	3,65	3,73	4,7	Singapur

Kulturne i društvene norme

Kulturne i društvene norme ishodište su svih aktivnosti u društvu, a u GEM istraživanju se definiraju kao ukupnost atributa samoodređenja, inicijativnosti, odgovornosti za izbor (kapacitet preuzimanje rizika) i kreativnosti, o kojima ovisi pristup u oblikovanju poduzetničke okoline i individualnog ponašanja. Promjene u kulturnim i društvenim normama su najteže, najkompleksnije i najdugoročnije, što pokazuje relativna stabilnost ocjena, ne samo u Hrvatskoj nego i u prosjeku GEM zemalja. U kontekstu društvenih i kulturoloških normi (Tablica 45) promatra se i stav prema društvenom imidžu poduzetnika (Tablica 46) te stav prema ženama u poduzetništvu (Tablica 47). Hrvatska u sva tri parametra je značajno ispod prosjeka svih GEM zemalja, što samo upozorava da ukoliko se žele ostvariti promjene, tada su potrebne fokusirana i konzistentna strategija, komplementarne politike, te suradnja između brojnih aktera u tim procesima. U tom kontekstu očito je da se o društvenom i kulturološkom pristupu poduzetništvo može naučiti iz američkog i izraelskog iskustva, dok su zemlje sjeverne Europe (Finska, Island i Norveška) izvor dobrog iskustva za stav prema ženama u poduzetništvu.

TABLICA 45
KULTURNE I DRUŠTVENE NORME, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,2	2,79	4,52	SAD
2003.	2,15	2,76	4,59	SAD
2004.	2,17	2,82	4,58	Kina
2005.	2,13	2,83	4,54	SAD
2006.	2,45	2,84	4,47	SAD
2007.	2,4	2,96	4,19	Izrael
2008.	2,29	2,74	3,91	SAD
2009.	2,43	2,90	4,18	Island
2010.	2,42	2,75	3,97	Izrael
2011.	2,27	2,74	3,72	Tajvan

TABLICA 46
DRUŠTVENI IMIDŽ PODUZETNIKA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,99	3,31	4,44	Tajvan
2003.	2,89	3,38	4,64	SAD
2004.	2,73	3,33	4,34	Kina
2005.	2,95	3,40	4,58	SAD
2006.	3,1	3,44	4,56	SAD
2007.	2,89	3,56	4,48	Izrael
2008.	2,97	3,39	4,14	SAD
2009.	3,09	3,52	4,36	Izrael
2010.	2,97	3,45	4,35	Izrael
2011.	3,03	3,39	4,17	Jamajka

TABLICA 47
ODNOS PREMA ŽENAMA U PODUZETNIŠTVU, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,79	3,14	3,97	Hong Kong
2003.	2,78	3,34	4,18	Tajland
2004.	3,01	3,23	4,02	Island
2005.	2,84	3,30	4,34	Finska
2006.	3	3,31	4,29	Island
2007.	2,77	3,34	4,2	Finska
2008.	2,83	3,20	3,82	Finska
2009.	2,75	3,28	4,19	Island
2010.	2,83	3,14	4,42	Island
2011.	2,71	3,21	4,01	Norveška

Poduzetnička djelatnost

Poduzetnička djelatnost proizlazi iz kapaciteta uočavanja poslovnih prilika, osposobljenosti za pretvaranje uočene prilike u poslovni pothvat, te kapaciteta poslovnog sektora da generira veći broj rastućih poslovnih pothvata. Nizak kapacitet uočavanja poslovnih prilika (Tablica 48) Hrvatsku već u polazištu stavlja u lošiju poziciju. Zanimljivo je da eksperti ocjenjuju višim ocjenama sposobnost i znanje ljudi u Hrvatskoj za pokretanje poslovnog pothvata (Tablica 49), nego njihov kapacitet za uočavanje poslovnih prilika. To je potpuno suprotno od ocjena koje su dali poduzetnici (Tablica 1, Poglavlje 2) – oni ne vide prilike, ali misle da imaju sposobnosti i znanja za pokretanje poslovnog pothvata. Ovakva asimetričnost u stavovima može se objasniti: ocjenjujući same sebe ljudi imaju tendenciju precjenjivanja svojih sposobnosti (u slučaju kada poduzetnici procjenjuju svoju sposobnost i znanje za pokretanje poslovnog pothvata), dok su eksperti kritičniji. U slučaju procjenjivanja prilika, eksperti vjerojatno imaju širi pogled na promjene koje se događaju (iz čega slijedi i njihova viša ocjena o prilikama), dok su poduzetnici usmjereniji na svoj poslovni segment te su pesimističniji.

Sa stanovišta društva, izuzetno je važan stav prema jako rastućim poduzećima, jer su takva poduzeća jedini generator novog zapošljavanja. U zemlji s dugotrajnom visokom nezaposlenošću kao što je Hrvatska, za očekivati je visoko uvažavanje onih koji žele razvijati svoj poslovni pothvat, te stvaranje odgovarajuće podrške kroz politike, programe, obrazovanje, pristup odgovarajućim vrstama novaca (rizični kapital, poslovni anđeli), specijalizirane poslovne uloge itd. Međutim, Hrvatska u cijelom promatranom razdoblju ne prepoznaje važnost jako rastućih poslovnih pothvata (Tablica 50) – ocjene su ispod prosječnih ocjena GEM zemalja. Eksperti također ocjenjuju da su poslovni subjekti (Tablica 51) manje zainteresirani za inovativnost, nego potrošači (Tablica 52), što se podudara i s rezultatima istraživanja o indeksu pouzdanja u inovativnost (Levie, J., 2010). To upozorava na tromost poslovnih sistema da iskoriste otvorenost tržišta za inovativna rješenja (tim više što se među deset najviše ocjenjenih tvrdnji nalaze i dvije tvrdnje koje govore o zainteresiranosti potrošača za nove proizvode, Tablica 55).

TABLICA 48
PREPOZNAVANJE POSLOVNIH PRILIKA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,93	3,29	3,97	SAD
2003.	3,11	3,19	4	SAD
2004.	3,28	3,30	4,07	SAD
2005.	3,19	3,36	4,14	SAD
2006.	3,43	3,43	4,46	UAE
2007.	3,36	3,44	4,25	UAE
2008.	3,43	3,21	3,75	Peru
2009.	3,36	3,31	3,9	UAE
2010.	3,01	3,23	4,01	Zambija
2011.	3,03	3,27	4	Brazil

TABLICA 49
SPOSOBNOSTI I ZNANJA ZA POKRETANJE POSLOVNOG POTHVATA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2002.	2,43	2,52	3,47	Hong Kong
2003.	2,16	2,48	3,37	SAD
2004.	2,38	2,54	3,61	Kina
2005.	2,13	2,66	3,96	Jordan
2006.	2,49	2,69	3,68	SAD
2007.	2,32	2,73	3,6	Island
2008.	2,26	2,36	3,04	Norveška
2009.	2,19	2,49	3,78	Island
2010.	2,28	2,41	3,54	Island
2011.	2,14	2,39	3,36	Alžir

TABLICA 50
STAV PREMA JAKO RASTUĆIM PODUZEĆIMA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE*

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2005.	2,55	3,11	3,98	Irska
2006.	2,82	3,02	4,11	Irska
2007.	2,64	3,11	4,08	UAE
2008.	2,62	2,84	4,02	Irska
2009.	2,67	2,97	3,91	Danska
2010.	2,59	2,91	4,02	Irska
2011.	2,53	2,90	3,95	Irska

*prati se od 2005. godine

TABLICA 51
INTERES ZA INOVATIVNOST – IZ PERSPEKTIVE PODUZEĆA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE*

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2007.	3	3,43	4,25	UAE
2008.	2,52	3,00	3,58	Koreja
2009.	2,76	3,15	3,98	Island
2010.	2,74	3,12	3,94	Tajvan
2011.	2,5	3,07	4,45	Singapur

*prati se od 2007. godine

TABLICA 52
INTERES ZA INOVATIVNOST – IZ PERSPEKTIVE KUPACA, HRVATSKA I GEM ZEMLJE*

Godina	Hrvatska	GEM prosjek	Najbolji	
2008.	3,4	3,48	3,98	Meksiko
2009.	3,47	3,59	4,25	Island
2010.	3,43	3,57	4,09	Island
2011.	3,31	3,56	4,15	Singapur

*prati se od 2008. godine

Poduzetnička okolina Hrvatske u 2011. godini

U godišnjim prikazima kvalitete poduzetničke okoline moguća je direktna međusobna usporedba u kvaliteti pojedinih komponenti okoline, te s prosjekom svih zemalja uključenih u GEM istraživanje određene godine. U 2011. godini ponovo su najlošije ocjenjene vladine politike prema regulatornom okviru (ocjena 1,84), zatim doprinos osnovnog i srednjeg obrazovanja razvoju poduzetničkih kompetencija (1,88), vladine politike prema prioritetima i podrškama za poduzetništvo (2,07) i sposobnosti i znanja za pokretanje poslovnog pothvata (2,14). Najbolje ocjene imaju pristup fizičkoj infrastrukturi (3,65), otvorenost tržišta – dinamičnost promjena (3,32), interes za inovativnost – iz perspektive kupaca (3,31), društveni imidž poduzetnika (3,03) i prepoznavanje poslovnih prilika (3,03). Važno je istaknuti da je samo u JEDNOJ komponenti poduzetničke okoline Hrvatska bolja od prosjeka svih GEM zemalja: otvorenost tržišta – brzina promjena (3,32 vs. 3,02). U kontekstu ovakve kvalitete komponenata poduzetničke okoline i u 2011. godini se ponovo otvara pitanje zašto vladine politike prema regulatornom okviru nisu doprinijele eliminiranju barijera ulaska na tržište, jer bi se time aktivirale i ostale visoko ocjenjene komponente poduzetničke okoline, koje stimulirajuće djeluju na poduzetničku aktivnost (Tablica 53).

TABLICA 53
PROSJEČNA OCJENA PODUZETNIČKE OKOLINE U HRVATSKOJ I PROSJEK ZA GEM ZEMLJE, 2011.

Elementi poduzetničke okoline	Hrvatska	GEM prosjek
Pristup novcima	2,26	2,44
Vladine politike – prioriteti i podrške	2,07	2,48
Vladine politike – brzina i lakoća djelovanja u regulatornom okviru	1,84	2,39
Vladini programi	2,36	2,57
Osnovno i srednje obrazovanje	1,88	2,03
Tercijarno obrazovanje	2,73	2,81
Transfer istraživanja i razvoja	2,25	2,33
Zaštita intelektualnog vlasništva	2,61	2,80
Komercijalna i profesionalna infrastruktura	2,84	3,02
Otvorenost tržišta – brzina promjena	3,32	3,02
Otvorenost tržišta – barijere ulaska	2,22	2,51
Pristup fizičkoj infrastrukturi	3,65	3,73
Kulturne i društvene norme	2,27	2,74
Društveni imidž poduzetnika	3,03	3,39
Odnos prema ženama u poduzetništvu	2,71	3,21
Prepoznavanje poslovnih prilika za pokretanje poduzeća	3,03	3,27
Sposobnosti i znanja za pokretanje poduzeća	2,14	2,39
Stav prema rastućim poduzećima	2,53	2,9
Interes za inovativnost – iz perspektive poslovnih subjekata	2,5	3,07
Interes za inovativnost – iz perspektive kupaca	3,31	3,56

U 2011. godini prvi puta je GEM istraživanjem procjenjivan poduzetnički kapacitet zaposlenika. Ekspertske ocjene za tu komponentu poduzetničkog djelovanja Hrvatsku pozicioniraju neznatno ispod prosjeka svih GEM zemalja (Tablica 54), ali pokazatelji te aktivnosti (Tablica 19, Poglavlje 2) su iznadprosječni. Slična razina kvalitete okoline u kojoj se događa poduzetnička aktivnost zaposlenika rezultat je dva važna obilježja korporacijske kulture po kojima se Hrvatska bitno ne razlikuje od prosjeka svih GEM zemalja: (a) dominantna je prisutnost hijerarhijske organizacijske strukture u kojoj se odlučivanje provodi s vrha prema dnu (ocjena 4,06 Hrvatska vs. 3,82 GEM zemlje), (b) organizacijska kultura nedovoljno pospješuje poduzetničku aktivnost zaposlenika (ocjena 2,53 Hrvatska vs. 2,57 GEM zemlje). Zanimljivo je da mala i srednja poduzeća nisu izbjegla zamku hijerarhijske organizacijske strukture, koja ima više ograničavajući nego stimulirajući utjecaj na

poduzetničku aktivnost zaposlenika. I u tim poduzećima odlučivanje s vrha prema dolje je dominantno (ocjena 3,88), iako ipak manje nego u velikim poduzećima (ocjena 4,24).

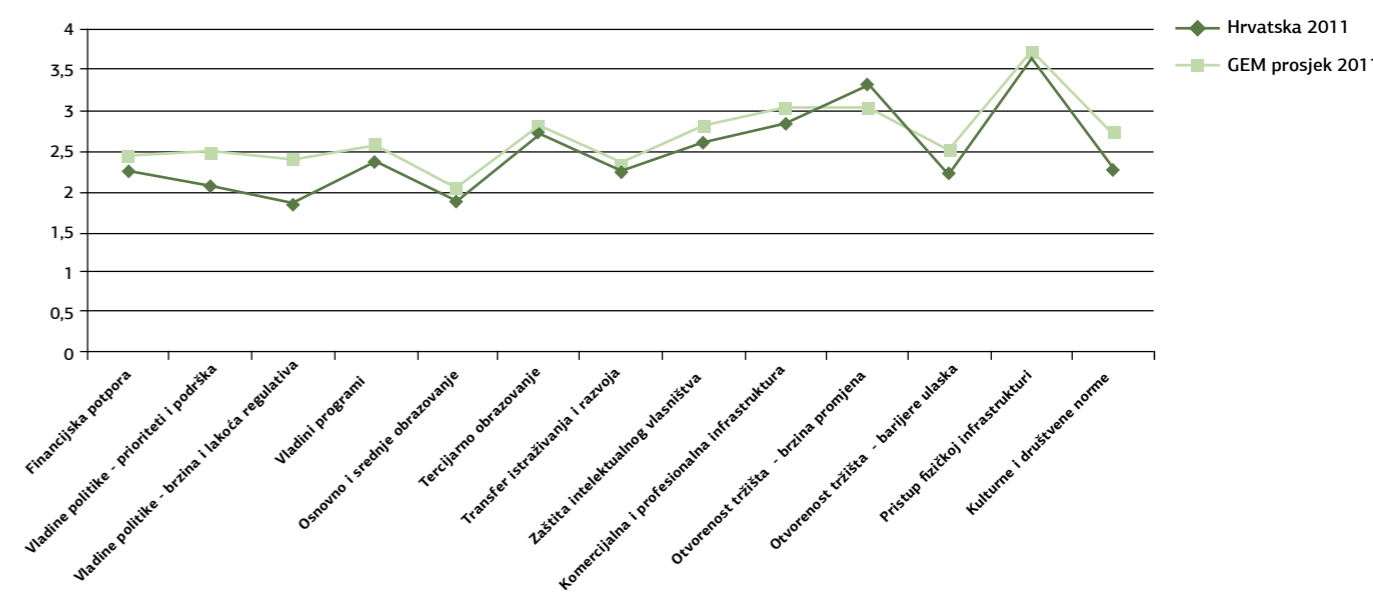
TABLICA 54
PROSJEČNA OCJENA ZA OKOLINU U KOJOJ SE DOGAĐA PODUZETNIČKA AKTIVNOST ZAPOSLENIKA U HRVATSKOJ I PROSJEK ZA GEM ZEMLJE, 2011.

Elementi poduzetničke okoline	Hrvatska	GEM prosjek	Najviše ocjene
Poduzetničko ponašanje zaposlenih – korporativna potpora poduzetničkom ponašanju	2,87	2,95	3,77 Singapur
Poduzetničko ponašanje zaposlenih – odlučivanje s vrha prema dnu	4,06	3,82	4,3 Grčka*
Neizravne – eksterne društvene determinante poduzetničke aktivnosti	3,44	3,33	4,5 Švedska
Izravne – unutrašnje determinante poduzetničke aktivnosti	2,53	2,57	3,74 Singapur

*sa najvišom razinom hijerarhijskog odlučivanja, Grčka ima i jednu od najnižih stopa poduzetničke aktivnosti zaposlenika (1,3%).

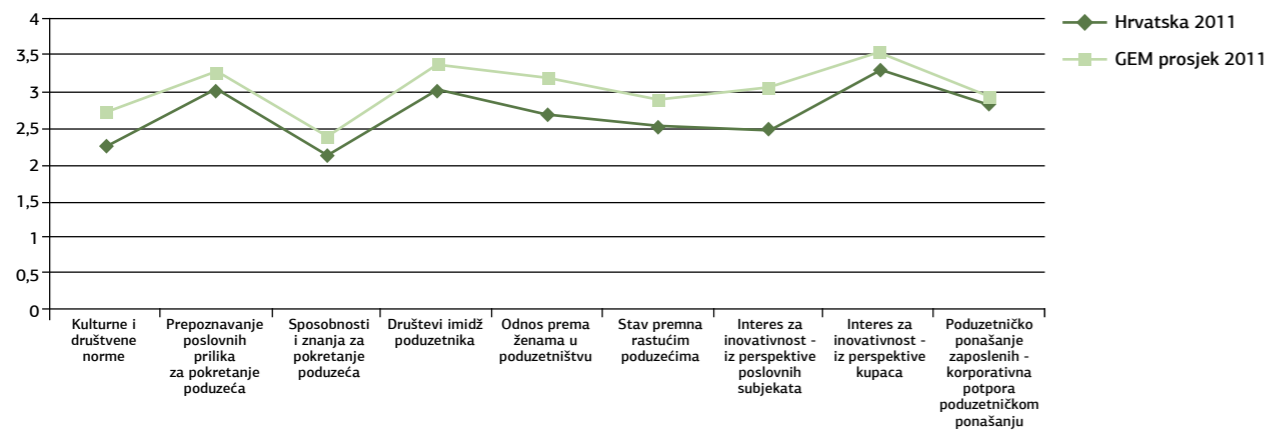
Grafički prikaz odstupanja od prosjeka GEM zemalja (Slika 9 i Slika 10) dopunjuje prethodne komentare i ukazuje na mjesta koja zahtijevaju prioritarnu intervenciju (vladine politike prema regulatornom okviru u kojem djeluju poduzetnici, vladine politike prema prioritetima, barijere koje ograničavaju dinamizam otvorenog tržišta) i konzistentnu, ali dugoročnu intervenciju različitih aktera u promjeni društvenih i kulturoloških normi (obrazovanje, mediji).

SLIKA 9
OCJENE KVALITETE PODUZETNIČKE OKOLINE ZA HRVATSKU I SVE GEM ZEMLJE, 2011



SLIKA 10

OCJENE „MEKIH“ KOMPONENTI PODUZETNIČKE OKOLINE I PODUZETNIČKE DJELOTVORNOSTI ZA HRVATSKU I SVE GEM ZEMLJE, 2011



Za finiju dijagnozu stanja, ali i dobivanje orijentacije na što treba djelovati, potrebno je znati zbog čega je pojedina komponenta dobila dobru ili lošu ocjenu. U tablici 55 prikazano je deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a u Tablici 56 deset najniže ocijenjenih tvrdnji.

TABLICA 55

DESET NAJVIŠE OCIJENJENIH TVRDNJI O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2011.

Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Fizička infrastruktura	Novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup internetu za oko tjedan dana.	4,15
Fizička infrastruktura	Za novo ili rastuće poduzeće nije suviše skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, Internet, itd.).	3,95
Fizička infrastruktura	Fizička infrastruktura (ceste, komunalne usluge, komunikacija, odlaganje otpada) osiguravaju dobru potporu novim i rastućim poduzećima.	3,7
Interes za inovativnost – perspektiva kupca	Inovativnost je cijenjena od strane potrošača.	3,6
Fizička infrastruktura	Novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija).	3,6
Prepoznavanje poduzetničkih prilika	Više je povoljnih prilika za stvaranje novih poduzeća, nego ljudi koji te prilike mogu iskoristiti.	3,58
Eksterni uvjeti koji ubrzavaju poduzetničku aktivnost zaposlenike	Poduzetnici imaju manje socijalne zaštite nego li posloprimci.	3,44
Poslovna i profesionalna infrastruktura	Novim i rastućim poduzećima, lagano je dobiti dobre bankarske usluge (tekući računi, devizne transakcije, akreditivi, i sl.)	3,42
Interes za inovativnost – iz perspektive kupaca	Potrošači vole isprobavati nove proizvode i nove usluge.	3,37
Prepoznavanje poslovnih prilika za pokretanje poduzeća	Postoji mnoštvo dobrih prilika za stvaranje novih poduzeća.	3,35

TABLICA 56

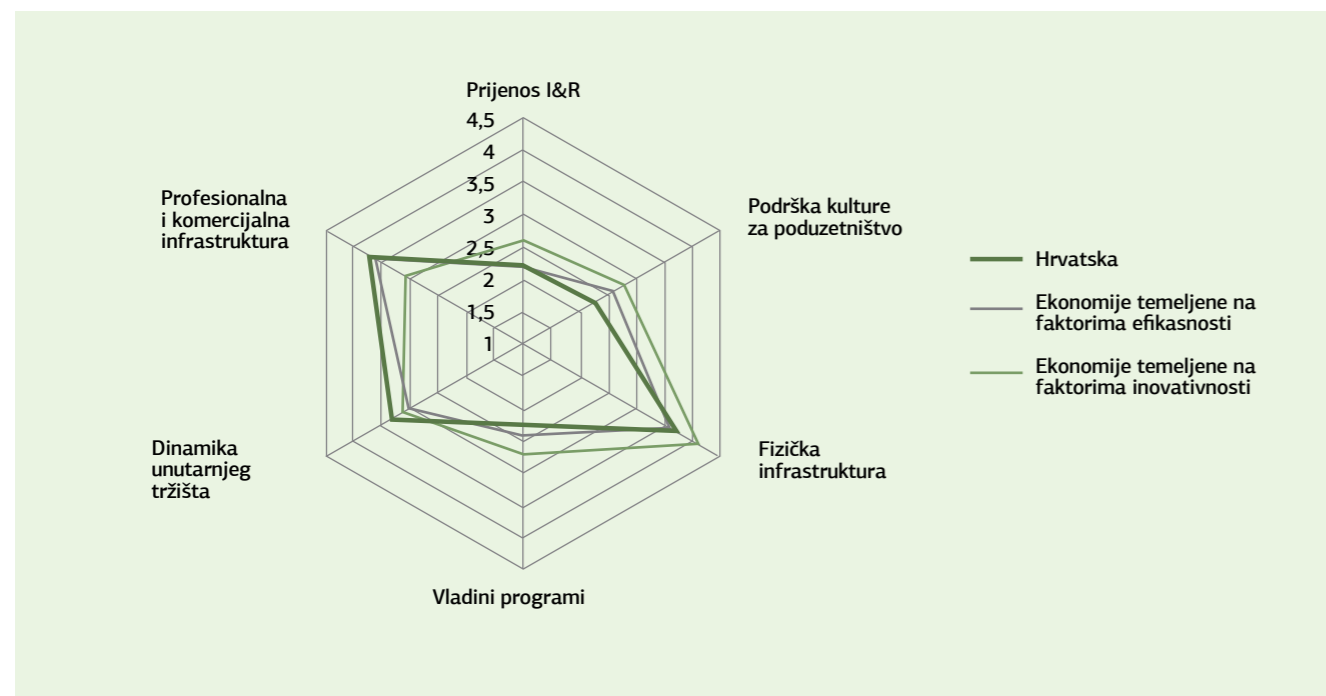
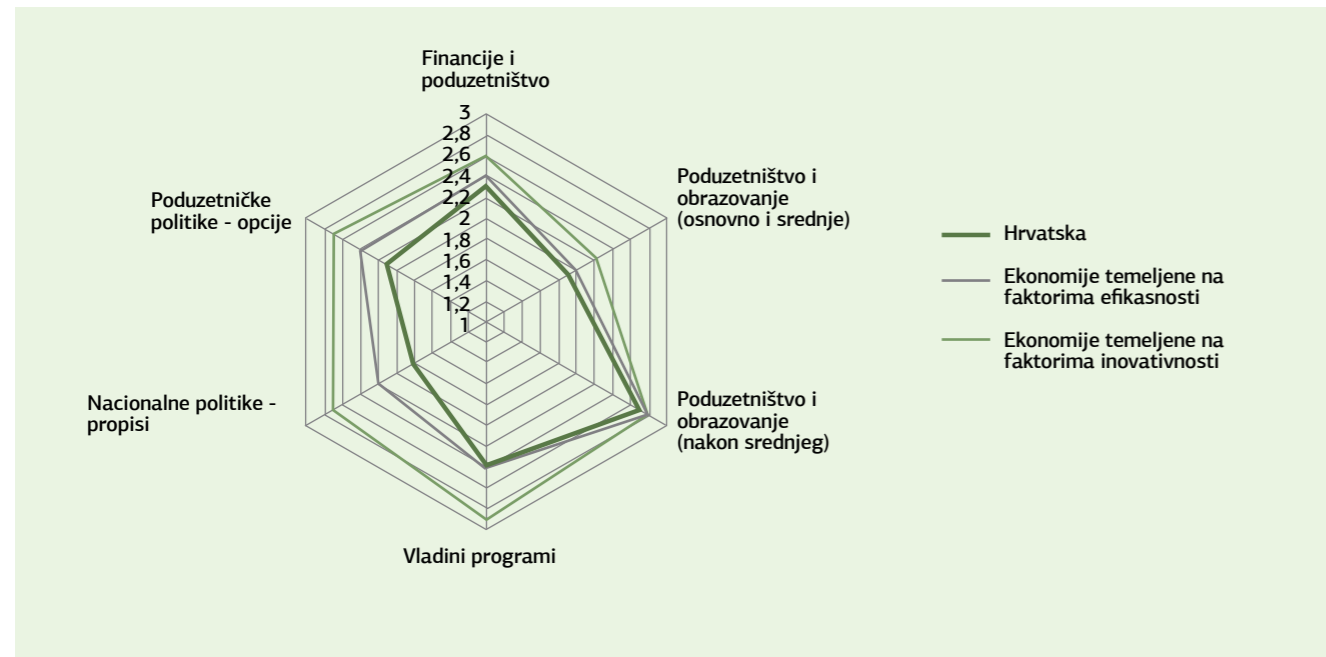
DESET NAJNIŽE OCIJENJENIH TVRDNJI O PODUZETNIČKOJ OKOLINI U HRVATSKOJ, 2011.

Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Vladine politike prema regulatornom okviru	Nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potvrde u roku od tjedan dana.	1,6
Vladine politike prema regulatornom okviru	Novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa birokracijom, pravnim i regulativnim zahtjevima.	1,65
Vladine politike – prioriteta, podrške	Vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) s ustavno daju prednost novim poduzećima.	1,7
Vladine politike prema regulatornom okviru	Visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća.	1,74
Obrazovanje	Osnovno i srednje školsko obrazovanje posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća.	1,79
Vladini programi	Širok raspon vladinih mjera pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobitan kontaktom sa samo jednom agencijom.	1,83
Sposobnosti i znanja za pokretanje poduzetničkog pothvata	Mnogo ljudi zna kako pokrenuti i upravljati brzo rastućim poduzećima.	1,86
Obrazovanje	Osnovno i srednje školsko obrazovanje osigurava adekvatna saznanja o principima tržišnog gospodarstva.	1,88
Pristup novcima	Postoji dovoljno privatnih investitora (osim vlasnika) koji su raspoloživi izvor financijske pomoći novim poduzećima i poduzećima koja rastu.	1,95
Pristup novcima	Zadovoljavajuće su raspoloživi izvori financiranja novih i rastućih poduzeća poput emisije dionica i drugih vrijednosnih papira.	2

Deset najniže ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u 2011. godini nisu novina, većina tih tvrdnji bila je i u prethodnim godinama. To također dodatno, ali i ponovljeno, upozorava na potrebu intervencija (npr. da vladine mjere i politike ne daju sustavno podršku rastućim poduzećima, da su nova poduzeća diskriminirana u sferi javnih nabavki, da se ništa godinama ne događa na pojednostavljenju regulatorne okoline, da godinama postoji deficit alternativnih financijskih instrumenata za financiranje rasta poduzeća itd.).

Ovakav analitički pristup razlozima neodgovarajuće kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline je neophodan radi definiranja politika i intervencija kojima bi se Hrvatska približila najboljima ne samo u svojoj grupaciji (čiji gospodarski rast se temelji na efikasnosti) nego i zemalja čiji gospodarski rast se temelji na inovativnosti, jer se Hrvatska nalazi u tranziciji prema toj skupini zemalja. Grafički prikazi na slici 11 ukazuju koliko je Hrvatska „udaljena“ po kvaliteti svoje poduzetničke okoline od grupacije zemalja prema kojoj svojim razvojem teži.

SLIKA 11
HRVATSKA IZMEĐU ZEMALJA ČIJI RAST SE TEMELJI NA EFIKASNOSTI I ZEMALJA ČIJI RAST SE TEMELJI NA INOVACIJAMA, OCJENE EKSPERATA, 2011.



Ravnomjeran rast svih komponenti poduzetničke okoline teško je ostvariv, jer se uvijek temelji na 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). „Udaljenost“ Hrvatske od prosjeka zemalja kojoj pripada po svojoj razvojnoj fazi, ali i prosjeka zemalja čiji razvoj se temelji na inovativnosti ponovo potvrđuje i ukazuje da Hrvatska MORA intervenirati prvenstveno u području vladinih politika (prema regulatornom okviru, prema prioritetima) i u području vladinih programa, prije svih drugih intervencija.

5. Zaključci i preporuke

Zaključci – promjene su nužne

Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja

Analiza poduzetničke aktivnosti i kvalitete poduzetničke okoline u razdoblju 2002.-2011. omogućava bolje utemeljene zaključke i preporuke, nego kada je osnovica jedna godina. Deset godina je dovoljno dugo razdoblje u kojem se mogu prepoznati određene zakonitosti i obrasci, ne samo u poduzetničkoj aktivnosti u Hrvatskoj, nego i drugim zemljama, a posebno u onima s kojima se Hrvatska uspoređuje. To omogućava i ocjenu o «udaljenosti» Hrvatske od prosjeka, ili što je još važnije od najboljih, ali i utvrđivanje konteksta u kojem se događa poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj i kod najboljih. To je tada dobra podloga za donošenje preporuka.

Zaključci – promjene su nužne

Provedeno istraživanje omogućava argumentirani zaključak da su promjene nužne. Predugo vremena se ulažu naponi i novci u razvoj poduzetničkog kapaciteta zemlje, ali rezultati su ograničeni. Usporedba Hrvatske sa zemljama čijoj skupini pripada po razvojnoj fazi (zemlje s rastom gospodarstva temeljenog na efikasnosti) pokazuje da je udaljenost od prosjeka (ispod) uglavnom bez značajnih promjena, što znači da ne radimo ništa bolje ili intenzivnije od ostalih. Potrebno je naglasiti sljedeće specifične zaključke:

1. Zabrinjava što Hrvatska završava desetgodišnje razdoblje 2002.-2011. godine s intenzivnijim padom percepcije o poslovnim prilikama, što dovodi do niskog motivacijskog koeficijenta (prevelik broj onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog nužde a ne zbog uočene prilike), s većim strahom od promašaja, i dalje s nedostatnim učestvima rastućih poduzeća i vrlo «tankom» osnovicom odraslih poduzeća – po čemu je Hrvatska ispod prosjeka usporedne skupine zemalja. Nizak postotak obnavljanja poslovnih pothvata upućuje na *status quo*, pri čemu je gospodarska struktura u značajnoj mjeri «talac» pothvata koji su pokrenuti zbog nužde (nemaju dugoročnu perspektivu, nisu temeljeni na uočenoj prilici, bez dobre pripremljenosti onih koji su pokrenuli takav pothvat) i preživljavaju bez značajnijeg doprinosa niti stvaranju nove vrijednosti niti novog zapošljavanja. «Odrasla» poduzeća bez novih proizvoda, s niskom internacionalizacijom i niskim očekivanjem novog zapošljavanja još više smanjuju razvojni kapacitet gospodarstva. To rezultira gubitkom proaktivnog kapaciteta gospodarstva, ali otvara i pitanje djelotvornosti dosadašnje politike i ulaganja u podršku razvoju malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj.
2. Percepcija o prilikama je početni «okidač» za stvaranje namjere poduzetničkog djelovanja, a u Hrvatskoj je percepcija o prilikama niska, a niže pokazatelje imaju samo Grčka, Španjolska i Portugal.
3. Medijska pažnja poduzetništvu u Hrvatskoj je značajnije niža i u grupi europskih zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti, ali i zemalja EU čija gospodarstva se temelje na inovacijama – jedina zemlja s nižom medijskom pažnjom je Grčka!
4. Hrvatska ima i najmanji broj onih koji misle da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status, uspoređujući stavove ispitanika u zemljama EU, što ponovo potvrđuje izvjesni kulturološki problem u čijem rješavanju značajnu ulogu trebaju imati obrazovni sistem i mediji.

5. Ovakvo stanje upozorava da doprinos novih poduzetničkih pothvata u Hrvatskoj ne stvara onu razinu bruto domaćeg proizvoda koja bi se mogla očekivati da se radi o pothvatima koji su više temeljeni na prepoznatim prilikama i na većoj pripremljenosti ljudi koji ulaze u poslovne pothvate.
6. Po poduzetnoj aktivnosti zaposlenika Hrvatska je iznad prosjeka usporedne skupine zemalja, odnosno bliža je prosjeku zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama. To je skriveni poduzetnički kapacitet o kojem bi prvenstveno trebali voditi računa poslodavci.
7. Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti pokazuje lagani pad nadmoćnosti muškaraca (ali Hrvatska još uvijek ima iznadprosječnu zastupljenost muškaraca u odnosu na prosjek usporedne skupine zemalja), pad učešća mladih u poduzetničkoj aktivnosti (više od prosjeka usporedne skupine) i značajnu regionalnu neravnotežu koja samo potvrđuje i ostale pokazatelje razvijenosti (BDP po stanovniku, (ne)zaposlenost, obrazovanost).
8. Poduzetnička aktivnost se događa u okolini koja je u Hrvatskoj još uvijek više ograničavajuća nego stimulirajuća. Mnoge institucije su prozване stanjem u poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske. To nije samo odgovornost jednog ministarstva, nego brojnih ministarstava (poduzetništva, gospodarstva, obrazovanja, znanosti, pravosuđa, rada), agencija i drugih institucija (sveučilišta, škola, financijskih institucija, udruga, asocijacija, medija).

Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja

Poduzetnička aktivnost rezultat je interakcije prepoznatih prilika, pouzdanja u kompetencije, namjere i odluke neke osobe da pokrene poduzetnički pothvat s poduzetničkom okolinom. Zbog toga su i preporuke usmjerene ka pojedincima – nositeljima poduzetničke aktivnosti i institucijama – nositeljima promjena u kvaliteti poduzetničke okoline.

Preporuke za individualne nositelje poduzetničke aktivnosti: više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti za osobne izbore/odluke:

1. Budući da je poduzetnička kompetencija jedna od osam cijeloživotnih kompetencija koju svatko od nas 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.
2. Komplementarno, svaki pojedinac se treba pobrinuti za stjecanje takve kompetencije korištenjem drugih izvora neformalnog učenja.
3. Nezadovoljstvo svojom kvalitetom života treba pretvoriti u poduzetnički izazov razmatranjem samozapošljavanja, uz prethodno stjecanje odgovarajuće razine poduzetničke kompetencije.

Preporuke za institucije – nositelje odgovornosti za kvalitetu poduzetničke okoline: više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti prema građanima:

1. Suradnja i istovremenost: na razini ministarstava neophodna je usklađenost politika, strategija, programa, instrumenata – korištenjem principa otvorene koordinacije. 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.
2. 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.
3. Pokrenuti državni fond rizičnog kapitala, za financiranje inovativnih i rastućih malih i srednjih poduzeća i osigurati porezne olakšice za one koji djeluju kao poslovni anđeli.
4. Razviti i primjenjivati sistem praćenja i vrednovanja vladinih politika i programa i osigurati javnu dostupnost takvih informacija.
5. 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).
6. 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 u području onih koje doprinose smanjenju poslovnih promašaja (uočavanje prilike, kompetencije, financijska pismenost) i onih koje doprinose povećanju konkurentnosti i internacionalizacije (dizajn, financijska pismenost, upravljačka osnaženost, *competitive intelligence*...), jer brojnost institucija ne rješava problem nedostatka kvalitetnih usluga poduzetnicima.
7. Mediji i obrazovanje moraju prepoznati svoju ulogu i odgovornost za nisku razinu društvenih i kulturoloških normi u odnosu na vrednovanje poduzetničkog djelovanja i na tome oblikovati svoje programe i aktivnosti.

Literatura i reference:

- Autio, E. (2007). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship. London, U.K: London Business School; and Babson Park, MA: Babson College.
- Bosma, N. and R. Harding: Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results (2007). London Business School and Babson College
- Bosma, N., Wennekers, S., Amorós Ernesto J.(2012), Global Entrepreneurship Monitor 2011, Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe,
- Kelley, D.J., Singer, S., Herrington, M. (2012). The Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Global Report, Babson, Universidad del Desarrollo, University Tun Abdul Razak
- Levie, J. (2010). The IIP Innovation Confidence Indexes 2009 Report, University of Strathclyde, Business School
- Nacionalno vijeće za konkurentnost (2004): 55 Preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske, Zagreb
- Porter, M.E., Sachs, J.J., and McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In The Global Competitiveness Report 2001-2002, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab. New York, NY: Oxford University Press
- Reynolds, P, W. Bygrave, E. Autio, L. Cox, and M. Hay (2002). Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report, Babson College, Kauffman Foundation, London Business School
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005) Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003; Small Business Economics, Vol. 24; No.3:205-231
- Schwab, K. (ed) (2011). The Global Competitiveness Report 2011-2012, 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>
- Singer, S. (ur), Alpeza, M. (ur); Eterović, D., Oberman, M., Oberman Peterka, S., Pfeifer, S. Šarlija, N.; Tomić, J. (2011) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2011., CEPOR, Zagreb
- Singer, S. (ur), Lenardić, M. (ur). (2011) Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2010, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb
- 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

Timmons, J. A. (2004) *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st. Century.* 5th Ed., McGraw Hill, New York USA.

Timmons, J. A., Spinelli, S. (2009) *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st. Century.* 8th Ed., McGraw Hill, New York USA.

Baze podataka

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2012): Priopćenje 12.1.2.
http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/12-01-02_01_2012.htm

Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, www.dzs.hr

Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2001., Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, www.dzs.hr

Hrvatski zavod za zapošljavanje, Godišnjak 2011., http://www.hzz.hr/DocSlike/HZZ_GODISNJAK_2011.pdf

Indeks razvijenosti, Ministarstvo regionalnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva .), www.mrrsvg.hr

Međunarodni monetarni fond – podaci o bruto domaćem proizvodu zemalja uključenih u GEM istraživanje
<http://www.imf.org/external/data.htm>

Dokumenti Europske unije

Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, European Commission, Brussels, 2010.
http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm

Green Paper - Entrepreneurship in Europe, Commission Of The European Communities, Brussels, 2003.
http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/index.htm

Competitiveness and Innovation Framework Programme (2007-2013), Commission Of The European Communities Brussels, 2005. str. 89, http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/cip/index_en.htm

Lisbon European Council, 23 and 24 March 2000, Presidency conclusions, http://www.europarl.eu.int/summits/lis1_en.htm

Unemployment rate by age group, under 25, 2011 <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/graph.do?tab=graph&plugin=1&language=en&pcode=tsdec460&toolbox=type>

Radovi članova istraživačkog tima u kojima se referira na GEM istraživanja:

Oberman Peterka, Sunčica, Delić, Anamarija, Wilhelm, Oto. (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, Eldin (ur.). Sarajevo: University of Sarajevo, School of Economics and Business

Delić, Anamarija; Alpeza, Mirela; Oberman Peterka, Sunčica. (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, prof.dr.sc. Slavica Singer; prof.dr.sc. Anka Mašek Tonković; prof.dr.sc. Dražen Barković; prof.dr.sc. Malgorzata Gajos (ur.). Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, 2012.

Pfeifer, Sanja; Šarlija, Nataša. The Relationship between Entrepreneurial Activities, National and Regional Development and Firm Efficiency - GEM based evidence from Croatia. (2010). The Journal of Entrepreneurship, 19,1

Singer, Slavica; Oberman Peterka, Sunčica. From ignoring to leading changes - what role do universities play in developing countries? (Case of Croatia) (2010). Ekonomski vjesnik, časopis Ekonomskog fakulteta u Osijeku. XXIII (2010), 2

Singer, Slavica; Delić, Anamarija; Perić, Julia; Eterović, Danica (2009). Strategija poticanja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, (ekspertiza).

Pfeifer Sanja, Oberman Peterka, Sunčica, Jeger, Marina, Entrepreneurship education in Croatia (2008). International conference on Economics, Law and Management, University of Tirgu Mures

Pfeifer S., Oberman Peterka S., Jeger M., Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area (2007) ICSB 2007, Conference proceedings Turku, Finska

Borozan, Đ. i I. Barković (2006): Gender Differences in Perceiving Entrepreneurial Activities, Review of Business Research, vol. VI, br. 1, pp. 72-77.

Borozan, Đ. (2006) Implications of EU Enlargement on FDI Inflows in the Central and Eastern Europe, Comparative Law Review, Vol. 13:33-53 (in print)

Singer, S., S. Oberman Peterka (2006) Entrepreneurship across campus: How far Croatian universities are from it?, PODIM, Maribor

Šarlija, N., M. Benšić; M. Zekić-Sušac (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.3:133-150.

Borozan, Đ; I. Barković (2005) Creating Entrepreneurial Environment for SMEs Development: The Case of Croatia, Silicon Valley Review of Global Entrepreneurship Research, Vol. 1:44 - 55.

Borozan, Đ; I. Barković, J. Maliszewska-Nienartowicz (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; S. Pfeifer (2005) Unveiling Croatian International Competitiveness through Export Performance, Studia Negotia, 1:102-115.

Pfeifer, S; N. Šarlija (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, S. et al (2005) Strategija razvoja Osječko-baranjske županije: od vizije do primjene, od primjene do vizije, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku

Barković, I; Đ. Borozan (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. 63:128-145.

Barković, I; Đ. Borozan (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, 1-2:99 -122.

Borozan, Đ. (2003) Unfavorable Financial Performance of SMEs in the Osijek-Baranja County: Expectation Gap, Conference Proceeding "Advancing Entrepreneurship and Small Business", International Council for Small Business, Belfast, UK

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, United Nations, Economic and Social Council, Economic Commission for Europe, Geneva

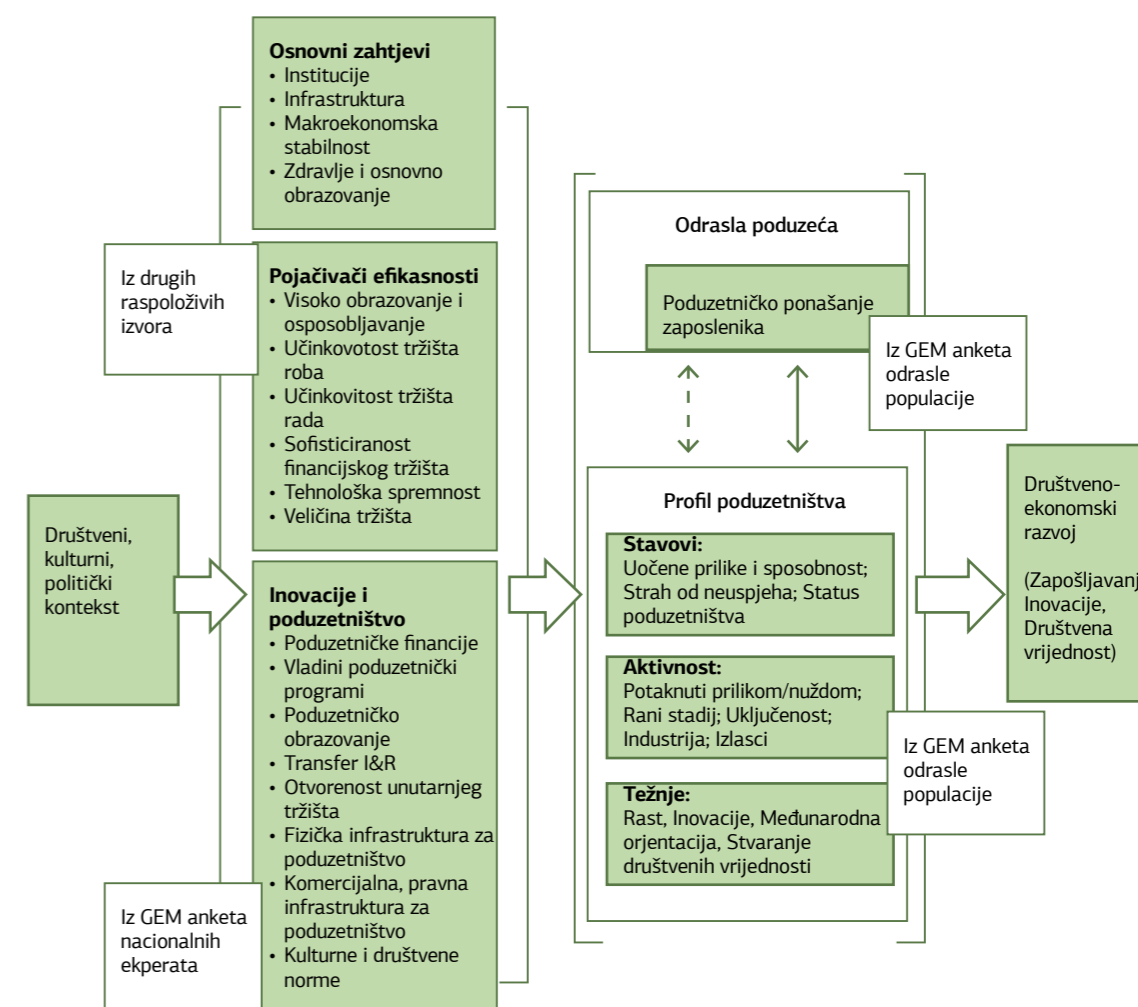
Singer, S., J. Gillman (2003) How to Develop Entrepreneurship Education at Non-entrepreneurial Universities?, 48th World Conference «Advancing Entrepreneurship and Small Business», the latest research, policy and best practice world-wide, Belfast, Northern Ireland (Conference Proceedings of Abstracts and CD with full papers)

Singer, S., Ž. Turkalj, M. Medić (2001) Business Development Services Market in Croatia, Proceedings, International Conference Enterprise in Transition: Competitiveness, Restructuring and Growth, Split-Hvar

Prilog 1

Konceptualni okvir i metodologija

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru u kojem se pretpostavlja komplementarnost različitih uvjeta (od temeljnih do onih koji podržavaju inovativnost i poduzetništvo) i njihova interakcija s individualnim intencijama, atributima i ponašanjima, o kojoj ovisi sposobnost nekog nacionalnog gospodarstva da ostvari prosperitet na razini pojedinca i zajednice:



Izvor: Bosma, N. , Wennekers S. and Amoros, J.E.: Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe, 2012, str. 22

GEM istraživanje bazira 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 baza podataka.

Uzorak odrasle populacije

Najznačajni skup podataka u GEM istraživanju dobiven je anketiranjem odrasle populacije. Svake godine se na slučajnom uzorku odrasle populacije, primjenom 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 „lice u lice“, a od 2005. godini provodi se telefonsko prikupljanje podataka.

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 GEM koordinacijskom timu (London Business School i Babson College) koji je zadužen za nadzor kvalitete podataka i harmonizaciju podataka. U postupku harmonizacije podataka, težine u uzorku se prilagođavaju s obzirom na strukturu po spolu i dobi u skladu s bazom podataka US Census International Population Data Base.

STRUKTURA UZORKA S OBIROM NA SPOL I DOB, U % - 2011.

Ukupan uzorak ispitanika		2011.
Spol	Žene	61,4
	Muškarci	38,6
Dob	< 18	-
	18-24	10,2
	25-34	19,5
	35-44	23,9
	45-54	23,6
	55-64	22,9
	65-98	-

Uzorak eksperata

Kao drugi relevantan izvor podataka u istraživanju poduzetničke aktivnosti koriste se stavovi i mišljenja eksperata prikupljeni kroz standardizirani upitnik sastavljen od nekoliko grupa tvrdnji koje se odnose na devet komponenti iz okvira poduzetničkih uvjeta:

- Pristup novcima
- Vladine politike
- Vladini poduzetnički programi
- Poduzetničko obrazovanje
- Transfer istraživanja i razvoja
- Otvorenost unutarnjeg tržišta
- Fizička infrastruktura za poduzetništvo

- Komercijalna i pravna infrastruktura za poduzetništvo
- Kulturne i društvene norme

Analiziranjem tako prikupljenih podataka kvantificiraju se stavovi eksperata te se na taj način mjeri percepcija odabranih komponenti poduzetničke okoline u državi. Uzorak eksperata izabire se na temelju njihove reputacije i iskustva i kao takav ne predstavlja reprezentativan uzorak eksperata iz područja poduzetništva. Najmanji broj eksperata mora biti 36, odnosno 4 eksperta po jednoj komponenti poduzetničke okoline. Harmonizirana baza podataka, koju izrađuje GEM koordinacijski tim, koristi se za izradu nacionalnih izvještaja.

Standardizirani međunarodni skup podataka

Kako bi se uspostavila i ispitala veza između stupnja poduzetničke aktivnosti u svakoj državi i temeljnih makroekonomskih uvjeta (institucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost, zdravlje i primarno obrazovanje), u GEM istraživanju prikupljaju se različiti standardizirani podaci dobiveni iz međunarodnih izvora podataka kao što su Svjetska Banka, Međunarodni monetarni fond, OECD i Ujedinjeni narodi. GEM koordinacijski tim zadužen je za prikupljanje svih tih podataka, a nacionalnim timovima su ti podaci na raspolaganju za sve zemlje uključene u GEM istraživanje.

Prilog 2

EKSPERTI ZA OCJENU KVALITETE PODUZETNIČKE OKOLINE KOJI SU SUDJELOVALI U GEM ISTRAŽIVANJU 2011.

No	Prezime i ime	Funkcija	Institucija
1	Alfirević Nikša	sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
2	Alpeza Mirela	direktorica	Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva - CEPOR
3	Anić Antić Paško	glavni urednik časopisa	Računovodstvo i porezi u praksi
4	Bakula Goran	gospodarski savjetnik	Nezavisni hrvatski sindikati
5	Bošnjak Marijana	direktorica	Kinematografi Osijek
6	Brekalo Mario	Direktor Komercijalnog centra Požega	Podravska banka dd
7	Brusić Anny	direktorica Udruge malih i srednjih poduzetnika	Hrvatska udruga poslodavaca
8	Buljan Anita	direktorica regije Dalmacija Zagora	Splitska banka
9	Burić Dubravica Sandra	savjetnik direktora	Regionalna razvojna agencija Šibensko-kninske županije
10	Carić Antun	pomoćnik direktora	Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije - HAKOM
11	Ćorić Gordana	predavačica poduzetništva, savjetnik, direktor poduzeća	Vern/Festina lente
12	Dabić Marina	sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Zagreb
13	Friganović Ruđer	državni tajnik	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
14	Heder Efke	ravnateljica	SEECCEL (South East European Centre For Entrepreneurial Learning)
15	Iličić Vida	direktorica	poduzetnički centar Pakrac
16	Jeren Ivan	direktor	Končar - niskonaponske sklopke i prekidači d.o.o
17	Kovačević Tomislav	predsjednik uprave	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo - HAMAG
18	Kraljić Tihana	državna tajnica	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
19	Kristić Nikola	predsjednik upravnog odbora	Transparency International Hrvatska
20	Krneta Mira	voditeljica područnog ureda za Dalmaciju	Hrvatska banka za obnovu i razvoj
21	Lauc Ante	sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet u Osijeku
22	Lauc Boris	direktor Regionalnog centra Osijek	FINA

23	Lučić Dražen	ravnatelj	Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije - HAKOM
24	Meštrović Mladen	konzultant	Dekaform d.o.o.
25	Miling Kornela	stručni suradnik	Hrvatska gospodarska komora, Županijska komora Osijek
26	Mršić Antonija	voditelj Odjela za kolaborativno istraživanje i razvoj	Poslovno-inovacijski centar Hrvatske-BICRO d.o.o.
27	Obad Dubravka	savjetnik, direktor	Konto Obad d.o.o.
28	Oberman Tomislav	direktor	Hidrokonzalt d.o.o.
29	Pečnik Bojan	vlasnik poduzeća, stručni suradnik	Hipersfera d.o.o., REDEA
30	Pekić Natalija	direktorica	Studio Karizma d.o.o.
31	Perica Lang Marina	načelnica Sektora za provedbu	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
32	Polić Dinko	voditelj projekata	Hrvatske vode
33	Prežigalo Ladislav	pročelnik	Gradski ured za gospodarstvo, rad i poduzetništvo, Zagreb
34	Pureta Tanja	direktorica, savjetnik	Ramiro d.o.o.
35	Polanec Marinović Sandra	voditeljica odjela za promicanje ulaganja	REDEA, regionalna razvojna agencija Međimurije
36	Radman Goran	dekan	Veleučilište Vern
37	Rakušić Spomenka	načelnica Sektora za Upravljanje Operativnim programom	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
38	Stojić Hrvoje	direktor	Odjel ekonomskih istraživanja, Hypo Alpe Adria Bank
39	Šerić Tomislav	direktor poduzetničkog inkubatora	BIOS
40	Šonje Velimir	direktor	Arhivanalitika d.o.o.
41	Štefanić Ivan	direktor poslovnog inkubatora	TERA
42	Štimac Dubravko	predsjednik uprave	PBZ Croatia osiguranje d.d. za upravljanje obveznim mirovinskim fondom
43	Varga Stjepko	savjetnik uprave za tehnologiju i razvoj	Perpetuum mobile d.o.o.
44	Vidović Davorka	istraživač	Centar za politološka istraživanja

Prilog 3

POPIS GEM TIMOVA I SPONZORA, 2011

Title	Location	Coordination Team Members
GERA - Executive Director	Graduate School of Business – University of Cape Town	Mike Herrington
GERA -Administrative Manager	London Business School	Chris Aylett
GERA - Research Consultant	Utrecht University	Niels Bosma
GERA - NES Coordinator	Instituto de Empresa, Business School, Madrid	Alicia Coduras Martinez
GERA - Press & Media Manager	Babson College	Marcia Cole
Professor and Bobby B. Lyle Chair in Entrepreneurship	Cox School of Business - Southern Methodist University (SMU)	Maria Minniti
GERA - Data Consultant	Babson College	Jeff Seaman
GERA - APS Data Manager	GERA	Yana Litovsky
GERA - New Team Recruitment	Hawaii Business and Entrepreneur Acceleration Mentors - HiBEAM	Bee Leng Chua
GERA - USAID Grant Manager		Genevieve Brown
GERA - Administrative Assistant		Ingrid Blake
GERA APS consultant	City University of New York, ActKnowledge, New York	Bryce Dubois

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor	Contact
Algeria	CREAD	Abedou Abderrahmane Bouyacoub Ahmed Kherbachi Hamid Cherrad Salah Eddine Setti Zakia	German Development Cooperation (Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit, GIZ)		a.abedou@cread.edu.dz
Argentina	IAE - Business School	Silvia Torres Carbonell Aranzazu Echezarreta Juan Martin Rodriguez Hector Rocha	Banco Santander Rio Buenos Aires City Government	MORI Argentina	scarbonell@iae.edu.ar
Australia	Queensland University of Technology	Per Davidsson Paul Steffens Michael Stuetzer	The Australian Centre for Entrepreneurship Research, QUT	Q&A Market Research	per.davidsson@qut.edu.au

Bangladesh	International Islamic University Chittagong	Mohammed Shamsul Karim Shamim Uddin Khan Abul Kalam Azad Abbas Ali Khan Sirajuddowla Shaheen Syed Md. Ather S.M. Shafiqul Islam A. J. M. Nuruddin Chowhdury ANM Meshquat Uddin M. Tahlil Azim Jerry Nicholson Md. Musharrof Hossain Md. Moazzam Husain Mark Hart	USAID (United States Agency International Development) Aston University	Org-Quest Research Limited	karimms@aston.ac.uk mshamsulkarim@yahoo.com
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton Donley Carrington Jeannine Comma Paul Pounder	International Development Research Centre (IDRC)	Systems Consulting Ltd.	marjorie.wharton@cavehill.uwi.edu
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Mathias Cobben Jacob Vermeire	STOIO (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and International Entrepreneurship) EWI (Department of Economy, Science and Innovation)	Dedicated Research	jan.lepoutre@vlerick.com
Bosnia & Herzegovina	Center for Entrepreneurship Development Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanić Rasim Tulumović Mirela Arifović Slađana Simić Aziz Šunje Slobodan Marković Zdenko Klepić Selma Poljić	Federal Ministry of Development, Entrepreneurship and Crafts Ministry of Development and Entrepreneurship of Tuzla Canton Municipality of Tuzla BIT center Tuzla Independent Development Bureau Modriča Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	IPSOS d.o.o. Sarajevo	office@cerpod-tuzla.org
Brazil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	Simara Maria de Souza Siveira Greco César Rissete Eduardo Camargo Righi Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia Duarte Gilberto Sarfati Joana Paula Machado Júlio César Felix Laura Pansarella Marcelo Aídar Mario Tamada Neto Rene Rodrigues Fernandes Romeu Herbert Friedlaender Jr. Tales Andreassi	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae Serviço Social da Indústria – SESI – Departamento Regional do Paraná Universidade Federal do Paraná – UFPR Instituto de Tecnologia do Paraná – Tecpar Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas – FGV-EAESP	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda. Bonilha Pesquisa	simara@ibqp.org.br
Chile	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Carlos Albornoz Gianni Romani	InnovaChile Corfo SOFOFA (Federation of Chilean Industry) Endeavor Chile	Opina S.A.	eamoros@udd.cl
China	Tsinghua University	Gao Jian Qin Lan Jiang Yanfu Cheng Yuan Li Xibao	School of Economics and Management, Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.	gaoj@sem.tsinghua.edu.cn

Colombia	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira Fabian Osorio Alberto Arias	Centro Nacional de Consultoría	fpereira@javerianacali.edu.co	
	Universidad del Norte	Liyis Gómez Núñez Ph.D Piedad Martínez Carazo Ph.D			
	Universidad Icesi	César Figueroa Socarrás Rodrigo Varela Villegas Ph.D			
	Universidad de los Andes	Luis Miguel Álvarez Vanegas Juan David Soler Libreros Raúl Fernando Quiroga Marín Rafael Augusto Vesga Fajardo Diana Carolina Vesga			
Croatia	J.J. Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics CEPOR - SMEs and Entrepreneurship Policy Center, Zagreb	Puls d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
Czech Republic	University of Economics, Prague	Martin Lukes Martina Jakl	Ministry of Industry and Trade	Factum Invenio	lukesm@vse.cz martina.jakl@vse.cz
Denmark	University of Southern Denmark	Thomas Schött Torben Bager Poul Rind Christensen Kim Klyver Ann H. Clarke Majbritt Rostgård Evald Kent Wickstrøm Jensen Jesper Pihl Kristin B. Munksgård Heidi R. Nielsen Mette S. Nielsen Pia S. Nielsen Mahdokht Sedaghat Mohammad Reza Zali Jonathan Levie Mick Hancock Shahamak Rezaie	Capacent Epinion	Catinet	tsc@sam.sdu.dk
Finland	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy	anne.kovalainen@utu.fi
France	EMLYON Business School	Alain Fayolle Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA	rousson@em-lyon.com
Germany	Leibniz Universität Hannover Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Rolf Sternberg Udo Brixy Arne Vorderwülbecke	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie, Leibniz Universität Hannover	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de
Greece	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou	National Bank of Greece	Datapower SA	ioannides@iobe.gr

Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Hugo Maúl Jaime Díaz Irene Flores David Casasola Mónica de Zelaya Lisardo Bolaños	Universidad Francisco Marroquin	Khanti, S.A.	rmaul@ufm.edu
Hungary	University of Pécs Faculty of Business and Economics	Laszlo Szerb József Ulbert Attila Varga Gábor Márkus Attila Petheő Dietrich Péter, Zoltán J. Ács Siri Terjesen Saul Estrin Ruta Aidis	OTKA Research Foundation Theme number K 81527 Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest Start Tőkegarancia Zrt	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény- kutató Intézet	szerb@ktk.pte.hu
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan Nezameddin Faghhi 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	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs, Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)		abazarga@ut.ac.ir
Ireland	Fitzsimons Consulting Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfas	IFF	paula@fitzsimons-consulting.com
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Patrice Farquharson Mauvalyn Bowen Vanetta Skeete Reginald Nugent Horace Williams Joan Lawla Orville Reid	IDRC (International Development Research Centre) University of Technology, Jamaica	KOCI Market Research and Data Mining Services	gboodraj@gmail.com
Japan	Keio University	Takehiko Isobe	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co., Ltd (SSRI)	isobe@kbs.keio.ac.jp
Republic of Korea	Gyeongnam National University of Science and Technology (GnTech)	Sung-sik Bahn Sanggu Seo Kyung-Mo Song Dong- hwan Cho Jong- hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA) Kumwoo Industrial Machinery, Co. Hanaro Tech Co., Ltd. Korea Aerospace Industries, Ltd (KAI) Taewan Co., Ltd.	Hankook Research Co	ssbahn@gntech.ac.kr
Latvia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Marija Krumina Vyacheslav Dombrovsky Anders Paalzow Alf Vanags	TeliaSonera AB	SKDS	olga@biceps.org
Lithuania	International Business School at Vilnius University	Mindaugas Lauzikas Erika Vaiginiene Aiste Miliute Vikinta Rosinaite Skaiste Batuleviciute	International Business School at Vilnius University Enterprise Lithuania Lithuanian Ministry of Economy	RAIT Ltd.	mindaugas.lauzikas@gmail.com

Malaysia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Leilanie BT Mohd Nor Mohar Bin Yusof Dewi Amat Sapuan Noorseha Binti Ayob Mohd Hanif bin Mohd Helmi	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my xsroland@gmail.com
Mexico	Tecnológico de Monterrey	Mario Adrian Flores Marcia Campos Elvira Naranjo Natzin López	Tecnológico de Monterrey Campus León Rectoría de Escuelas Nacionales de Posgrado EGADE Business School y EGAP	Alduncin y Asociados	adrian.flores@itesm.mx
Netherlands	EIM Business & Policy Research	Jolanda Hessels Peter van der Zwan Sander Wennekers André van Stel Roy Thurik Philipp Koellinger Ingrid Verheul Niels Bosma	Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation	Stratus	joh@eim.nl
Nigeria	TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development Business School Netherlands Nigeria	Rilwan Aderinto Tunde Popoola Luqman Olatokunbo Obileye Abubakar Sadiq Kasum Lere Baale	USAID (United States Agency International Development) TOMEB Foundation for Sustainability & Youth Development MarketSight Consultancy Limited Business School Netherlands Nigeria	MarketSight Consultancy Limited	graderinto@yahoo.co.uk
Norway	Bodø Graduate School of Business	Erlend Bullvåg Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Eirik Pedersen	Innovation Norway Ministry of Industry and Trade Bodø Innovation Center Bodø Graduate School of Business	Polarfakta	erlend.bullvaag@uin.no
Pakistan	Center for Entrepreneurial Development, IBA, Karachi	Sarfraz A. Mian Zafar A. Siddiqui M. Shahid Qureshi Shahid R. Mir Moeid Sultan	Institute of Business Administration (IBA), Karachi USAID (United States Agency International Development)	Oasis International	sarfraz.mian@oswego.edu
Panama	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) Panama and City of Knowledge Foundation	Federico Fernández Dupouy Manuel Lorenzo Andrés León Manuel Arrocha	The Authority of the Micro, Small and Medium Enterprises IPSOS	IPSOS	federico.fernandez@iesa.edu.pa mlorenzo@cdspanama.org
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
Poland	University of Economics in Katowice	Przemysław Zbierowski Anna Tarnawa Paulina Zadura-Lichota Dorota Węclawska Mariusz Bratnicki Wojciech Dyduch Bartłomiej J. Gabryś Rafał Kozłowski Izabella Kozłowska Joanna Pach Iwona Karaś	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice		przemek@zbierowski.pl anna_tarnawa@parp.gov.pl

Portugal	Sociedade Portuguesa e Inovação (SPI) ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	Augusto Medina Luís Reto António Caetano Nelson Ramalho Douglas Thompson Rui Monteiro João Rodrigues Nuno Gonçalves Ana Ribeiro	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)	GfKMetris (Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.)	douglasthompson@spi.pt
Romania	Babeş-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Tünde Petra Petru Annamária Benyovszki Ágnes Nagy István Pete Lehel Györfy Dumitru Măiş Levente Szász Eugenia Măiş	Babeş-Bolyai University of Cluj-Napoca OTP Bank Romania Asociația Pro Oeconomica	Metro Media Transilvania	petra.petru@econ.ubbcluj.ro petrutpetra@yahoo.com
Russia	State University – Higher School of Economics Saint Petersburg University - Graduate School of Management	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko Ekaterina Murzacheva Ekaterina Popovskaya Olga Verkhovskaya Maria Dorokhina Galina Shirokova	State University - Higher School of Economics Saint Petersburg University – Graduate School of Management	Levada-Center	achepurenko@hse.ru
Singapore	Nanyang Technological University	Ho Moon-Ho Ringo Olexander Chernyshenko Chan Kim Yin Alex Lin Rosa Kang LAI Yoke Yong Olwen Bedford Jonathan Phan	Nanyang Technological University NTU Ventures Pte Ltd	Joshua Research Consultants Pte Ltd	homh@ntu.edu.sg
Slovakia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova Zuzana Kovacicova Maria Bohdalova Marian Holienka Jan Rehak Jozef Komornik Peter Starchon	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management National Agency for Development of Small and Medium Enterprises Central European Foundation	Ipsos Tambor SR, spol. s r. o. www.ipsos.sk	anna.pilkova@gmail.com
Slovenia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business	Miroslav Rebernik Polona Tominc Katja Crnogaj	Ministry of Economy Slovenian Research Agency Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS	rebernik@uni-mb.si
South Africa	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Miranda Simrie	Swiss South African Cooperation Initiative (SSACI) South African Breweries (SAB) Small Enterprise Development Agency (SEDA)	Nielsen South Africa	mike.herrington@gsb.uct.ac.za

Spain	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura Universidad Autónoma de Madrid Universidad Autónoma de Barcelona Universidad Miguel Hernández Instituto Vasco de Competitividad Orkestra Universidad de Murcia Confederación de Empresarios de Galicia Universidad de Cantabria Universidad de Navarra/ Servicio Navarro de Empleo Universidad de Zaragoza Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Madrid Emprende	Ricardo Hernández Alicia Coduras Juan Carlos Díaz Isidro de Pablo Yancy Vaillant José Mª Gómez Iñaki Peña Antonio Aragón Araceli de Lucas F. Javier Martínez Martín Larraza Lucio Fuentes Rosa Mª Batista Iñaki Ortega	Fundación Xavier de Salas GEM España	Instituto Opinòmetre S.L.	acoduras@gemconsortium.org alicia.coduras@fgcasal.org
Sweden	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm Per Thulin Kristina Nyström Carin Holmquist Ulrika Stuart Hamilton	Vinnova Confederation of Swedish Enterprise	DEMOSKOP	pontus.braunerhjelm@entreprenorsforum.se
Switzerland	School of Business Administration Fribourg University of Applied Sciences, Lugano ETH Zurich	Rico Baldegger Muriel Berger Andreas Brühlhart Sabine Frischknecht Siegfried Alberton andrea Huber Fredrick Hacklin Onur Saglam Pascal Wild	Kommission für Technologie und Innovation KTI / CTI HEG Haute Ecole de Gestion Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern	rico.baldegger@hefr.ch
Taiwan	National Chengchi University China Youth Career Development Association Headquartere (CYCDA)	Chao-Tung Wen Chang-Yung Liu Su-Lee Tsai Yu-Ting Cheng Yi-Wen Chen Ru-Mei Hsieh Chung-Min Lo Shih-Feng Chou	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs	NCCU Survey Center	jtwen@nccu.edu.tw
Thailand	Bangkok University (CEDI - Creative Entrepreneurship Development Institute)	Pichit Akkrathit Koson Sapprasert Navaphol Viriyakunkit Vichate Tantiwanich Luckxawan Pimsawadi Veerapong Malai Yupana Wiwattanakantang Sarn Aksaranugraha	Bangkok University	TNS Research International Thailand	kossa509@gmail.com sarn33@gmail.com
Trinidad and Tobago	Arthur Lok Jack Graduate School of Business, University of the West Indies	Miguel Carrillo Henry Bailey Abhijit Bhattacharya Marvin Pacheco	International Development Research Centre (IDRC)	Mary King and Associates Ltd.	m.carrillo@gsb.tt
Turkey	Yeditepe University Small and Medium Development	Esra Karadeniz	Yeditepe University Small and Medium Development Organization (KOSGEB)	Akademetre	ekaradeniz@yeditepe.edu.tr

UAE	Institute for Social & Economic Research - Zayed University	Mouawiya Al Awad Constance Van Horne Victor Huang	Khalfa Fund for Enterprise Development - Abu Dhabi - UAE		mouawiya.alawad@zu.ac.ae
United Kingdom	Aston Business School	Mark Hart Jonathan Levie Michael Anyadike-Danes Yasser Ahmad Bhatti Aloña Martiarena Arrizabalaga Mohammed Karim Erkko Autio Liz Blackford Mohammed Shamsul Karim	Department for Business, Innovation and Skills PRIME (The Prince's Initiative for Mature Enterprise) Welsh Assembly Government Invest Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, Strathclyde University Enterprise UK Birmingham City Council	IFF Research Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
United States	Babson College	Donna Kelley Abdul Ali Candida Brush Marcia Cole Gang Hu Mehdi Majbouri Diana Hechavarria Moriah Meyskens Peter Fleming Monica Dean Thomas S. Lyons Joseph Onochie Albert Suhu Ivory Phinisee Edward Rogoff	Babson College Baruch College	OpinionSearch Inc.	dkelley@babson.edu
Uruguay	University of Montevideo	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza Santiago Ramos Lucila Arbolea	University of Montevideo Banco Santander Uruguay	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)	Nunzia Auletta Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Edwin Ojeda		Datanalisis	nunzia.auletta@iesa.edu.ve rebeca.vidal@iesa.edu.ve

Autori



Slavica Singer

Slavica Singer je redovita profesorica strategije i poduzetništva i voditeljica poduzetničkih studija na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Članica je Upravnog odbora Global Entrepreneurship Research Association i voditeljica GEM istraživačkog tima u Hrvatskoj od 2002. godine. Za svoj doprinos razvoju sveučilišnog poduzetničkog obrazovanja sa transdisciplinarnim pristupom i promociju poduzetničkog obrazovanja na međunarodnoj razini profesorici Singer 2008. godine je dodijeljena UNESCO katedra za poduzetništvo. Počasni doktorat od Turku School of Economics, University of Turku, Finska primila je 2010. godine. Profesorica Singer članica je Nacionalnog vijeća za konkurentnost i Rimskog kluba, te je član Upravnog odbora European Council of Small Business.



Nataša Šarlija

Nataša Šarlija je izvanredna 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 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. U razdoblju od 2006. do 2007. godine radila je u Hrvatskoj narodnoj banci kao savjetnik za područje internih rejting sustava u Sektoru bonitetne regulative i nadzora banaka. Područja interesa: modeliranje kreditnih rizika, upravljanje kreditnim rizicima, kreditna analiza, scoring modeli za mala poduzeća, business intelligence.



Sanja Pfeifer

Sanja Pfeifer je redovita profesorica Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomskog fakulteta u Osijeku. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine. Područja njezinog interesa su: menadžment, konkurentnost, kreativnost, strateški menadžment, poduzetnički menadžment, poduzetničke namjere, inovativne metode poučavanja poduzetništva. Sanja je od 2006. godine članica međunarodnih organizacija: Entrepreneurship Research and Education Network - ERENET, te International Council for Small Business - ICSB. Povremeno radi kao konzultant i trener na seminarima Centra za poduzetništvo u Osijeku. U razdoblju 2007-2012. godine voditeljica je projekta financiranog od strane Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta pod nazivom „Transformacija poduzetničkog potencijala u poduzetničko ponašanje.“



Sunčica Oberman Peterka

Sunčica Oberman Peterka je docentica 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, Sunčica je radila 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. Sunčica je članica međunarodnih organizacija International Council for Small Business i European Council of Small Business. Područja 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 J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku
www.ices.hr

ISBN 978-953-7520-02-1
