



Global
Entrepreneurship
Monitor **Croatia**

Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM Hrvatska 2012-2015

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





Global
Entrepreneurship
Monitor **Croatia**

Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2012-2015

AUTORI

Slavica Singer
Nataša Šarlija
Sanja Pfeifer
Sunčica Oberman Peterka

SURADNICI:

Mirna Oberman
Danica Eterović
Oto Wilhelm

SPONZORI

Privredna banka Zagreb
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku
ICES Međunarodni centar za poduzetničke studije
UNESCO Katedra za poduzetničko obrazovanje
Ministarstvo poduzetništva i obrta

Iako su u izradi ove studije korišteni GEM podaci, za njihovu interpretaciju i korištenje odgovorni su isključivo autori.

Sadržaj

Popis tablica	5
Popis slika	6
Predgovor	7
Ukratko o najvažnijem	8
1. Uvod	11
GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja	11
GEM indikatori poduzetničke aktivnosti	13
Međunarodna dimenzija GEM istraživanja	15
O uzorku u Hrvatskoj	16
GEM istraživački tim u Hrvatskoj	17
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj	17
2. Poduzetnička aktivnost Hrvatske – od prilika do pothvata, od pothvata do izlaska iz poduzetničke aktivnosti, u međunarodnoj perspektivi	19
Broj potencijalnih poduzetnika lagano raste, ali presporo	19
Nizak dinamizam poduzetničke strukture	23
<i>Rana („početnička“) poduzetnička aktivnost</i>	<i>23</i>
<i>Malo učešće „odraslih“ poduzeća</i>	<i>27</i>
<i>Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture</i>	<i>28</i>
Malo rastućih poduzeća	30
<i>Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda</i>	<i>30</i>
<i>Još uvijek nedovoljno tržišta „plavog oceana“, ali jačanje internacionalizacije</i>	<i>32</i>
<i>Očekivanja novog zapošljavanja - preoptimistična?</i>	<i>35</i>
Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske	36
3. Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	37
Poduzetnička demografija mijenja se sporo, i po rodosti i po dobi	37
Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji	39
Sektorska rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	40
Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti	41
<i>Osobna karta „regija“</i>	<i>42</i>
<i>Poduzetnička rasprostranjenost po „regijama“ se intenzivira, ali motivi su različiti</i>	<i>48</i>

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 000930135.

ISBN 978-953-7520-06-9

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

4. Poduzetnička okolina	51
Pristup novcima	52
Vladine politike prema poduzetništvu	53
Vladini programi za poduzetništvo	55
Obrazovanje	55
Komersijalna i profesionalna infrastruktura	56
Transfer znanja i zaštita intelektualnog vlasništva	56
Otvorenost tržišta	58
Fizička infrastruktura	58
Kulturne i društvene norme	59
5. Zaključci i preporuke	63
Zaključci – promjene su nužne već dugo vremena, ali sada su i hitne	63
Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja	64
Literatura	66
Prilog 1:	
GEM Hrvatska - Uzorak i metodologija ponderiranja	71
Prilog 2:	
Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline koji su sudjelovali u GEM istraživanju, 2012.-2015.	73
Prilog 3:	
Popis nacionalnih timova i sponzora koji su sudjelovali u GEM istraživanju 2015. godine.....	76
Autori	89

Popis tablica

Tablica 1: Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata - %	20
Tablica 2: Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - %	20
Tablica 3: Percepcija o poduzetničkim namjerama - %	21
Tablica 4: Percepcija o strahu od promašaja - % onih koji imaju namjeru pokrenuti poslovni pothvat	21
Tablica 5: Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, u EU perspektivi - %	22
Tablica 6: Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, usporedba s prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti - %	22
Tablica 7: Rana poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - %	23
Tablica 8: Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočavanje prilike ili zbog nužnosti	24
Tablica 9: Učešće „odraslih“ poduzeća - %	28
Tablica 10: Kapacitet obnavljanja „odraslih“ poduzeća – TEA/„odrasla“ poduzeća	28
Tablica 11: Izlazak iz poslovne aktivnosti - %	29
Tablica 12: Korištenje novih tehnologija – za TEA poduzetnike (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %	31
Tablica 13: Korištenje novih tehnologija – za „odrasle“ poduzetnike (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %	31
Tablica 14: Novina proizvoda za kupce – TEA poduzetnici (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %	32
Tablica 15: Novina proizvoda za kupce – „odrasli“ poduzetnici (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %	32
Tablica 16: Intenzitet očekivane konkurencije – TEA poduzetnici (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %	33
Tablica 17: Intenzitet očekivane konkurencije – „odrasli“ poduzetnici (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %	33
Tablica 18: Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – TEA poduzetnici - %	34
Tablica 19: Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – „odrasli“ poduzetnici - %	34
Tablica 20: Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – TEA poduzetnici - %	35
Tablica 21: Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – „odrasli“ poduzetnici - %	35
Tablica 22: Poduzetnička aktivnost zaposlenika - %	36
Tablica 23: Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom - %	37
Tablica 24: Poduzetnička aktivnost po dobnoj strukturi, mjerena TEA indeksom - %	38
Tablica 25: Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom - %	38
Tablica 26: Poduzetnička aktivnost, po dobnim skupinama i rodosti, 2012-2015 - %	39
Tablica 27: Rana poduzetnička aktivnost (TEA indeks) po obrazovnim razinama - %	40
Tablica 28: Sektorska rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti – TEA, %	40
Tablica 29: Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, %	48
Tablica 30: Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, %	48
Tablica 31: Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj - TEA Prilika/TEA Nužnost	50
Tablica 32: Razvojni profili „regija“ u Hrvatskoj, 2015.	50

Tablica 33: Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje	52
Tablica 34: Vladine politike – prioriteti, podrške, Hrvatska i EU zemlje	53
Tablica 35: Vladine politike – brzina i lakoća regulatornog funkcioniranja, Hrvatska i EU zemlje	53
Tablica 36: Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje	55
Tablica 37: Osnovno i srednje obrazovanje, Hrvatska i EU zemlje	55
Tablica 38: Tercijarno obrazovanje, Hrvatska i EU zemlje	55
Tablica 39: Komercijalna i profesionalna infrastruktura, Hrvatska i EU zemlje	56
Tablica 40: Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje	56
Tablica 41: Zaštita intelektualnog vlasništva, Hrvatska i EU zemlje	58
Tablica 42: Otvorenost tržišta – dinamičnost promjena, Hrvatska i EU zemlje	58
Tablica 43: Otvorenost tržišta – barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje	58
Tablica 44: Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje	59
Tablica 45: Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje	59
Tablica 46: Najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2012-2015.	60

Popis slika

Slika 1: Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničkog eko-sistema	11
Slika 2: Karakteristike gospodarstva u pojedinim razvojnim fazama i ključni razvojni fokusi	12
Slika 3: Poduzetnički proces i GEM operativne definicije	13
Slika 4: Kategorije poduzetničke aktivnosti	14
Slika 5: Zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju 2015. godine, grupirane po kriteriju geografskih regija i stupnja razvoja	15
Slika 6: Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočavanje prilike, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti	26
Slika 7: Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog nužnosti, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti	26
Slika 8: Motivacijski indeks ulaska u poduzetničku aktivnost – usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti	27
Slika 9: Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %	38
Slika 10: Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2012.	49
Slika 11: Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2015.	49
Slika 12: Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničkog eko-sistema u Hrvatskoj, 2015. – usporedba s prosjekom EU i najboljim ocjenama u EU zemljama	61

Predgovor

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje najveće je svjetsko istraživanje poduzetništva temeljeno na prikupljanju primarnih podataka od reprezentativnog uzorka odrasle populacije i izabranih eksperata pomoću standardiziranih upitnika. Istraživački rezultati omogućavaju izgradnju baze podataka koja je postala nezaobilazna podloga za uvid u stanje poduzetničkog profila pojedine zemlje, zbog teorijski utemeljenog pristupa i aktualizacije kroz godišnje praćenje promjena.

GEM istraživački tim sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku (Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer i Sunčica Oberman Peterka) i CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva vode ovo istraživanje od 2002. godine.

Uključenost Hrvatske u GEM istraživanje omogućava analizu činitelja o kojima ovisi poduzetnički profil Hrvatske, promjene koje se događaju, te usporedbu ovisno o perspektivi (EU, razvojnoj fazi, pojedinim zemljama). Jedan detalj iz metodologije istraživanja može biti zanimljiv – GEM istraživanje prati poduzetničku aktivnost u svim zemljama svijeta na temelju definicije koja uključuje i zahtjev da poduzeće isplaćuje plaće zaposlenicima!

U 2015. godini Hrvatska je četrnaesti put sudjelovala u GEM istraživanju, a ovim izvještajem prezentirani su rezultati za razdoblje 2012.-2015. I ponovo smo suočeni s pitanjima zašto se ne događaju promjene, ako istraživanja pokazuju razloge zašto poduzetnički kapacitet Hrvatske zaostaje za prosjekom EU, prosjekom zemalja čijoj razvojnoj fazi pripadamo (gospodarstva čiji rast se temelji na efikasnosti) ili zašto neke zemlje uspijevaju napraviti promjene.

U četrnastogodišnjem razdoblju uključenosti Hrvatske u GEM istraživanje, tj. od 2002. do 2015. godine u Hrvatskoj je sudjelovalo slučajno izabranih 28.000 odraslih stanovnika (2000 godišnje) i 326 eksperata iz područja financija, vladinih institucija, obrazovanja, istraživanja, poslovnih udruga, konzultantskih usluga... kojima se posebno zahvaljujemo, jer njihovi stavovi doprinose uvidu u kvalitetu poduzetničkog eko-sistema.

Zahvaljujemo se i Ministarstvu poduzetništva i obrta te Ministarstvu gospodarstva koji su u u razdoblju 2012.-2015. pomogli u sufinanciranju istraživanja. Financijska podrška Privredne banke Zagreb u 2015. godine omogućila je nastavak uključenosti Hrvatske u ovo najveće svjetsko istraživanje poduzetništva, koje daje podlogu za oblikovanje politika temelje na dokazima, a ne pretpostavkama.

Ukratko o najvažnijem

Hrvatska sudjeluje od 2002. godine u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanju, a ovim izvještajem prezentira rezultate istraživanja za razdoblje 2012-2015. godine. Uključenost u to istraživanje omogućava Hrvatskoj, posebno nositeljima politika, da politike, programe i instrumente kojima utječu na izgradnju poduzetničkog eko-sistema oblikuju na istraživačkim spoznajama a ne pretpostavkama.

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. Poduzetnički eko-sistem se prati kroz dimenzije pristupa novcima, vladine politike (prema prioritetima, prema regulatornom okviru), vladine programe, obrazovanje (srednjoškolsko i niže, te iznad srednjoškolskog), transfer istraživanja i razvoja, profesionalnu i stručnu podršku poduzetništvu, fizičku infrastrukturu i društvene i kulturološke norme.

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

Za usporedbu Hrvatske sa svim zemljama koje su sudjelovale u GEM istraživanjima u 2012., 2013., 2014. i 2015. godine treba koristiti:
<http://gemconsortium.org/report>

O poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske u EU perspektivi:

1. Pad percepcije prilika sa 44,4% u 2008. godini na 18,3% u 2011. godini, zaustavljen je u razdoblju 2012.-2015., ali je u 2015. godini bilo tek 22,3% odraslih ljudi u Hrvatskoj koji vide priliku (što pozicionira Hrvatsku na začelje EU). Za razliku od Hrvatske, jedna trećina odraslih stanovnika u EU vidi priliku, što govori o velikoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje. Istovremeno, Hrvatska je u vrhu EU po iskazanim poduzetničkim namjerama, što upućuje na veće učešće pokretanja poslovnih pothvata iz nužde, a ne zbog uočene prilike.
2. Društvene vrijednosti ne podržavaju poduzetničko djelovanje. Po mišljenju većine ispitanika u Hrvatskoj, uspješni poduzetnici nemaju visok društveni status – po takvom stavu Hrvatska je u cijelom analiziranom razdoblju na zadnjem mjestu u EU, a na začelju je po medijskoj pažnji poduzetništvu. Ovakav kulturološki kontekst (sistem vrijednosti) ozbiljno može ugroziti stav ljudi da biti poduzetnik je dobar izbor karijere.
3. Poduzetnička aktivnost Hrvatske mjerena kroz „početničku“ – TEA indeks (do 42 mjeseca aktivnosti) i „odraslu“ (više od 42 mjeseca aktivnosti) pokazuje dvije zabrinjavajuće situacije. Hrvatska se u razdoblju 2012.-2015. vratila na razinu od oko 8% ljudi koji imaju poslovni pothvat ne stariji od 42 mjeseca, ali taj povratak bio je rezultat jačanja poduzetničke aktivnosti zbog nužde, a ne zbog uočenih prilika. Moti-

vacijski indeks (omjer TEA zbog uočene prilike i TEA zbog nužde) opasno je nizak (u 2014. godini bio je 1,1, što znači da je gotovo izjednačen broj onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze svojim izborom zbog uočene prilike i onih koje je na to natjerala situacija u kojoj su se našli). Po motivacijskom indeksu, Hrvatska je na začelju u EU, a u 2014. i 2015. godini bila je na posljednjem mjestu. O kolikoj razlici u kapacitetu poduzetničkog djelovanja se radi, govori usporedba s prosjekom motivacijskog indeksa za EU (u 2015. godini je 4,0, što znači da u EU ima u prosjeku četiri puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike). Istovremeno, Hrvatska je (osim u 2013. i 2014. godini) na zadnjem mjestu u EU po pokazatelju učešća „odraslih“ poduzeća, što govori o izuzetno „tankoj“ osnovici poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Razlika u gustoći poduzeća na 100 odraslih stanovnika je vrlo važan pokazatelj za procjenu gospodarskog kapaciteta Hrvatske (u 2015. godini Hrvatska je imala 43% „odraslih“ poduzeća u odnosu na prosjek EU).

4. Hrvatska i dalje ima malo rastućih poduzeća, koja se u GEM istraživanju definiraju s obzirom na kriterije inovativnosti u korištenju novih tehnologija, inovativnost u razvoju novih proizvoda, izloženost konkurenciji i očekivanju novog zapošljavanja. U promatranom razdoblju nastavlja se već uočene pojave: u usporedbi s prosjekom EU, Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i „početničkih“ i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije, ali ima značajnije manje poduzeća s novim proizvodima, zbog čega su na tržištu izložena većoj konkurenciji. U 2015. godini, u usporedbi s EU, Hrvatska je imala najviše poduzeća koja su imala najnoviju tehnologiju (čak 32,8% novih poduzeća i 27,4% „odraslih“ poduzeća, prema 13,9% novih i 5,2% „odraslih“ poduzeća u EU). Istovremeno čak 70% novih i 75% „odraslih“ poduzeća imaju proizvode koji nikome nisu novi. Nedostatak novih proizvoda onemogućava Hrvatskoj da izađe iz tržišta na kojima je velika konkurencija, te se većina poduzeća još uvijek kupa u „crvenom oceanu“.
5. Po poduzetnoj aktivnosti zaposlenika (aktivnost na razvoju novog proizvoda / usluge, ili pokrenuta nova poslovna jedinica za svog poslodavca) Hrvatska je na razini prosjeka EU, te taj oblik poduzetništva predstavlja skriveni poduzetnički kapacitet o kojem bi prvenstveno trebali voditi računa poslodavci.
6. U provedenoj analizi rezultata istraživanja poduzetničkog kapaciteta Hrvatske pored EU perspektive korištena je i usporedba sa zemljama čijem razvojnom stupnju Hrvatska pripada (zemlje čiji rast gospodarstva se temelji na efikasnosti). Usporedba Hrvatske sa tom grupom zemalja pokazuje da Hrvatska zaostaje za prosjekom tih zemalja u području prepoznavanja prilika, po namjerama za ulazak u poduzetničku aktivnost, po intenzitetu poduzetničke aktivnosti, po inovativnom kapacitetu (mjereno učešćem novih proizvoda). Hrvatska je bolja od prosjeka te skupine zemalja po internacionalizaciji i po korištenju novih tehnologija, te po poduzetničkoj aktivnosti zaposlenika.

Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti:

7. Poduzetnička demografija mijenja se i po rodosti i po dobi. Hrvatska je još uvijek značajno «muška» zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, iznad prosjeka EU, a prisutan je i pad učešća mladih u poduzetničkoj aktivnosti. I dalje se potvrđuje obrazac da su obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji, po čemu je Hrvatska slična prosjeku EU. S obzirom na sektorsku rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti, u razdoblju 2012.-2015. jača poduzetnička aktivnost u prerađivačkoj industriji, ali pada u sektoru usluga orijentiranih potrošačima. Poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) varira unutar promatranog razdoblja s obzirom na regionalnu rasprostranjenost, a uključivanje motivacijskog indeksa upućuje na vidljive razlike između pojedinih „regija“. Iako sve „regije“ pokazuju nizak motivacijski indeks, najlošiji omjer između poduzetničkih pothvata pokrenutih zbog uočene prilike i nužde je u Lici i Banovini. Očita je povezanost poduzetničkog kapaciteta „regije“ s razinom razvijenosti mjerenom „tvrđim“ pokazateljima (BDP pc, Indeks

razvijenosti, Nezaposlenost). Od šest „regija“ Istra, Primorje i Gorski Kotar je na prvom mjestu po poduzetničkoj aktivnosti (mjereno TEA indeksom), na drugom mjestu (koje dijeli s ostale tri „regije“) je po motivacijskom indeksu, a na drugom mjestu je po BDP pc i indeksu razvijenosti, s najmanjom nezaposlenosti. Slavonija i Baranja imaju najnižu poduzetničku aktivnost, također dijeli drugo mjesto s obzirom na motivacijski indeks, a ima najniži indeks razvijenosti, BDP pc i najvišu nezaposlenost.

Kvaliteta poduzetničke okoline:

8. Poduzetnička aktivnost se događa u okolini koja je u Hrvatskoj još uvijek više ograničavajuća nego stimulirajuća. Prema ocjenama eksperata samo dvije komponente (raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture - telekomunikacijska, prometna i dinamika domaćeg tržišta) mogu se procijeniti kao komponente koje ne predstavljaju ograničenje. Posebno ograničavajuće komponente poduzetničkog eko-sistema u Hrvatskoj su vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sistem vrijednosti), te nedostatan doprinos obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih. To nije samo odgovornost jednog ministarstva, nego brojnih ministarstava (poduzetništva, gospodarstva, obrazovanja, znanosti, pravosuđa, rada, regionalnog razvoja), agencija i drugih institucija (sveučilišta, škola, financijskih institucija, udruga, asocijacija, medija).

Odgovornost za promjene

9. Poduzetnički kapacitet zemlje ovisi o poduzetničkom kapacitetu pojedinca koji se realizira u interakciji s poduzetničkim eko-sistemom. Iz takve definicije očita je odgovornost za promjene na razini svakog pojedinca te na razini institucija.
10. Potreban je društveni konsenzus da je poduzetništvo vid demokratizacije društva, jer osposobljavanje za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje osnažuje pojedince. 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.
11. Zemlje koje su prepoznale važnost stvaranja i podržavanja razvoja poduzetničkog kapaciteta imaju i vladine politike koje su u funkciji tih nastojanja.
12. Ravnomjeren rast svih komponenti poduzetničkog eko-sistema 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).
13. Promjenu stanja mogu osigurati usklađene i istovremene vladine politike na stvaranju poticajnog poduzetničkog eko-sistema (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 pojedinaca (koji će pokretati poslovne pothvate zbog uočene prilike).

1 Uvod

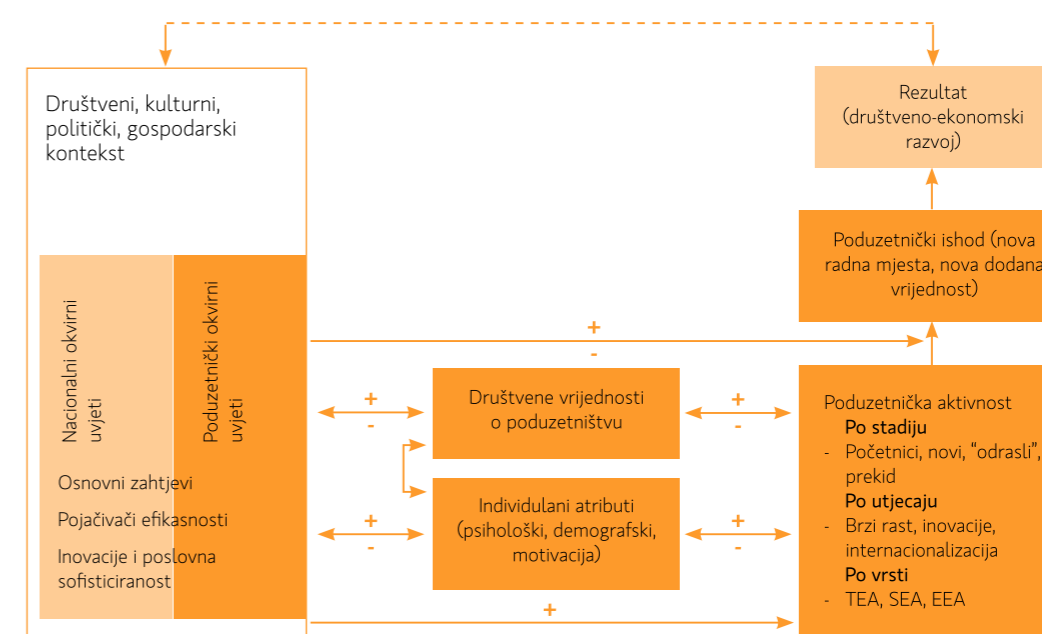
GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja
GEM indikatori poduzetničke aktivnosti
Međunarodna dimenzija istraživanja
O uzorku u Hrvatskoj
GEM istraživački tim u Hrvatskoj
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveći je svjetski empirijski istraživački pothvat za praćenje poduzetničke aktivnosti, pokrenut 1999. godine, na inicijativu deset najrazvijenijih zemalja svijeta¹. Hrvatska sudjeluje u GEM istraživanjima od 2002. godine i ovim izvještajem prezentiraju se promjene u poduzetničkom profilu Hrvatske u razdoblju 2012.-2015. godine.

GEM konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

Istraživanje se temelji na pretpostavci da nacionalni ekonomski rast ovisi o kapacitetu društva u traženju stalnih poboljšanja kroz inoviranje i anticipiranje promjena koje koristi za kreiranje nove kvalitete života na razini pojedinca i zemlje kao cjeline. GEM konceptualni okvir usmjeren je na istraživanje poduzetničkog kapaciteta zemlje koji nastaje kroz interakciju namjera, značajki i ponašanja ljudi s institucionalnom okolinom (poduzetničkim eko-sistemom), bez obzira u kojoj fazi razvoja se neka zemlja nalazi. GEM istraživanjem ispituju se značaj i intenzitet povezanosti između komplementarnih mehanizama stvaranja nove vrijednosti (ljudi s intencijama pokretanja poslovnog pothvata, postojeća poduzeća) i okoline, promatrajući te povezanosti iz perspektive pojedinca koji djeluje proaktivno, inovativno i odgovorno za svoje izbore (Slika 1).

Slika 1 Konceptualni okvir GEM istraživanja – interakcije između ljudi i poduzetničkog eko-sistema²



Izvor: Kelley, D., Singer, S. and Herrington, M.: Global Entrepreneurship Monitor 2011/16 Global Report, 2016, str. 12

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

Ovakav konceptualni okvir istraživanja temelji se na holističkom pristupu u definiranju poduzetništva, kao multidimenzionalnom fenomenu interakcije pojedinca i okoline. Zbog toga je u osnovi GEM konceptualnog okvira definicija poduzetništva kao kompleksnog fenomena ponašanja, koji je prisutan u svim društvenim organizacijama, ne samo u gospodarstvu, nego i u obrazovanju, istraživanju, kulturi, vladinim institucijama, lokalnoj upravi, ali se za sada istraživački prati samo u sferi poslovnih pothvata, koji mogu biti profitno ili ne-profitno orijentirani.

GEM istraživanja u raznim zemljama svijeta potvrdila su da tipovi i intenzitet poduzetničkog djelovanja ovise o razvojnoj fazi u kojoj se neko gospodarstvo nalazi. Zbog toga se u analizi prikupljenih informacija koristi kategorizacija gospodarstava na gospodarstva čiji razvoj se temelji na temeljnim faktorima, na efikasnosti ili inovativnosti (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 2).

Slika 2
Karakteristike gospodarstva u pojedinim razvojnim fazama i ključni razvojni fokusi³



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.

Početa 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?

Teoretski utemeljeni konceptualni okvir i snažna empirijska komponenta istraživanja omogućavaju izgradnju konzistentne podloge za *policy* intervencije u cilju poboljšanja poduzetničkog eko-sistema unutar kojeg (i u interakciji s kojim) se ostvaruje poduzetnička aktivnost pojedinaca. To je doprinijelo da u GEM istraživanju sudjeluje oko 70 zemalja, koje čine oko 60% svjetskog stanovništva i više od 85% svjetskog bruto domaćeg proizvoda.

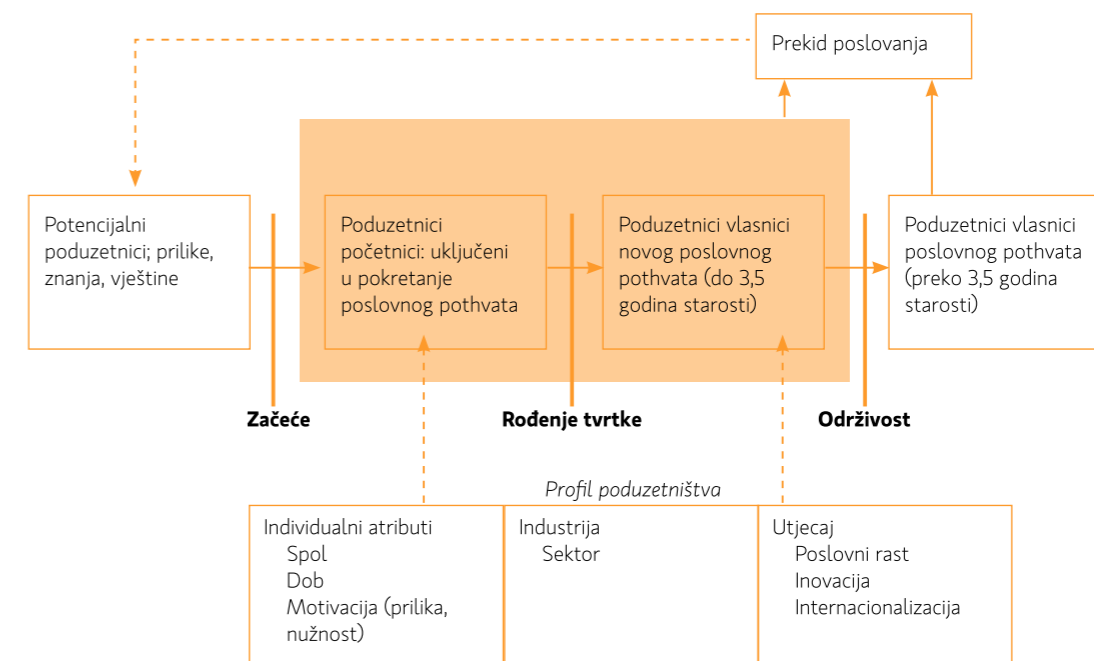
Jedinstvenost GEM istraživanja je što pruža osnovicu za vertikalno i horizontalno uspoređivanje, korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira istraživanja i jedinstvenih indikatora. Vertikalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji praćenje promjena u svom okruženju, odnosno efekte primijenjenih politika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

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

GEM indikatori poduzetničke aktivnosti

GEM prepoznaje poduzetništvo kao proces i mjeri različite komponente tog procesa (od percepcije društvenih vrijednosti fokusiranih na poduzetništvo, percepcije o prilikama preko poduzetničkih namjera do poduzetničkih pothvata u nastajanju (ne starijih od 42 mjeseca) i poduzetničkih aktivnosti u „odraslim“ poduzećima (starijim od 42 mjeseca) 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 2015/16 Global Report, 2016, str. 13

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:

³ Schwab, K. (ed.), The Global Competitiveness Report 2015-2016, Geneva, World Economic Forum, 2015.

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*
	Početnici	Novi poduzetnici	Poduzetnici	Zaposlenici
	Sam ili sa drugima pokušava pokrenuti vlastiti posao, samozapošljavanje	Vlasnik poduzeća/obrta, od 3 do 42 mjeseca starog	Vlasnik poduzeća/obrta, starijeg od 42 mjeseca	Zaposlenik razvija novi proizvod/uslugu za poduzeće u kojem radi, u protekle tri godine i sada je uključen u takve aktivnosti
	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 poduzeća, čiji rast se temelji na inovativnosti i internacionalizaciji 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 2015. godini u GEM istraživanje uključene su 62 zemlje, ali su rezultati prikazani za 60 zemalja⁴. Za grupiranje zemalja po geografskom i razvojnom kriteriju korišteni izvori su Ujedinjene nacije⁵ i Svjetski gospodarski forum⁶ (Slika 5).

Slika 5
Zemlje koje su sudjelovale u GEM istraživanju 2015. godine, grupirane po kriteriju geografskih regija i stupnja razvoja

	Gospodarstva čiji razvoj je temeljen na temeljnim faktorima		
	efikasnosti	inovativnosti	
Afrika	Botswana	Južna Afrika	
	Burkina Faso	Maroko	
	Egipat		
	Kamerun		
	Senegal		
	Tunis		
Azija i Oceanija	Filipini	Indonezija	Australija
	Indija	Kazahstan	Izrael
	Iran	Kina	Republika Koreja
	Vijetnam	Libanon	Tajvan
		Malezija	
		Tajland	
		Turska	
Latinska Amerika i Karibi		Argentina	
		Barbados	
		Brazil	
		Čile	
		Ekvador	
		Guatemala	
		Kolumbija	
		Meksiko	
		Panama	
		Peru	
		Puerto Rico	
		Urugvaj	
Europa		Bugarska	Belgija
		Estonija	Finska
		Hrvatska	Grčka
		Latvija	Irska
		Mađarska	Italija

⁴ Zbog tehničkih razloga, podaci za Japan i Tursku nisu uključeni u globalni izvještaj za 2015. godinu (Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global Report).

⁵ Svjetske makro geografske regije <http://unstats.un.org/unsd/methods/m49/m49regin.htm>

⁶ Grupiranje zemalja s obzirom na razvojnu razinu <http://weforum.org>

		Poljska	Luksemburg
		Rumunjska	Nizozemska
		Makedonija	Norveška
			Njemačka
			Portugal
			Slovačka
			Slovenija
			Španjolska
			Švedska
			Švicarska
			UK
Sjeverna Amerika			Kanada
			Sjedinjene Američke države

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, UK, Španjolska, Čile,...). Posebno treba istaknuti Španjolsku, koja je 2011. godini imala uzorak od 175.000.

U Hrvatskoj, uzorak je u svim godinama bio 2000 odraslih ispitanika, pa tako i u razdoblju 2012-2015., što znači da je slučajnim izborom u istraživanje do sada bilo uključeno oko 28.000 osoba. Izbor uzorka i anketiranje odrasle populacije u Hrvatskoj obavlja IPSOS PULS, u suradnji s istraživačkim timom GEM Hrvatska i globalnim GEM koordinacijskim timom.

U razdoblju 2012.-2015. godine u okviru GEM istraživanja u Hrvatskoj anketirano je 150 eksperata. Izbor eksperata i njihovo anketiranje obavlja GEM istraživački tim i CEPOR. Od uključenosti u GEM istraživanja, tj. od 2002. godine, 326 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 544). U prilogu 2 je pregled eksperata koji su u razdoblju 2012.-2015. 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 istraživanja, za prikupljanje standardiziranih podataka iz međunarodnih izvora i izradu sumarnog izvještaja s usporedbom razine poduzetničke aktivnosti među zemljama sudionicima istraživanja. Nacionalni istraživački timovi provode intervju 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 (Singer et al, 2003.; Singer et al, 2006.; Singer et al, 2007; Singer et al., 2012)⁷.

U 2015. godini, Hrvatska je sudjelovala 14. put u GEM istraživanju. Nositelj istraživanja je CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništvo. Istraživački tim čini grupa istraživača sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku: Slavica Singer (singer@efos.hr), voditeljica tima i članovi tima: Nataša Šarlija (natasa@efos.hr), Sanja Pfeifer (pfeifer@efos.hr) i Sunčica Oberman Peterka (suncica@efos.hr). U provođenju anketiranja i intervjuiranja eksperata sudjeluje Mirna Oberman, vanjska suradnica CEPOR-a, te Danica Eterović, CEPOR, a anketiranje odrasle populacije obavlja IPSOS PULS, prema metodologiji i instrumentima koji su obavezni za sve sudionike u GEM istraživanju. U obradi prikupljenih podataka, izradi grafičkih prikaza i prevođenju studije na engleski jezik sudjeluje Oto Wilhelm, Ekonomski fakultet u Osijeku.

U prilogu 3 nalazi se pregled svih nacionalnih GEM timova, te sponzora, koji su sudjelovali u istraživanju u 2015. godini.

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Od početka uključenosti Hrvatske u GEM istraživanje, sudjelovanje Hrvatske sufinancira Ministarstvo poduzetništva i obrta, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, te CEPOR.

U 2015. godini Privredna banka Zagreb je glavni financijski sponzor GEM istraživanja u Hrvatskoj.

⁷ Pored toga, članovi istraživačkog tima sudjeluju na brojnim znanstvenim i stručnim konferencijama na kojima prezentiraju rezultate GEM istraživanja – popis je unutar dijela Literatura i reference, na kraju studije.

2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske – od prilika do pothvata, od pothvata do izlaska iz poduzetničke aktivnosti, u međunarodnoj perspektivi

Broj potencijalnih poduzetnika lagano raste, ali presporo

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Rana („početnička“) poduzetnička aktivnost

Malo učešće „odraslih“ poduzeća

Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture

Malo rastućih poduzeća

Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda

Još uvijek nedovoljno tržišta „plavog ocena“, ali jačanje internacionalizacije

Očekivanja novog zapošljavanja - preoptimistična?

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Analiza poduzetničke aktivnosti Hrvatske temelji se na GEM konceptualnom okviru (Slika 1), kojim se prate promjene 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
- Novi poduzetnici – poslovni pothvat stariji od tri mjeseca ali manje od 42 mjeseca
- „Odrasli“ poduzetnici – poslovni pothvat stariji od 42 mjeseca
- Poduzetnička aktivnost zaposlenika

Međunarodna usporedba Hrvatske u cijeloj studiji rađena je iz dvije perspektive – perspektiva Europske unije i perspektiva grupacije kojoj Hrvatska pripada s obzirom na razvojnu razinu (rast gospodarstva temeljen na efikasnosti). Iako je Hrvatska postala članica Europske unije 1.07.2013. godine, a ova studija se odnosi na razdoblje 2012.-2015., perspektiva EU je korištena i za 2012. godinu.

Broj potencijalnih poduzetnika lagano raste, ali presporo

Poduzetnička aktivnost, koja se u GEM istraživanju prati kroz pokretanje poslovnog pothvata i njegov razvoj, vidljiv je rezultat procesa koji započinje znatno ranije i često je zanemaran. Taj „nevidljivi“ dio procesa izgradnje poduzetničkog kapaciteta pojedinaca uključuje obrazovanje, iskustvo, umreženost, te interakciju s poduzetničkim eko-sistemom. Oblikovanje osobnih preferencija je polazište za stvaranje individualnog poduzetničkog kapaciteta ovisi o brojnim elementima, kao što je: sposobnost prepoznavanja prilika, vjerovanje o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata, 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.

U izgradnji poduzetničkog kapaciteta na razini pojedinca važna komponenta je percepcija o prilikama (Tablica 1).

Tablica 1
Percepcija o prilikama za pokretanje poslovnog pothvata - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2012.	17,2	30,8 66,4 Švedska	19/23	41,4	30/31
2013.	17,6	28,7 64,5 Švedska	18/23	41,7	27/28
2014.	18,4	34,8 70,1 Švedska	22/23	42,4	31/31
2015.	22,3	34,8 70,2 Švedska	18/21	40,9	28/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

U razdoblju 2012.-2015. zaustavljen je pad u percepciji prilika, koji je odredio razdoblje od 2008.-2011. (od 44,4% u 2008. godini na 18,3% u 2011. godini), ali još uvijek ne pokazuje vraćanje na optimizam koji je bio prisutan prije globalne krize. U međunarodnoj perspektivi (EU i grupaciji gospodarstava temeljenih na efikasnosti) Hrvatska je na začelju. Ta razlika u percepciji o prilikama određuje i ostale komponente o kojima ovisi poduzetnička aktivnost (kao što su namjere, strah od promašaja, odluka o pokretanju poslovnog pothvata). Činjenica da u Hrvatskoj tek jedna petina odraslih stanovnika prepoznaje poslovne prilike, a u EU jedna trećina (ili u Švedskoj čak dvije trećine odraslih stanovnika) govori o ogromnoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje.

Percepcija o prilikama daje uvid što ispitanici vide u svojoj okolini, a percepcija o vlastitim sposobnostima o pokretanju poslovnog pothvata što misle o sebi (Tablica 2).

Tablica 2
Percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2012.	44,1	42,5 53,9 Poljska	10/23	51,6	20/31
2013.	47,2	42,3 51,8 Poljska	7/23	51,8	19/28
2014.	45,9	42,3 54,4 Slovačka	10/23	54,9	24/31
2015.	47,5	43,1 55,9 Poljska	6/21	52,4	19/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

Percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata je „otpornija“ na utjecaje izvana (npr. globalnu krizu) i nije značajnije smanjena u odnosu na razdoblje 2008.-2011. godine (kada se broj ispitanika koji su smatrali da imaju sposobnosti za pokretanje poslovnog pothvata kretao od 59,8% do 49%). U europskoj perspektivi, Hrvatska se nalazi visoko rangirana po tom indikatoru.

Ako je percepcija o osobnim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata u Hrvatskoj bolja od prosjeka za EU zemlje, a slična kao i u ostalim zemljama razvojne faze kojoj Hrvatska pripada, onda niska razina percepcije o prilikama otvara nova pitanja: jesu li procjene o sposobnostima nerealne, kako to da oni koji smatraju da imaju sposobnost za pokretanje poslovnog pothvata ujedno ne vide i priliku i sl. Jaz između ta dva važna obilježja o kojima ovisi stvaranje namjere za pokretanje poslovnog pothvata važna je informacija za obrazovni sistem, jer otvara pitanje kako obrazovanje doprinosi stvaranju kapaciteta ljudi da prepoznaju prilike i realnije procjenjuju svoju sposobnost za pokretanje poslovnog pothvata.

Iz percepcije o prilikama i vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata generira se percepcija o poduzetničkim namjerama. U razdoblju 2012.-2015. odrasla populacija u Hrvatskoj češće nego što je to prosjek za EU izražava namjeru o pokretanju poslovnog pothvata (Tablica 3), uz istu razinu straha od promašaja kao što je prosjek EU (Tablica 4).

Tablica 3
Percepcija o poduzetničkim namjerama - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2012.	23,6	15,2 30,8 Rumunjska	4/23	28,9	21/31
2013.	24,1	15,9 23,8 Rumunjska	4/23	28,3	17/28
2014.	22,9	14,1 32,7 Rumunjska	2/23	25,2	15/31
2015.	20,9	15,1 31,1 Rumunjska	4/21	27,6	20/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

Tablica 4
Percepcija o strahu od promašaja - % onih koji imaju namjeru pokrenuti poslovni pothvat

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najniži	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2012.	46,3	46,7 38,1 Latvija	9/23	36,7	29/31
2013.	46,0	47,3 39,7 Švedska	12/23	38,4	23/28
2014.	44,5	47,0 37,7 UK	10/23	35,5	26/31
2015.	44,7	46,0 37,2 UK	12/21	38,4	22/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

Najnižu razinu straha od promašaja izražavaju ljudi u zemljama s dobrim gospodarstvima (kao što je Latvija, Švedska, UK), dok je najviša razina (više od dvije trećine stanovnika) u Grčkoj (69,1% u 2013., 72,4% u 2012., 70,6 % u 2014 i 64,2% u 2015. godini).

Stabilizirano učešće onih koji imaju poduzetničke namjere na razini od oko 20% (Tablica 3) praćeno je visokim učešćem ispitanika (oko dvije trećine) koji smatraju da biti poduzetnik je dobar izbor karijere (Tablica 5). U eurposkoj perspektivi, Hrvatska se nalazi u prvoj trećini po takvom stavu, ali u zadnjoj trećini ako se promatra u odnosu na grupaciju zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti (Tablica 6).

Tablica 5
Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, u EU perspektivi - %

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	EU/Rang HR*	Hrvatska	EU/Rang HR*	Hrvatska	EU/Rang HR*
2012.	64,2	58,1 7/20	41,7	67,8 20/20	39,7	49,2 16/19
2013.	61,5	56,9 6/21	43,1	65,5 22/22	42,9	49,0 16/21
2014.	63,3	56,9 6/21	46,6	66,6 21/21	40,4	53,3 19/21
2015.	61,5	56,1 4/21	42,3	66,4 21/21	47,5	54,1 17/21

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

Tablica 6
Percepcija o društvenom statusu poduzetnika, usporedba s prosjekom zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti - %

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang*	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang*	Hrvatska	Gospodarstva temeljena na efikasnosti - Prosjek/Rang*
2012.	64,2	69,8 21/29	41,7	68,7 29/29	39,72	60,7 25/29
2013.	61,5	67,8 20/27	43,1	67,0 27/27	42,87	61,4 24/27
2014.	63,3	68,1 21/29	46,6	66,1 29/29	40,44	63,8 27/28
2015.	61,5	64,1 18/27	42,3	65,7 27/27	47,48	63,3 25/27

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

Pozitivan stav o poduzetničkoj karijeri nije praćen i stavovima o društvenom statusu, kao ni medijskoj pažnji poduzetništvu, što je izravan poziv brojnim institucijama koje se trebaju angažirati na analizi razloga takvom stanju. U cijelom analiziranom razdoblju, Hrvatska se nalazi na zadnjem mjestu od svih zemalja EU koje su bile uključene u GEM istraživanje po percepciji o društvenom statusu poduzetnika, a po medijskoj pažnji uspješnim poslovnim pothvatima na začelju. Potpuno ista situacija je i kada se Hrvatsku uspoređuje 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.

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

Dinamičnost poduzetničke strukture neke zemlje temelji se na poduzetničkim pothvatima koji imaju svoje individualne životne cikluse, duže ili kraće, od nastajanja poduzetničkog pothvata, odrastanja, do zrelosti i prestanka. Osiguranje stabilne vitalnosti gospodarske strukture moguće je kroz odgovarajući intenzitet pokretanja poslovnih pothvata koji će kompenzirati izlazak iz poslovnih aktivnosti. Činjenica da je stopa smrtnosti poslovnih pothvata najveća u najranijoj fazi (prve tri godine)¹ upozorava na potrebu posebne pažnje svim fazama razvoja poslovnog pothvata (od pokretanja, preko „odrastanja“ poslovnog pothvata, do rasta i izlaska iz poslovne aktivnosti). Jaka poduzetnička aktivnost u pokretanju poslovnog pothvata mora biti praćena i kapacitetom održivosti i rasta takvih poslovnih pothvata, ali i adekvatnim reagiranjem na razloge zbog kojih je vitalnost gospodarske strukture ugrožena (poslovni promašaji, poteškoće u izlasku iz poslovne aktivnosti...).

Rana („početnička“) poduzetnička aktivnost

Pokretanje („rojenje“) novih poslovnih pothvata 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 produktivnosti i konkurentnosti. U Tablici 7 prikazana je poduzetnička aktivnost onih koji su pokrenuli poslovni pothvat (ne stariji od 3 mjeseca) i onih koji imaju poslovni pothvat stariji od 3 mjeseca ali mlađi od 42 mjeseca, na temelju čega se izračunava TEA – *Total Early-stage Entrepreneurial Activity*, pokazatelj rane poduzetničke aktivnosti:

Tablica 7
Rana poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2012.	8,3	7,8 14,3 Estonija	10/23	12,4	23/31
2013.	8,3	8,0 13,3 Latvija	11/23	14,4	24/28
2014.	8,0	7,8 11,3 Rumunjska	11/23	14,0	23/31
2015.	7,7	8,0 14,1 Latvija	10/21	14,5	24/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

Pad pokretanja poduzetničkih pothvata (mjereno TEA indeksom) u 2009. i 2010. godini (na razinu od 5,6% i 5,5%) zaustavljen je i intenzitet pokretanja je vraćen na razinu od oko 8%, što je u prosjeku EU, ali značajnije ispod prosjeka zemalja čijoj razvojnoj skupini Hrvatska pripada.

¹ 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.)

Poduzetnički kapacitet zemlje ne ovisi samo o intenzitetu pokretanja poslovnog pothvata nego i o razlikama u motiviranosti za poduzetničko djelovanje, tj. je li takva aktivnost rezultat prepoznavanja poslovne prilike ili je rezultat izostanka drugih opcija radnog / poslovnog angažiranja. Razlike u motiviranosti za poduzetničko djelovanje prate se u GEM istraživanju kroz dva različita TEA indeksa iz kojih se može izvesti motivacijski indeks (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 indeks Hrvatske je u korist poslovnih pothvata zbog uočene prilike, ali je među najnižim u EU i u grupi zemalja iste razvojne razine. Posebno upozorava činjenica da je Hrvatska u 2014. i 2015. godini imala NAJNIŽI motivacijski indeks među zemljama EU, a 2014. se približila opasnoj broju od 1, što znači da je te godine bilo gotovo isto toliko poduzetnika koji su pokrenuli poslovni pothvat zbog uočene prilike i onih koji su to učinili jer nisu imali drugog izbora (Tablica 8). Slike 6, 7 i 8 daju usporedbu Hrvatske sa prosjekom EU zemalja i zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti s obzirom na motiviranost za pokretanje poslovnog pothvata.

Tablica 8
Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočavanje prilike ili zbog nužnosti

Godina	TEA Prilika %		TEA Nužnost %		Motivacijski indeks TEA Prilika/TEA Nužnost		
	Hrvatska	EU prosjek/ najviši	Hrvatska	EU prosjek/ najniži	Hrvatska		EU prosjek
					TEA Prilika/ TEA Nužnost	Rang u EU*	
2012.	5,4	5,8 11,3/Estonija	2,8	1,7 0,4/Slovenija	1,9	21/23	4,8
2013.	5,0	5,8 10,4/Estonija	3,1	1,8 0,5/Luksemburg	1,6	21/23	4,3
2014.	4,1	5,7 9,0/Litva	3,7	1,8 0,3/Danska	1,1	23/23	4,6
2015.	4,6	6,0 11,4/Latvija	3,1	1,7 0,7/Švedska	1,5	21/21	4,0

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

Jako, jako dobar primjer poduzetništva iz nužde

Udruga Kamensko

<https://www.facebook.com/otvorenokamensko/>

Poduzetnički pothvat koji je pokrenula grupa žena iz nužde i optimizma

(tekst se temelji na članku objavljenom na stranici Women in Adria 26.03.2015., čiji autor je Sanja Bubalo)



Udruga Kamensko osnovana je krajem 2011. godine od strane otpuštenih tekstilnih radnica propale industrije Kamensko. Mnoge su djelatnice već tada bile žene u godinama, nedovoljno mlade da bi ih netko drugi zaposlio, a opet bez uvjeta za odlazak u mirovinu.

Štrajkale su glađu, čekale ispunjenje obećanja političara, plaće koje nikada nisu isplaćene, neke doslovno nisu imale što za jesti, zajedno sa svojim obiteljima. Tada je jedna od bivših zaposlenica, **Đurđa Grozaj**, odlučila nešto poduzeti i osnovala je Udrugu, više radi međusobne podrške bivših radnica, nego zbog stvaranja poslovnog pothvata. „Nismo imale nikakav prostor, nalazile smo se po parkovima i tješile jedna drugu. Mnogi su nadležni obećavali pomoć, ali nikakva pomoć nije dolazila. No, isto tako, nitko od njih se nije posramio i zapitao od čega ćemo mi dalje živjeti“, prisjetila se Đurđa nimalo lakih početaka.

Prvi prostor Udruga je dobila na korištenje od Grada Zagreba – bio je više nego u lošem stanju, a nije bio ni besplatan, ali su se uspjele izboriti da ga Grad barem donekle uredi o svom trošku. Cilj je tada bio ništa drugo, nego stvoriti ono što su zvale 'Program preživljavanja'. Mediji su pomogli da javnost sazna o ženama iz Udruge Kamensko koje su se odlučile boriti protiv nepravednog sustava i same pokrenuti posao.

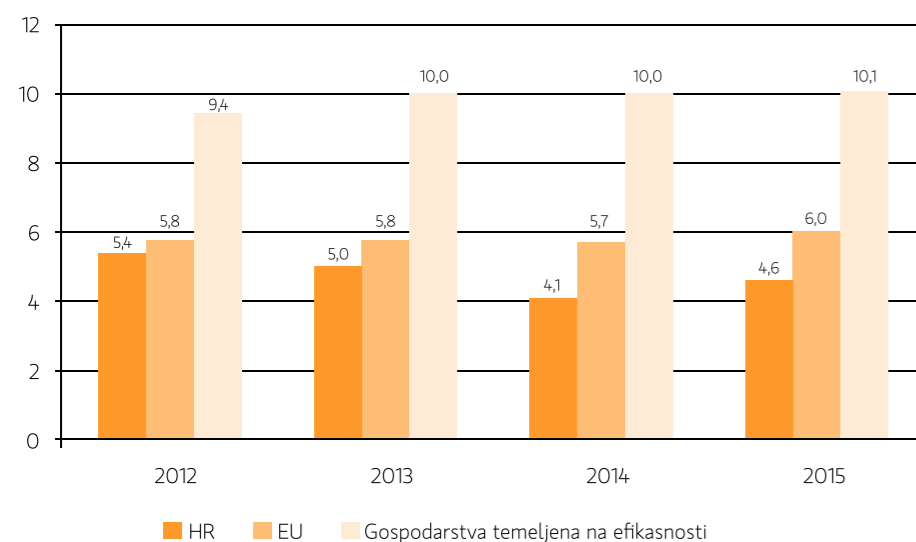
Brojni građani diljem Hrvatske su prepoznali značaj tog pothvata i poslali stare šivaće mašine, materijale, igle i konce...sve ono što je ovim ženama nedostajalo, a trebalo im je za pokretanje jedinog posla kojeg su znale raditi. I to je za njih bio novi početak. Rade ono što najbolje znaju, sve što je vezano za šivanje: popravljaju odjeću, šiju kostime, organiziraju modne revije, drže i edukacije, dijele svoje znanje i osposobljavaju žene za šivanje.

Danas Udruga broji osam stalnih zaposlenica kojima plaća nije kasnila niti jedan dan. Neke od njih sada mirno i sigurno čekaju odlazak u mirovinu. Tri članice volontiraju od početka. Od tvorničkih radnica postale su poduzetni tim koji se međusobno podržava i koji prodaje svoje usluge šivanja i znanja o šivanju. „Ovdje si posložimo posao kako možemo i hoćemo. Nekim ženama to nije bio lagan zadatak, naviknule su cijeli dan držati pognutu glavu. Ispunjene smo i sretno i to je najbitnije u životu“, naglasila je Đurđa. Iako je otišla iz tvornice kada je već prešla pedesetu i tamo provela cijeli svoj radni vijek, izvrsno se snašla u poduzetničkom svijetu, a strah ju, napominje, nije bilo niti jednog trenutka. Sve što nije znala, naučila je, među ostalim, i raditi na računalu.

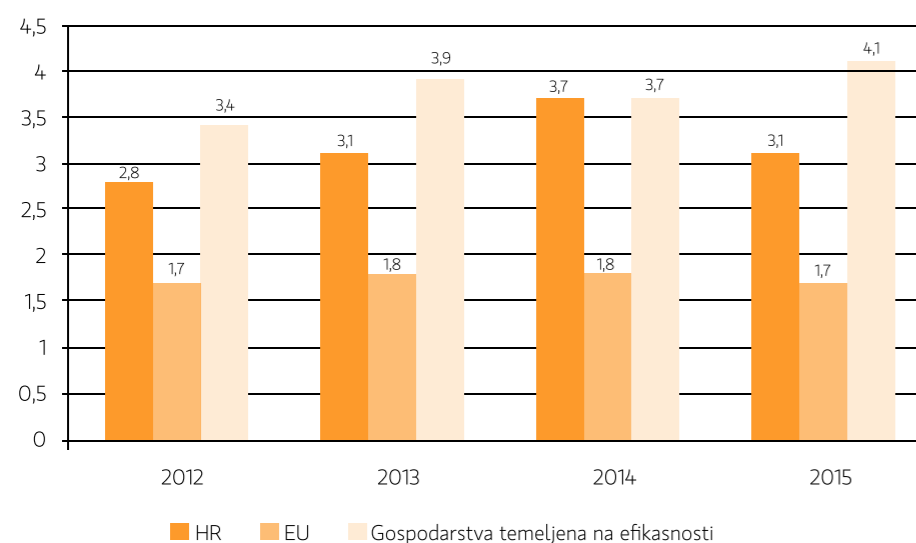
„Imam viziju i imam cilj i od toga ne odustajem. Praksa će pokazati da mala skupina dobro posloženih ljudi, može ostvariti svjetske rezultate. Bez obzira na zakone i ograničenja koje nam naša država nameće“, poručila je Đurđa. Jedan od ciljeva je stvoriti **vlastitu liniju odjeće** Udruge Kamensko koja će pokazati da **ženska vrijednost nema rok trajanja**, jer da poslije mladosti dolaze mudrost i znanje.

A pothvat iz nužde pretvara se u pothvat koji svoju održivost nalazi u prepoznavanju prilika i to je lekcija koju svi moramo naučiti.

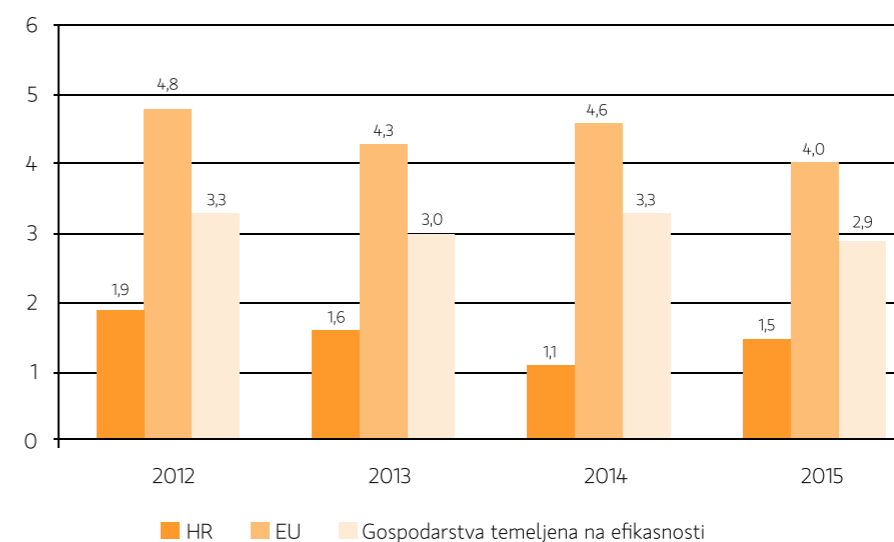
Slika 6
Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – uočavanje prilike, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti



Slika 7
Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost – zbog nužnosti, usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti



Slika 8
Motivacijski indeks ulaska u poduzetničku aktivnost – usporedba Hrvatske s EU i zemljama čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti



Nisku razinu ulaska u poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike nužno je povezati i s niskom razinom percepcije o prilikama (Tablica 1), dok visoku razinu ulaska u poduzetničku aktivnost zbog nužde moguće je povezati s dugogodišnjom visokom razinom nezaposlenosti. Razlike u motiviranosti pokretanja poslovnog pothvata imaju i dugoročne efekte na razvoj takvih pothvata. Osobe koje su pokrenule poslovni pothvat zbog uočene prilike češće takav pothvat žele razvijati i imaju ambicioznija poslovna očekivanja od onih koji to učine zbog nužde. Sa stanovišta vitalnosti gospodarstva i jačanja bogatstva zemlje, poželjnije je imati više poduzetničkih pothvata pokrenutih zbog uočene prilike i manje onih koji se pokreću zbog nužde i često čine privremeno rješenje (Reynolds et al., 2002).

Malo učešće „odraslih“ poduzeća

Gospodarsku demografiju uz „rođenje“ poslovnih pothvata (rani poslovni pothvati) čine i „odrasli“ poslovni pothvati, te je za stabilnost gospodarstva potrebno imati i odgovarajuću stopu „odrastanja“ poslovnih pothvata. „Odrasla“ poduzeća u GEM istraživanju definiraju se kao poduzeća starija od 42 mjeseca. Hrvatska u cijelom promatranom razdoblju ima izuzetno „tanku“ bazu „odraslih“ poduzeća (Tablica 9).

Tablica 9
Učešće „odraslih“ poduzeća - %

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjek/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjek	Rang Hrvatske**
2012.	3,0	6,5 12,3 Grčka	23/23	7,9	28/31
2013.	3,3	6,4 12,6 Grčka	22/23	8,0	26/28
2014.	3,6	6,7 12,8 Grčka	21/23	8,5	27/31
2015.	2,8	6,5 13,1 Grčka	21/21	8,1	26/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

U 2012. i 2015. godini Hrvatska je bila na zadnjem mjestu od EU zemalja uključenih u GEM istraživanje po broju „odraslih“ poduzeća na 100 odraslih stanovnika starosti 18-64 godine. Razloge zašto Grčka ima najveću gustoću takvih poduzeća a istovremeno i nisku efikasnost gospodarstva trebalo bi dublje istražiti.

Razlika u gustoći poduzeća na 100 odraslih stanovnika je vrlo informativna za procjenu gospodarskog kapaciteta Hrvatske. Hrvatska je u 2015. godini na 43% „odraslih“ poduzeća u odnosu na EU prosjek (a u svim prethodnim godinama je bila na oko 50%). U usporedbi sa prosjekom zemalja čijoj razvojnoj skupini pripada, Hrvatska je pala na 34% „odraslih“ poduzeća (2015.), što znači da su ostale zemlje učinile značajan pomak. Ovako niska razina prisutnosti „odraslih“ poduzeća upozorava na nisku osnovicu generiranja nove vrijednosti.

Kapacitet obnavljanja poduzetničke strukture

Gospodarstvo svake zemlje je živi organizam čija vibrantnost ovisi o intenzitetu stvaranja novih poslovnih pothvata, njihovog odrastanja, ali i brzini izlaska iz poslovne aktivnosti ukoliko se radi o poslovnom promašaju.

Brojna istraživanja pokazuju da najveći broj poslovnih pothvata nestaje u prve 2-3 godine (Shane, 2012., Timmons, J.A. and Spinelli, S. Jr, 2009.). Iz toga se može zaključiti da je potrebno njegovati barem toliku razinu stvaranja novih poslovnih pothvata koja će osigurati stabilnu bazu „odraslih“ poduzeća. GEM pokazatelji o ranoj (mlađoj od 42 mjeseca) poduzetničkoj aktivnosti i prisutnosti „odraslih“ poduzetničkih pothvata (starijih od 42 mjeseca) omogućavaju utvrđivanja omjera kojim se može procjenjivati kapacitet obnavljanja gospodarske strukture (Tablica 10).

Tablica 10
Kapacitet obnavljanja „odraslih“ poduzeća – TEA/„odrasla“ poduzeća

Godina	TEA/„odrasla“ poduzeća		
	Hrvatska	Najveći u EU	Najmanji u EU
2012.	2,7	2,7 Hrvatska	0,5 Grčka
2013.	2,5	3,6 Luksemburg	0,4 Grčka
2014.	2,2	2,2 Hrvatska	0,6 Grčka
2015.	2,7	3,1 Luksemburg	0,5 Grčka

Definicija „najboljeg“ odnosa novih i „odraslih“ poduzeća nije jednoznačna: npr. niski koeficijent obnavljanja poduzeća u Grčkoj očito nema utjecaj na vitalnost gospodarstva Grčke, nego može biti rezultat velikog broja „odraslih“ (što se vidi iz Tablice 9) i niske razine pokretanja novih poslovnih pothvata, pri čemu se ne zna je li veliki broj „odraslih“ poduzeća odraz njihove kvalitete ili poteškoća u zatvaranju poslovnih pothvata.

Ili, za tumačenje visokih omjera ranih i „odraslih“ poslovnih pothvata u Hrvatskoj i Luksemburgu potrebno je znati kakva je kvaliteta ranih poslovnih pothvata i sposobnost poduzetnika da ih razvijaju, kao i kakva je kvaliteta „odraslih“ poduzetničkih pothvata.

Niski motivacijski koeficijent u Hrvatskoj (Tablica 8) 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). Nedovoljna pripremljenost za taj proces može značiti da se relativno visoka rana poduzetnička aktivnost ne uspije održati.

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 11).

Tablica 11
Izlazak iz poslovne aktivnosti - %*

Godina	Hrvatska		EU		
	%	Rang*	%	Najmanji	Najveći
2012.	2,9	21/23	1,9	0,8 Slovenija	3,7 Grčka
2013.	2,8	20/23	2,0	1,0 Belgija	4,1 Grčka
2014.	2,6	20/23	1,7	0,9 Francuska	3,3 Slovačka
2015.	1,7	10/21	1,9	1,0 Belgija	3,5 Slovačka

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

Pokazatelji prikazani u Tablici 11 predstavljaju 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.

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 „provjetravanje“ 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.

Po postotku poslovnih pothvata (poduzeća) koja su prestala djelovati u zadnjih 12 mjeseci Hrvatska je na razini prosjeka EU. Poznavajući (ne)djelotvornost hrvatskog gospodarstva, to nikako ne može značiti potvrdu stabilnosti dobro funkcionirajućeg gospodarstva, nego više govori o *statusu quo*.

Usporedba ovog pokazatelja s motivacijskim indeksom (TEA prilika/TEA nužnost) (Tablica 8) 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 indeks (znatno više onih koji u poslovni pothvat ulaze zbog uočene prilike nego zato što ih je na to prisilila nužnost) češće imaju i niži postotak izlaska iz poslovne aktivnosti (npr. Danska, Švedska)², 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 indeksa: 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. U takvoj situaciji se nalazi Hrvatska, jer uz niski postotak izlaska iz poslovne aktivnosti ima i izuzetno niski motivacijski indeks (tablica 11 i tablica 8).

Malo rastućih poduzeća

Rastuća poduzeća su elitistička manjina u svim gospodarstvima (Autio, E., 2007), pa i onim najrazvijenijim, jer su nositelji konkurentnosti i generiranja nove zaposlenosti. Od 2006. 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 EU zemalja i zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti (Tablica 12 i Tablica 13), ali istovremeno ima značajnije manje poduzeća čiji proizvodi su novina svim kupcima (tablice 14 i 15). To otvara pitanja djelotvornosti ulaganja u tehnologiju, ali i razine inovativnosti unutar poduzeća, a time i konkurentnosti.

² Na primjer: Danska u 2014. godini ima niži od prosjeka postotak izlaska iz poduzetničkih aktivnosti (1,5%) a istovremeno ima i najviši motivacijski koeficijent (16,8). Ili Švedska, u kojoj je u 2012. godini postotak poduzeća koja prestaju djelovati na razini od 1,6%, što je ispod EU prosjeka, a motivacijski koeficijent je bio najviši u EU (12,6).

Tablica 12
Korištenje novih tehnologija – za TEA poduzetnike* (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – najnovije tehnologije
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2012.	17,3	25,9	56,8	10,0	19,8 Italija	11,9
2013.	20,3	27,1	52,6	13,2	26,7 Italija	14,6
2014.	16,8	23,8	59,5	12,7	24,3 Slovačka	13,9
2015.	32,8	33,9	33,3	13,9	32,8 Hrvatska	20,0

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

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

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – najnovije tehnologije
	Najnovije tehnologije	Nove tehnologije (1-5 godina)	Bez novih tehnologija	Najnovije tehnologije	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća s najnovijom tehnologijom	
2012.	7,7	18,7	73,6	4,2	12,8 Slovačka	4,4
2013.	14,5	14,7	70,8	5,6	16,9 Grčka	7,0
2014.	4,4	10,0	85,6	3,0	9,2 Finska	7,2
2015.	27,4	23,8	48,8	5,2	27,4 Hrvatska	8,7

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

U 2015. godini događaju se značajne promjene u tehnološkoj opremljenosti poduzeća (i „početničkih“ i „odraslih“), jer raste broj onih koji imaju najnovije tehnologije i pada broj onih koji imaju tehnologije starije od 5 godina. Iako je razumljivo da noviji poduzetnički pothvati (TEA) češće koriste najnovije tehnologije, ova promjena dovodi „odrasla“ poduzeća u bolju poziciju za stvaranje konkurentnih prednosti, što bi se trebalo odraziti i na njihov kapacitet u stvaranju nove vrijednosti. Kod „početničkih“ poduzeća smanjuje se učešće poduzeća sa starijim tehnologijama na jednu trećinu, a kod „odraslih“ poduzeća na 4-8% (sa tvrdokornih oko 70% što je karakteriziralo ta poduzeća od 2009. godine).

Iako je Hrvatska bolja po tehnološkoj opremljenosti svojih poduzeća od EU i usporedne skupine zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti, po inovativnosti proizvoda je obratno (Tablica 14 i Tablica 15).

Tablica 14
Novina proizvoda za kupce – TEA poduzetnici* (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – proizvod nov svima
	Nov svima	Nov nekima	Nikome nov	Nov svima	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća čiji proizvodi su novi svima	
2012.	9,0	21,1	69,9	16,6	38,4 Italija	19,1
2013.	8,1	21,9	70,1	16,0	30,5 Italija	15,4
2014.	8,2	19,1	72,7	16,0	30,7 Italija	14,6
2015.	8,8	19,4	71,8	14,4	29,5 Italija	14,9

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

Tablica 15
Novina proizvoda za kupce – „odrasli“ oduzetnici* (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – proizvod nov svima
	Nov svima	Nov nekima	Nikome nov	Nov svima	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća čiji proizvodi su novi svima	
2012.	11,4	9,7	78,8	10,3	41,4 Italija	15,6
2013.	5,1	4,5	90,5	8,7	20,5 Italija	12,6
2014.	2,8	14,5	82,7	7,9	22,5 Italija	12,9
2015.	11,1	13,9	75,0	9,6	25,0 Italija	12,3

* 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 2012.-2015. godine broj poduzeća koja su imala proizvod koji je novina na tržištu je gotovo upola manji od učešća takvih poduzeća u EU i grupi zemalja s gospodarstvima čiji razvoj se temelji na efikasnosti. Istovremeno, oko 70% „početničkih“ i više od 75% „odraslih“ poduzeća imaju proizvode koji nikome nisu novi.

Još uvijek nedovoljno tržišta „plavog ocena“, ali jačanje internacionalizacije

Od 2009. godine novi poduzetnici nastoje izbjeći tržišta na kojima svi nude isti proizvod i pozicioniraju se na tržištima s manje konkurencije. To je doprinijelo promjeni 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) prema odnosu od 40 : 60% u 2011. godini (Singer et al., 2012, str. 34). Ali, u razdoblju 2012.-2015. taj odnos se vratio na 50 : 50 (Tablica 16).

Kod „odraslih“ poduzeća tendencija povećanja konkurentnosti proizvoda vidljiva je u razdoblju 2002.-2011. godine (od 78 : 22% u 2002. godini na 59 : 41% u 2011. godini) (Singer et al., 2012, str. 34). U razdoblju 2012.-2014. taj odnos se ponovo pogoršao, da bi u 2015. godini dosegnuo razinu od 60:40 (Tablica 17).

Ti pomaci ostvareni su u dugom razdoblju i očito nisu stabilni, jer pozicioniranje na tržištu ovisi i o drugima koji brže inoviraju svoje proizvodne programe. Obje kategorije poduzeća još uvijek se više „guraju“ na tržištu s mnogo konkurenata. Razlog za to je u značajnije većem broja poduzeća s proizvodima koji nikome nisu novi (čak 71,8% „početničkih“ poduzeća i 75 % „odraslih“ u 2015. godini).

Tablica 16
Intenzitet očekivane konkurencije – TEA poduzetnici* (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?) - %

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – nitko ne nudi
	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	Nitko ne nudi	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji nemaju konkurenciju	
2012.	47,7	44,5	7,8	10,5	20,1 Irska	10,1
2013.	45,5	45,2	9,4	9,6	18,1 Irska	8,6
2014.	40,7	51,0	8,3	10,9	21,5 Francuska	10,2
2015.	50,2	42,5	7,3	8,3	24,3 Irska	8,3

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

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

Godina	Hrvatska			EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti – nitko ne nudi
	Mnogi nude	Neki nude	Nitko ne nudi	Nitko ne nudi	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji nemaju konkurenciju	
2012.	65,5	29,8	4,7	5,5	13,3 Rumunjska	6,3
2013.	67,8	28,2	4,0	4,7	14,4 Irska	5,6
2014.	64,0	35,1	0,9	5,3	14,1 Belgija	5,1
2015.	59,3	29,3	11,5	4,7	11,5 Hrvatska	5,5

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Hrvatska ima malo tržište pa je izlazak na međunarodna tržišta neophodnost, ali internacionalizacija hrvatskog gospodarstva ne pokazuje intenzitet promjena koje takva situacija zahtijeva.

Promjene u razdoblju 2012.-2015. 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 ujednačavanje novih i „odraslih“ poduzeća:

- Nova poduzeća (TEA) održavaju svoju internacionalizaciju na razini 60 : 40%, s jakim padom poduzeća koja nemaju kupce izvan Hrvatske (Tablica 18)
- „Odrasla“ poduzeća povećala su svoju internacionalizaciju od 64,8% (bez ili niska) vs. 35,2% (internationalizacija) u 2012. godini do odnosa 56,7% vs. 43,3% u 2015. godini, uz jaki pad poduzeća koja nemaju kupce izvan Hrvatske (Tablica 19)

Tablica 18
Intenzitet očekivane internacionalizacije (Koliko je kupaca izvan zemlje?) – TEA poduzetnici* - %

Godina	Hrvatska				EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti –zemlje s izvozom 76-100%
	Nema kupaca izvan	1-25%	26-75%	76-100%	76-100%	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji izvoze 76-100%	
2012.	27,3	33,5	22,8	16,4	10,0	21,3 Litva	6,2
2013.	16,1	42,9	21,1	19,9	9,2	19,9 Hrvatska	5,3
2014.	20,5	41,1	14,9	23,5	10,1	23,5 Hrvatska	6,3
2015.	9,9	52,5	23,7	13,9	7,4	17,0 Slovenija	3,7

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

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

Godina	Hrvatska				EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti –zemlje s izvozom 76-100%
	Nema kupaca izvan	1-25%	26-75%	76-100%	76-100%	Zemlja s najvećim učešćem poduzeća koji izvoze 76-100%	
2012.	24,7	40,1	14,5	20,8	7,1	20,8 Hrvatska	4,8
2013.	27,2	44,2	17,0	11,7	6,7	14,0 Luksemburg	4,5
2014.	29,7	49,7	9,1	11,6	6,4	12,5 Estonija	3,5
2015.	12,6	44,1	35,0	8,4	3,8	14,9 Luksemburg	3,7

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Očekivanja novog zapošljavanja – preoptimistična?

Prema definiciji koju koristi GEM istraživanje, 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) (Tablica 20 i Tablica 21).

Tablica 20
Očekivani intenzitet rasta (Novo zapošljavanje u narednih 5 godina?) – TEA poduzetnici* - %

Godina	10+, uz 50% povećanja početne zaposlenosti			20+ novog zapošljavanja		
	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2012.	22,7	18,8	18,3	1,0	0,9	1,3
2013.	22,7	17,4	15,5	1,0	0,9	1,2
2014.	27,9	17,1	14,1	1,2	0,9	1,1
2015.	23,8	16,2	15,1	0,8	0,8	1,1

* s poslovnim pothvatima ne starijim od 42 mjeseca

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

Godina	10+, uz 50% povećanja početne zaposlenosti		
	Hrvatska	EU	Prosjek za zemlje čija gospodarstva se temelje na efikasnosti
2012.	4,2	4,8	6,7
2013.	7,7	3,9	4,8
2014.	7,5	3,4	4,9
2015.	9,3	4,3	5,8

* s poslovnim pothvatima starijim od 42 mjeseca

Kada se radi o očekivanju rasta zaposlenosti na 10 i više zaposlenih, novi poduzetnički pothvati (TEA) iskazuju značajnije optimističnija očekivanja u vezi rasta i zapošljavanja nego što je to prosjek EU i prosjek zemalja čijoj razvojnoj skupini pripada i Hrvatska. U procjeni intenzivnog rasta, očekivanja novih poduzetničkih pothvata su značajno skromnija i na razini su grupacija s kojima se Hrvatska uspoređuje.

„Odrasla“ poduzeća su značajnije manje optimistična oko rasta zapošljavanja, ne samo u Hrvatskoj nego i u EU i u grupaciji zemalja čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti. Ali, u usporedbi Hrvatske s ovim grupacijama, „odrasla“ poduzeća su gotovo dvostruko optimističnija.

Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

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 22).

Tablica 22
Poduzetnička aktivnost zaposlenika -%

Godina	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti	
		Prosjeak/najviši	Rang Hrvatske*	Prosjeak	Rang Hrvatske**
2012.	10,0	10,0 18,7 Danska	8/11	5,7	5/19
2013.	-	9,4 11,8 UK	-	6,8	-
2014.	8,4	7,9 16,8 Danska	11/23	4,1	6/31
2015.	9,7	7,0 12,0 UK	3/21	4,0	2/29

*rang Hrvatske od zemalja EU uključenih u GEM istraživanje

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

Hrvatska ima iznadprosječnu poduzetničku aktivnost zaposlenika u odnosu na zemlje čijoj razvojnoj fazi pripada i na razini je prosjeka za EU zemlje (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. Posebno treba naglasiti da raskorak između implementacije novih tehnologija i prisutnost novih proizvoda (Tablice 12, 13, 14 i 15) predstavlja područje u kojem bi poticanje poduzetničke aktivnosti zaposlenika u području razvoja novih proizvoda povećalo i potencijal Hrvatske za izlazak na međunarodna tržišta.

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.

3 Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Poduzetnička demografija mijenja se sporo, i po rodosti i po dobi

Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji

Sektorska rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Regionalna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti

Osobna karta "regija"

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

Poduzetnički kapacitet neke zemlje određen je kapacitetom za proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje svakog pojedinca. Takvi poduzetni pojedinci osposobljeni su za primjenu principa supsidijarnosti, koji pretpostavlja odgovornost svake osobe da sudjeluje u 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, drugim riječima poduzetnički kapacitet pojedinca i zemlje pretpostavlja uključenost svih a ne isključenost nekih, po bilo kojem kriteriju.

Poduzetnička demografija mijenja se sporo, i po rodosti i po dobi

GEM istraživanje posebno prati promjene u poduzetničkoj aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti i dobi.

U razdoblju 2012.-2015. godine promjene u poduzetničkoj demografiji s obzirom na kriterij rodosti pokazuju značajnije promjene samo u 2015. godini, dok je u prethodnim godinama prilično stabilan jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena u korist muškaraca. (Tablica 23)

Tablica 23
Poduzetnička aktivnost po kriteriju rodosti, mjerena TEA indeksom

Godina	TEA muškarci %	TEA žene %	TEA Muškarci/TEA Žene		
			Hrvatska	EU	Najuravnoteženiji
2012.	11,8	4,9	2,4	2,1	1,4 Austrija
2013.	11,5	5,1	2,2	1,9	1,5 Španjolska
2014.	11,3	4,8	2,4	1,9	1,4 Španjolska
2015.	9,7	5,7	1,7	1,9	1,3 Grčka

Uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti s obzirom na kriterij rodosti u pravilu je prisutnija u zemljama koje imaju visoku nezaposlenost, što je vidljivo i unutar EU (Španjolska i Grčka). Istovremeno, uravnoteženost poduzetničkih aktivnosti žena i muškaraca prisutna je i u mnogim visoko razvijenim zemljama (kao što je Austrija, ali i Švicarska, Australija...), gdje je ulazak u poduzetničku aktivnost rezultat uočenih prilika, a poduzetnički eko-sistem podržava isti pristup šansama svima (raspoloživost usluga za obitelj, kao što su vrtići, cjelodnevni boravci djece u školama, usluge za brigu o starijim članovima obitelji...).

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	Dobna skupina				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
2012.	16,0	38,3	20,5	15,8	9,4
2013.	14,3	38,8	21,5	18,5	6,9
2014.	10,5	36,1	30,6	12,7	10,1
2015	13,8	30,6	28,2	19,2	8,2
Usporedba Hrvatske:					
EU 2015	12,0	29,1	27,6	20,6	10,7
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2015	16,5	31,8	26,5	16,9	8,3

U promatranom razdoblju pada učešće mladih u poduzetničkim aktivnostima, raste u dobnoj skupini 35-44 i nešto manje u dobnoj skupini 45-54 godine starosti (Tablica 25). Posebno zabrinjava pad učešća poduzetnički aktivnih mladih, imajući u vidu da je Hrvatska na 3. mjestu po nezaposlenosti mladih već niz godina. To otvara pitanje doprinosa obrazovanja u jačanju osposobljenosti mladih za samozapošljavanje.

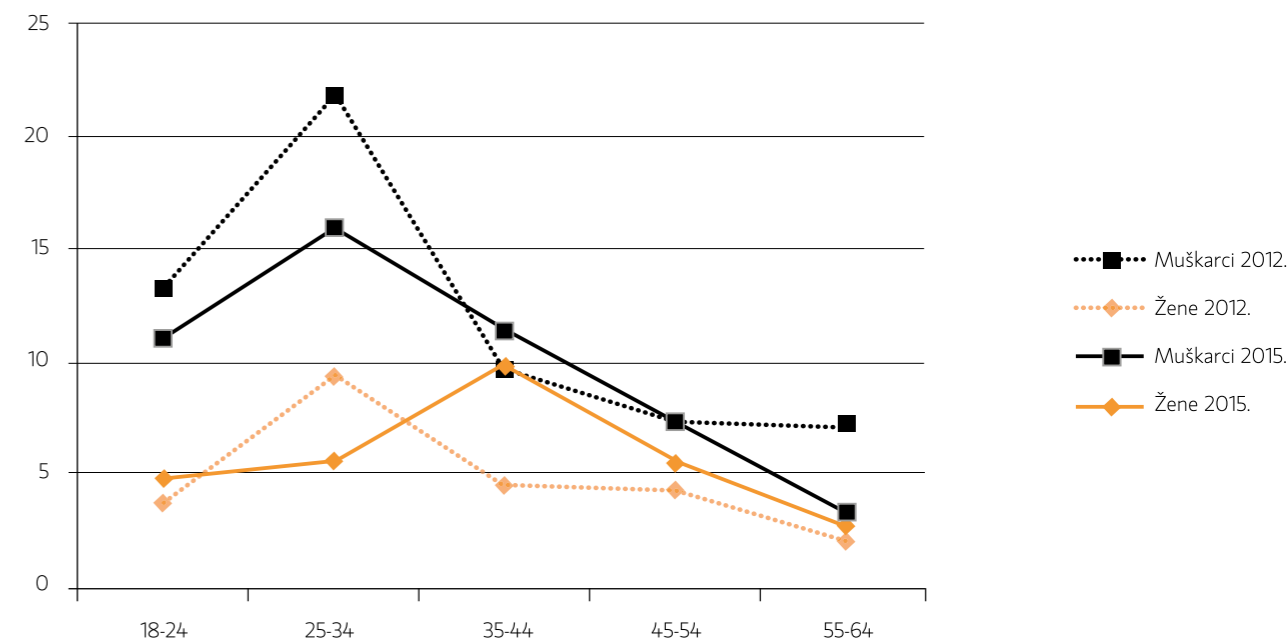
Tablica 25
Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom - %

Godina	Mladi (dobne skupine 18-24 + 25-34)			
	Hrvatska	EU		Gospodarstva temeljena na efikasnosti
		Prosjek	Zemlja s dominantnim učešćem mladih	
2012.	54,3	43,6	56,7 Litva	49,8
2013.	53,1	43,3	56,3 Latvija	49,3
2014.	46,6	43,2	56,4 Slovačka	47,8
2015.	44,4	41,1	52,7 Latvija	48,3

Dobna rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti s obzirom na kriterij rodnosti daje dodatnu informaciju o razlikama u poduzetničkim aktivnostima muškaraca i žena (Slika 9):

Slika 9
Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) po rodnom kriteriju i dobnoj strukturi - %

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Muškarci 2012.	13,2	21,7	9,6	7,2	7,1
Žene 2012.	3,7	9,3	4,5	4,3	2,0
Muškarci 2015.	11,0	15,9	11,3	7,3	3,3
Žene 2015.	4,8	5,6	9,8	5,5	2,7



U 2015. godini dogodila se značajna promjena ne samo u odnosu na 2012. godinu, nego i na razdoblje od 2002.-2011. godine, jer se uravnoteženje učešća poduzetnički aktivnih muškaraca i žena počelo događati već u starosnoj skupini od 35-44 godina.

Promatrajući ove tendencije kroz omjer poduzetnički aktivnih muškaraca i žena (Tablica 26) vidljivo je da je značajniji jaz u ranijim starosnim skupinama (što je vezano za materinstvo), ali i u najstarijoj starosnoj skupini (izuzetak je 2015. godina). To dodatno potvrđuje da je poduzetnička aktivnost žena uvjetovana i drugim aspektima, a ne samo voljnosti žena (raspoloživost usluga koje olakšavaju obiteljski život, kulturološki stav prema ulozi žena u obitelji i sl.).

Tablica 26
Poduzetnička aktivnost, po dobnim skupinama i rodnosti, 2012-2015

Dobne granice	TEA Muškarci / TEA Žene			
	2012.	2013.	2014.	2015.
18-24	3,5	2,8	5,0	2,3
25-34	2,3	2,2	2,3	2,8
35-44	2,1	1,3	1,9	1,2
45-54	1,7	2,7	2,4	1,3
55-64	3,5	4,9	2,7	1,2
Prosjek	2,4	2,2	2,4	1,7

Obrazovaniji su poduzetnički aktivniji

GEM istraživanje godinama potvrđuje da su obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji, što pokazuju i podaci za Hrvatsku (Tablica 27), te usporedni pokazatelji za EU, zemlje čijoj razvojnoj skupini (gospodarstva temeljena na efikasnosti) pripada i Hrvatska.

Tablica 27

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

Godina	Manje od srednje škole	Srednja škola	Obrazovanje nakon srednje škole	Postdiplomsko obrazovanje
2012.	5,2	8,9	11,8	14,2
2013.	3,3	3,0	6,8	1,2
2014.	4,1	8,3	12,1	7,8
2015.	0,8	9,1	9,8	10,7
EU, 2015.	4,6	7,1	9,9	11,4
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2015.	11,3	14,4	17,5	18,7
Gospodarstva temeljena na inovativnosti, 2015.	5,7	6,9	9,7	11,8

Usporedba Hrvatske s prosjekom EU pokazuje sličnost, osim što je u Hrvatskoj znatno manje poduzetnički aktivnih s najnižom razinom obrazovanja. Značajnija razlika je u odnosu na prosjek skupine zemalja kojoj Hrvatska pripada (gospodarstva temeljena na efikasnosti), jer Hrvatska ima značajnije nižu razinu poduzetničke aktivnosti u svakoj od promatranih obrazovnih razina.

Sektorska rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti

Rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti po djelatnostima / 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 poslovne usluge orijentirane krajnjim potrošačima (Tablica 28).

Tablica 28

Sektorska rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti – TEA, %

Godina	Ekstraktivna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orijentirane	
			Poduzećima (B2B)	Potrošačima (B2C)
2012.	13,1	18,0	26,7	42,2
2013.	13,3	22,6	22,3	41,9
2014.	10,1	23,2	30,6	36,1
2015.	16,8	23,6	25,5	36,1
EU, 2015.	7,6	22,5	25,7	44,2
Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2015.	6,5	23,5	11,6	58,4
Gospodarstva temeljena na inovacijama, 2015.	5,2	19,1	28,3	47,4

Sektorska distribucija novih poslovnih pothvata u Hrvatskoj (mjereno TEA indeksom) pokazuje u razdoblju 2012.-2015. godine tendencije jačanja poduzetničke aktivnosti u prerađivačkoj industriji, lagani rast u ekstraktivnoj industriji i pad poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima. Uspoređujući Hrvatsku s prosjekom poduzetničkih aktivnosti u tim sektorima u EU, Hrvatska ima manje novih poslovnih pothvata u sektoru usluga orijentiranih potrošačima a više u sektoru ekstraktivne industrije.

Regionalna rasprostranjenost poduzetničkih aktivnosti

Hrvatska dugi niz godina živi 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 razvijenosti¹ koji grupira jedinice lokalne uprave u četiri kategorije, ovisno o otklonu od standardiziranog prosjeka za Hrvatsku²:

- 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“³:

- 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 – Priopćenje Državnog zavoda za statistiku, Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, NKPJS 2012. – 2. RAZINA I ŽUPANIJE U 2013., 15. Veljače 2016., Zagreb (http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/12-01-03_01_2016.htm)
- 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
- Broj stanovnika – Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2015, Državni zavod za statistiku, Zagreb 2015
- Obrazovanost – Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Godine, Državni zavod za statistiku
- Nezaposlenost - Slika tržišta rada, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Državni zavod za statistiku (<http://trzisterada.hzz.hr/hr>)
- Indeks razvijenosti – Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj razini 2013, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 27.12.2013. (<https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//arhiva/Regionalni%20razvoj//Vrijednosti%20indeksa%20razvijenosti%20i%20pokazatelja%20za%20izra%20C4%8Dun%20indeksa%20razvijenosti%20na%20C5%BEupanijskoj%20razini%202013..pdf>)

¹ Indeks razvijenosti je pokazatelj koji se računa kao ponderirani prosjek pet pokazatelja (stopa nezaposlenosti, dohodak po stanovniku, proračunski prihodi jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave po stanovniku, opće kretanje stanovništva, stopa obrazovanosti) radi mjerenja stupnja razvijenosti jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave te se na temelju odstupanja vrijednosti pokazatelja od državnog prosjeka jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave razvrstavaju u skupine razvijenosti. <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112>

² 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

³ Za potrebe GEM projekta, hrvatske županije su grupirane u regije, po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske.

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

Osobna karta regija

Zagreb i okolica



	Površina	Broj stanovnika
Grad Zagreb	641 km ²	790 017
Zagrebačka	3060 km ²	317 606
Ukupno	3701 km ²	1 107 623

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
		2013.	2013.	2013.	2013.
Grad Zagreb	186,44	18 132	1	2	3
Zagrebačka županija	124,23	7 781	7	4	5
Prosjek	155,34	12956,5			
Rang	1	1			

Nezaposlenost, godišnji prosjek 2013.

	%
Grad Zagreb	10,8
Zagrebačka županija	21,5
Prosjek	16,15
Rang	5

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Grad Zagreb	790017	0,3
Zagrebačka županija	317606	0,8
Ukupno/Prosjek	1 107 623	0,55

Slavonija i Baranja



	Površina	Broj stanovnika
Požeško-slavonska	1823 km ²	78 034
Brodsko-posavska	2030 km ²	158 575
Osječko-baranjska	4155 km ²	305 032
Vukovarsko-srijemska	2454 km ²	179 521
Ukupno	10 462 km ²	721 162

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
		2013.	2013.	2013.	2013.
Požeško-slavonska županija	33,81	6 102	21	20	21
Brodsko-posavska županija	18,43	5 858	16	14	14
Osječko-baranjska županija	46,07	8 121	11	13	09
Vukovarsko-srijemska županija	18,73	6 025	20	21	18
Prosjek	29,26	6526,5			
Rang	6	6			

Nezaposlenost, godišnji prosjek 2013.

	%
Požeško-slavonska županija	30,5
Brodsko-posavska županija	37,0
Osječko-baranjska županija	32,1
Vukovarsko-srijemska županija	35,8
Prosjek	33,85
Rang	1

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Požeško-slavonska županija	78 034	1,6
Brodsko-posavska županija	158 575	1,2
Osječko-baranjska županija	305 032	1
Vukovarsko-srijemska županija	179 521	1,6
Ukupno/Prosjek	721162	1,35

Sjeverna Hrvatska



	Površina	Broj stanovnika
Bjelovarsko-bilogorska	2 640 km ²	119 764
Koprivničko-križevačka	1 748 km ²	115 584
Krapinsko-zagorska	1 229 km ²	132 892
Međimurska	729 km ²	113 804
Varaždinska	1 262 km ²	175 951
Virovitičko-podravaska	2 024 km ²	84 836
Ukupno	9632 km ²	742 831

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR		Rang konkurentnosti		Rang kvalitete poslovnog okruženja		Rang kvalitete poslovnog sektora	
		2013.	2013.	2013.	2013.	2013.	2013.		
Krapinsko-zagorska županija	73,24	6 380	12	12	12	12			
Varaždinska županija	83,34	8 415	2	1	2	2			
Koprivničko-križevačka županija	59,19	8 768	8	5	7	7			
Bjelovarsko-bilogorska županija	23,29	6 838	15	15	16	16			
Virovitičko-podravaska županija	5,56	6 043	18	17	17	17			
Međimurska županija	69,65	8 481	4	6	4	4			
Prosjeck	52,38	7 487,5							
Rang	5	5							

Nezaposlenost, godišnji prosjek 2013.

	%
Krapinsko-zagorska županija	21,3
Varaždinska županija	16,9
Koprivničko-križevačka županija	23,9
Bjelovarsko-bilogorska županija	30,2
Virovitičko-podravaska županija	36,2
Međimurska županija	18,7
Prosjeck	24,53
Rang	3

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Krapinsko-zagorska županija	132 892	0,8
Varaždinska županija	175 951	0,5
Koprivničko-križevačka županija	115 584	0,8
Bjelovarsko-bilogorska županija	119 764	1,3
Virovitičko-podravaska županija	84 836	1,2
Međimurska županija	113 804	0,6
Ukupno/Prosjeck	742 831	0,87

Lika i Banovina



	Površina	Broj stanovnika
Karlovačka	3 626 km ²	128 899
Ličko-senjska	5 353 km ²	50 927
Sisačko-moslavačka	4 468 km ²	172 439
Ukupno	13 447 km ²	352 265

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR		Rang konkurentnosti		Rang kvalitete poslovnog okruženja		Rang kvalitete poslovnog sektora	
		2013.	2013.	2013.	2013.	2013.	2013.		
Sisačko-moslavačka županija	38,70	7 842	19	19	19	19			
Karlovačka županija	56,34	7 763	13	11	13	13			
Ličko-senjska županija	64,82	7 841	17	18	20	20			
Prosjeck	53,29	7 815,3							
Rang	4	4							

Nezaposlenost, godišnji prosjek 2013.

	%
Sisačko-moslavačka županija	34,8
Karlovačka županija	26,2
Ličko-senjska županija	23,0
Prosjeck	28,0
Rang	2

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Sisačko-moslavačka županija	172 439	1,5
Karlovačka županija	128 899	1,4
Ličko-senjska županija	50 927	1,2
Ukupno/Prosjeak	352 265	1,37

Istra, Primorje i Gorski kotar



	Površina	Broj stanovnika
Istarska	2 813 km ²	208 055
Primorsko-goranska	3 588 km ²	296 195
Ukupno	6401 km ²	504250

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
		2013.	2013.	2013.	2013.
Primorsko-goranska županija	139,21	12 930	5	8	6
Istarska županija	156,80	12 711	3	9	1
Prosjeak	148,01	12 820,5			
Rang	2	2			

Nezaposlenost, godišnji prosjeak 2013.

	%
Primorsko-goranska županija	17,0
Istarska županija	12,6
Prosjeak	14,8
Rang	6

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Primorsko-goranska županija	296 195	0,3
Istarska županija	208 055	0,3
Ukupno/Prosjeak	504 250	0,3

Dalmacija



	Površina	Broj stanovnika
Dubrovačko-neretvanska	1 781 km ²	122 568
Splitsko-dalmatinska	4 540 km ²	454 798
Šibensko-kninska	2 984 km ²	109 375
Zadarska	3 646 km ²	170 017
Ukupno	12 951 km ²	856 758

	Indeks razvijenosti %	BDP pc u EUR	Rang konkurentnosti	Rang kvalitete poslovnog okruženja	Rang kvalitete poslovnog sektora
		2013.	2013.	2013.	2013.
Zadarska županija	106,39	8 713	6	3	8
Šibensko-kninska županija	80,93	8 051	14	16	15
Splitsko-dalmatinska županija	93,75	7 849	9	7	11
Dubrovačko-neretvanska županija	120,84	9 969	10	10	10
Prosjeak	100,48	8 645,5			
Rang	3	3			

Nezaposlenost, godišnji prosjeak 2013.

	%
Zadarska županija	22,5
Šibensko-kninska županija	24,8
Splitsko-dalmatinska županija	27,9
Dubrovačko-neretvanska županija	20,5
Prosjeak	23,93
Rang	4

Ljudski kapital

	Broj stanovnika 2015.	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina 2011.
Zadarska županija	170 017	1,5
Šibensko-kninska županija	109 375	2
Splitsko-dalmatinska županija	454 798	0,8
Dubrovačko-neretvanska županija	122 568	0,4
Ukupno/Prosjeak	856 758	1,175

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

Poduzetnička aktivnost mjerena TEA indeksom varira unutar promatranog razdoblja, ali pad poduzetničke aktivnosti pokazuju „regije“ Zagreb i okolica, Slavonija i Baranja, te Dalmacija. Veća razlika između „regija“ vidi se uključivanjem razloga za ulazak u poduzetničku aktivnost (uočena prilika ili nužnost) (Tablica 29 i Tablica 30).

Tablica 29
Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske – TEA indeksi, %

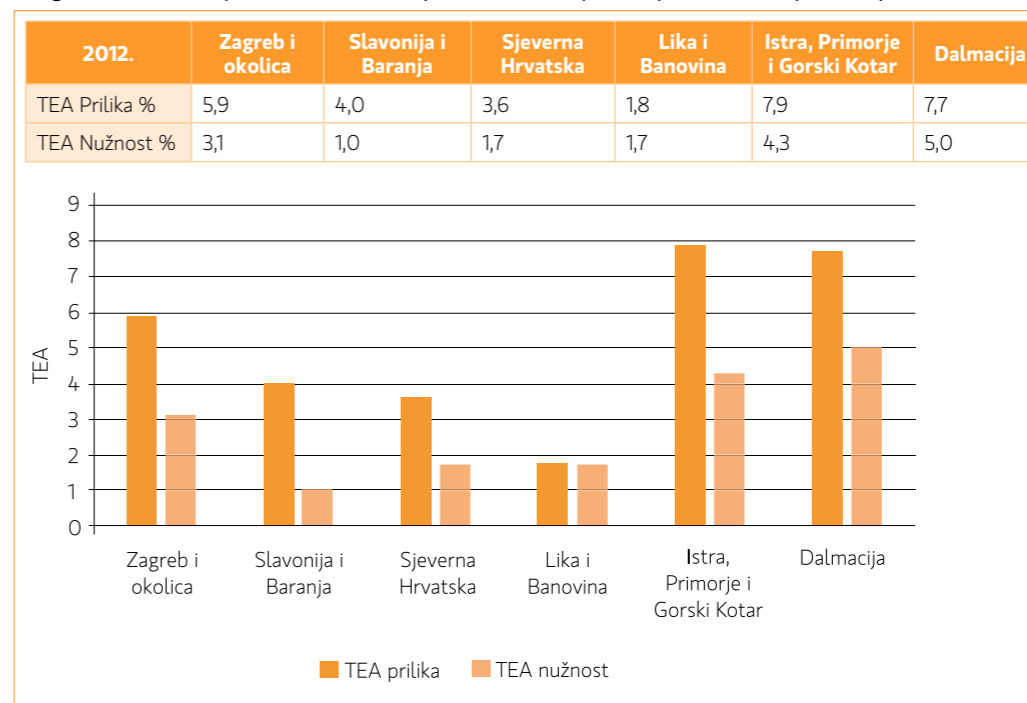
Godina	Zagreb i okolica	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija	Hrvatska
2012.	9,2	5,2	5,2	3,5	12,2	12,6	8,3
2013.	10,0	6,8	3,8	7,5	9,6	10,7	8,3
2014.	9,5	5,8	8,8	4,4	6,8	9,2	8,0
2015.	8,2	3,9	7,7	4,4	11,8	9,0	7,7

Tablica 30
Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, %

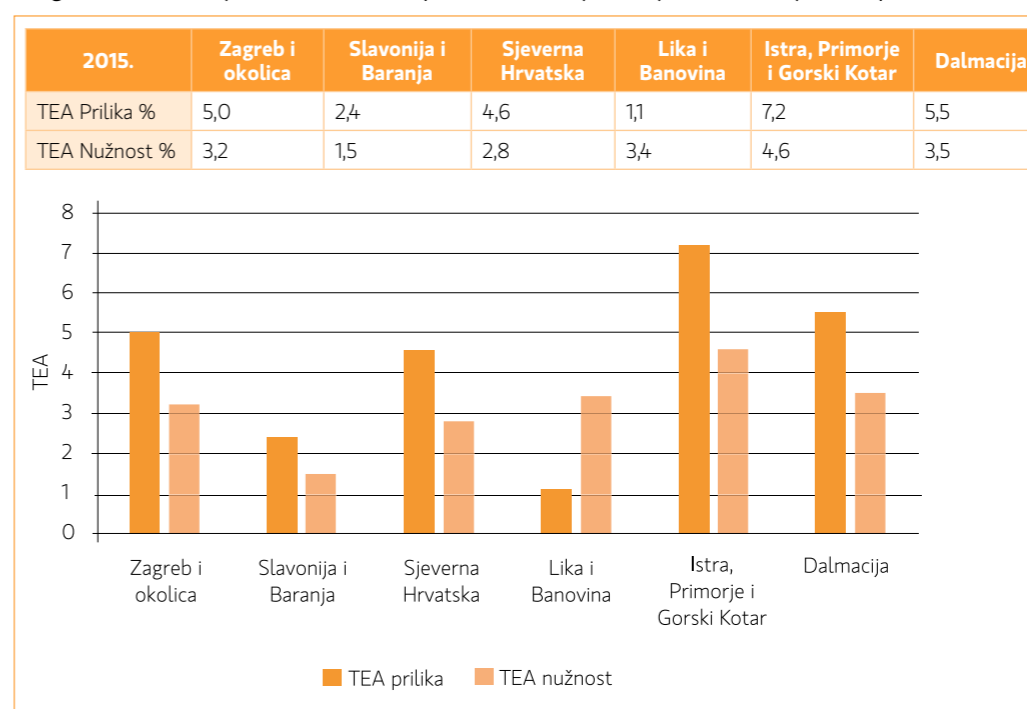
Regija	2012.		2013.		2014.		2015.	
	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost	TEA prilika	TEA nužnost
Zagreb i okolica	5,9	3,1	6,9	3,1	5,9	3,5	5,0	3,2
Slavonija i Baranja	4,0	1,0	3,7	3,1	1,7	4,2	2,4	1,5
Sjeverna Hrvatska	3,6	1,7	1,8	1,7	4,4	4,0	4,6	2,8
Lika i Banovina	1,8	1,7	3,1	4,0	2,7	1,6	1,1	3,4
Istra, Primorje i Gorski Kotar	7,9	4,3	6,1	3,4	3,7	2,6	7,2	4,6
Dalmacija	7,7	5,0	6,6	3,8	4,2	4,8	5,5	3,5
Hrvatska	5,4	2,8	5,0	3,1	4,1	3,7	4,6	3,1

Usporedba 2012. i 2015. godine ukazuje na razlike u intenzitetu poduzetničke aktivnosti po „regijama“, te razliku u motiviranosti za ulazak u poduzetničku aktivnost. Najniža razina poduzetničke aktivnosti i pretežnost poduzetničkih pothvata zbog nužnosti je u Lici i Banovini.

Slika 10
Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj – TEA prilika i TEA nužnost, 2012.



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



U promatranom razdoblju Lika i Banovina ima najniži omjer ranih poduzetničkih pothvata pokrenutih iz uočene prilike ili nužnosti – u 2013. i 2015. godini taj omjer je bio ispod nule, što znači da su ljudi češće ulazili u poduzetničku aktivnost zbog nužde. Nepoželjne omjere ima i Sjeverna Hrvatska, te Dalmacija, a posebno zabrinjava što se taj omjer smanjuje i u razvijenijim „regijama“ (Zagreb i okolica, te Istra, Primorje i Gorski Kotar) (Tablica 31).

Tablica 31
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
2012.	1,9	4,0	2,2	1,1	1,8	1,5	1,9
2013.	2,3	1,2	1,0	0,8	1,8	1,7	1,6
2014.	1,7	4,0	1,1	1,7	1,4	0,9	1,1
2015.	1,6	1,6	1,7	0,3	1,6	1,6	1,5

Najniži motivacijski indeks Like i Banovine zahtijeva pažnju brojnih institucija. Lika i Banovina u promatranom razdoblju ima najnižu poduzetničku aktivnost (Tablica 29), koja je u značajnoj mjeri rezultat poduzetničke aktivnosti onih koje je na to natjerala nužnost (nezaposlenost). 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.

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti unutar neke zemlje u su povezane i sa razlikama u razvijenosti pojedinog područja – prikazani podaci za Hrvatsku to potvrđuju. 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, 2015

„Regija“	Indeks razvijenosti		BDP pc 2013		Nezaposlenost 2013.		Poduzetnička aktivnost 2015.			
	%	Rang	EUR	Rang	%	Rang	Nova poduzetnička aktivnost		Motivacijski koeficijent	
							TEA	Rang	TEA Prilika/TEA Nužnost	Rang
Zagreb i okolica	155,34	1	12.956	1	16,15	5	8,2	3	1,6	2
Slavonija i Baranja	29,26	6	6.526	6	33,85	1	3,9	6	1,6	2
Sjeverna Hrvatska	52,38	5	7.487	5	24,53	3	7,7	4	1,7	1
Lika i Banovina	53,29	4	7.815	4	28,0	2	4,4	5	0,3	6
Istra, Primorje i Gorski Kotar	148,01	2	12.820	2	14,8	6	11,8	1	1,6	2
Dalmacija	100,48	3	8.645	3	23,93	4	9,0	2	1,6	2

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 tri najrazvijenije (mjereno indeksom razvijenosti i BDP pc) „regije“ (Istra, Primorje i Gorski Kotar; Dalmacija; Zagreb i okolica).

U 2015. godini motivacijski indeks je nizak i prilično ujednačen po regijama, ali je najniži u Lici i Banovini koja je i najnerazvijenija. Niska razina motivacijskog indeksa u gotovo svim „regijama“ je upozorenje, jer će se to odraziti na stvaranje nove vrijednosti u narednim godinama.

4 Poduzetnička okolina Hrvatske u EU perspektivi 2012.-2015.

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

Poduzetničko djelovanje sinergijski je fenomen interakcije pojedinca s okolinom, koja može biti poticajna ili ograničavajuća za bilo koju fazu poduzetničkog djelovanja: od percepcije prilika, oblikovanja namjera do pokretanja poslovnog pothvata.

Poduzetnička okolina u GEM konceptualnom okviru (Slika 1, Poglavlje 1) opisana je različitim komponentama, koje uz makro-ekonomske politike stvaraju kontekst karakterističan za svaku pojedinu zemlju unutar kojeg se događaju poduzetničke aktivnosti ljudi.

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 instrumente¹ kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata u pogledu:

- raspoloživosti i strukture izvora financiranja za poduzetnike,
- vladinih politika,
- vladinih programa usmjerenih poticanju poduzetništva,
- obrazovnih programa,
- prijenosa znanja i tehnologije,
- kvalitete profesionalnih i potpornih institucija,
- otvorenosti tržišta,
- raspoloživosti fizičke infrastrukture,
- kulturnih i društvenih normi.

¹ Cronbach Alpha test s vrijednostima između 0,7 i 0,89 ukazuje na visoku pouzdanost mjernih instrumenata, što daje kredibilitet procjenama kvalitete poduzetničke okoline.

Upitnikom su obuhvaćene i tvrdnje kojima eksperti u pojedinim godinama 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,
- stav prema socijalnom poduzetništvu.

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 2012.-2015. godine, s mogućnosti usporedbe s prosjekom EU zemalja uključenih u GEM istraživanju, te sa najboljim komponentama poduzetničke okoline u pojedinoj godini (Tablica 33 do Tablica 47). Usporedba sa zemljama čije komponente poduzetničke okoline su najbolje ocjenjene daje svojevrsni putokaz za učenje iz najbolje prakse.

Pristup novcima

Hrvatska po ocjenama kvalitete pristupa novcima (tablica 33) zaostaje u cijelom promatranom razdoblju za prosjekom EU zemalja uključenih u GEM istraživanje. Iako na tržištu novca postoji značajna ponuda bankarskih kredita, u Hrvatskoj se 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 u svim godinama GEM istraživanja,

Tablica 33
Pristup novcima, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,1	2,5	3,0	Belgija	1,7	Grčka
2013.	2,3	2,6	2,9	Portugal	1,8	Španjolska
2014.	2,3	2,7	3,4	Belgija	2,1	Grčka
2015.	2,0	2,7	3,4	Nizozemska	1,8	Grčka

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 EU 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 EU zemalja (u 2015. godini, Hrvatska je imala najniže ocjenjene vladine politike prema regulatornom okviru). Od devet najniže ocjenjenih tvrdnji u vezi komponenti poduzetničke okoline u razdoblju 2012.-2015. godina čak pet je vezano za vladine politike (Tablica 46) (nemogućnost dobivanja svih potrebnih dozvola i potvrda u roku od tjedan dana; nova i rastuća poduzeća teško se nose s birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima; država ništa ne čini da promijeni nepovoljni položaj novih poduzeća prilikom sudjelovanja u javnim nabavkama; porezni teret za nova i rastuća poduzeća; nekonzistentnost poreske politike). Pad ocjena u 2015. godini dodatno upozorava na kritičnost te komponente poduzetničkog eko-sistema.

Tablica 34
Vladine politike – prioritete, podrške, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,0	2,6	3,5	Francuska	1,6	Grčka
2013.	2,2	2,6	3,4	Luksemburg	1,9	Slovačka
2014.	2,2	2,7	3,4	Luksemburg	2,1	Grčka
2015.	1,8	2,5	4,0	Belgija	1,7	Mađarska

Tablica 35
Vladine politike – brzina i lakoća regulatornog funkcioniranja, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	1,7	2,5	3,5	Estonija	1,7	Italija
2013.	1,8	2,4	3,3	Luksemburg	1,5	Italija
2014.	1,6	2,4	3,6	Estonija	1,5	Italija
2015.	1,4	2,4	3,5	Portugal	1,4	Hrvatska

Vjerovali ili ne – mora biti jednostavnije, brže, pristojnije

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

Pod tim naslovom smo primjer nefunkcioniranja principa administrativne šutnje prezentirali u publikaciji Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2002-2011, objavljenoj 2012. godine, str. 79. Vrlo detaljno smo opisali kako se taj princip ne primjenjuje i koji članci Zakona o općem upravnom postupku to omogućavaju.

Provoditi načelo „šutnja je pristanak“ (*silence is consent*) ukoliko institucije ne izdaju rješenja po isteku zakonskog roka, definirano je Zakonom o općem upravnom postupku, ali se i dalje ne primjenjuje.

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

I tada, 2012. godine nismo bili članica Europske unije – hoće li nas sada činjenica da to jesmo natjerati da počnemo primjenjivati taj važan princip, koji ima dalekosežni učinak na efikasnost javne uprave. Nemoćnost primjene principa administrativne šutnje, 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? 2012. godine smo to drugačije formulirali: Ništa se nije dogodilo, tko ima interese da se ništa ne mijenja? Građani? Ne, naravno. Poduzetnici? Ne, naravno.

I 2015. godine – Ništa se nije dogodilo, je li to moguće?

Provoditi zakonsko načelo „samo jednom“ (*once-only*)

Institucije opće države ne smiju tražiti isti podatak od iste osobe više puta, nego podatke razmjenjuju kroz međusobnu komunikaciju i interoperabilnost. To znači ukidanje obaveze dostave: izvoda iz registra, dokaza o radnom iskustvu, prebivalištu, potvrde o nekažnjavanju, dostave dokumenata koji ne smiju biti stariji od tri do šest mjeseca, uvjerenja o zdravstvenoj sposobnosti i dr.

To je sve već i definirano Zakonom o općem upravnom postupku, ali uglavnom bez primjene, zatim Zakonom o uslugama koji nalaže uklanjanje administrativnih duplikacija i Zakonom o državnoj informacijskoj infrastrukturi.

U Zakonu o općem upravnom postupku, Glava II. POSTUPAK RJEŠAVANJA UPRAVNE STVARI sve to je rečeno:

Članak 47.

- (1) Službena osoba utvrđuje sve činjenice i okolnosti bitne za rješavanje o upravnoj stvari.
- (2) Službena osoba pribavit će po službenoj dužnosti podatke o činjenicama o kojima službenu evidenciju vodi javnopravno tijelo kod kojeg se vodi postupak, odnosno drugo javnopravno tijelo ili sud.

A zašto se to ne događa? Je li netko odgovarao zbog toga? Je li se netko ispričao građanima zašto se to ne primjenjuje, nego građani troše vrijeme i novac na nešto što treba netko tko je zaposlen na tim poslovima napraviti?

Vladini programi za poduzetništvo

Vladini programi prema poduzetništvu (Tablica 36) malo su bolje ocjenjeni od vladinih politika prema prioritetima i podrškama, ali i dalje su ocjene u svim godinama ispod prosjeka EU zemalja.

Tablica 36
Vladini programi, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,2	2,8	3,61	Francuska	1,72	Grčka
2013.	2,5	2,8	3,61	Luksemburg	2,03	Grčka
2014.	2,3	2,8	3,58	Austrija	1,95	Grčka
2015.	2,0	2,7	3,59	Luksemburg	1,75	Grčka

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. Zabrinjavajuće je da u 2015. godini Hrvatska ima najniže ocjene u EU za doprinos obje razine obrazovanja razvoju poduzetničkog kapaciteta mladih ljudi. Među devet najniže ocijenjenih tvrdnji u razdoblju 2012.-2015. (Tablica 47) je i tvrdnja o tome da osnovno i srednjoškolsko obrazovanje ne doprinosi razvoju poduzetničkih kompetencija i razumijevanju tržišnog gospodarstva (i to u svim godinama osim u 2012. godini). Iako ta komponenta poduzetničke okoline svagdje u svijetu predstavlja više ograničenje nego stimulans za poduzetništvo (jer su čak i najveće vrijednosti tek oko 3), 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 EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,0	2,1	3,1	Nizozemska	1,5	Španjolska
2013.	1,9	2,1	3,1	Nizozemska	1,4	Španjolska
2014.	1,7	2,1	3,1	Danska	1,5	Grčka
2015.	1,3	2,1	3,4	Portugal	1,3	Hrvatska

Tablica 38
Tercijarno obrazovanje, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,7	2,8	3,5	Nizozemska	2,3	Španjolska
2013.	2,6	2,8	3,3	Nizozemska	2,3	Španjolska
2014.	2,4	2,8	3,4	Danska	2,3	Grčka
2015.	2,1	2,7	3,4	Nizozemska	2,1	Hrvatska

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 obuke 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 EU 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.

Tablica 39
Komercijalna i profesionalna infrastruktura, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,8	3,2	3,8	Nizozemska	2,8	Poljska
2013.	2,7	3,2	3,9	Nizozemska	2,5	Španjolska
2014.	2,9	3,3	3,9	Litva	2,7	Slovenija
2015.	2,6	3,1	3,8	Belgija	2,6	Italija

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.) Hrvatska je značajno slabija od prosjeka EU, ali je 2014. i 2015. godine bila i zemlja s najnižim ocjenama za tu komponentu poduzetničkog eko-sistema. Ovdje je potrebno istaknuti Švicarsku koja je po kvaliteti transfera istraživanja u poslovni sektor od 2009. godine na prvom mjestu od svih zemalja uključenih u GEM istraživanje (s ocjenama na razini od oko 3,5 i više). Od Švicarske i nabolji trebaju učiti kako istraživanje pretočiti u inovativnost u području proizvoda, procesa, organizacije i tržišta i na taj način jačati pretpostavke za rast poduzeća.

Tablica 40
Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,1	2,5	3,3	Nizozemska	2,0	Slovačka
2013.	2,1	2,5	3,0	Finska	1,9	Slovačka
2014.	2,0	2,6	3,0	Belgija	2,0	Hrvatska
2015.	1,8	2,5	3,2	Luksemburg	1,8	Hrvatska

Transfer istraživačkih spoznaja u poslovni sektor važna je pretpostavka stvaranja konkurentnih, a kroz to i rastućih poduzeća. 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 napore da se izgradi podrška kroz politike, programe, obrazovanje, pristup odgovarajućim vrstama novaca (rizični kapital, poslovni anđeli), specijalizirane poslovne usluge itd. Međutim, Hrvatska nedovoljno prepoznaje važnost jako rastućih poslovnih pothvata. Ocjene su ispod prosječnih ocjena EU zemalja, a indikativno je da Irska daje najveće značenje takvim poduzećima (ocjenjujući njihov značaj ocjenama 4,2 i 4,1, u godinama 2012. i 2013.), dok Hrvatska ocjenjuje njihov značaj na razini od 2,5 i 2,7 u tim godinama. Eksperti također ocjenju-

ju da su poduzeća manje zainteresirana za inovativnost, nego potrošači, 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 kojima će se pozicionirati na tržištima „plavog oceana“.

Jedan jako, jako dobar primjer poduzetničkog pothvata temeljenog na visoko specijaliziranom znanju



Genos d.o.o.
Hondlova 2/11 Zagreb
www.genos.hr
www.genos-glyco.hr

U travnju 2007. godine prof. dr. sc. Gordan Lauc, molekularni biolog i kemičar, angažiran na Sveučilištu u Zagrebu i Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku osnovao je u Osijeku tvrtku Genos d.o.o. kao akademski startup namijenjen prijenosu znanja u gospodarstvo. Unatoč izostanku bilo kakve potpore države ili sveučilišta, te brojnim administrativnim i organizacionim preprekama, od samog početka poslovanja Genos ostvaruje organski rast prihoda i zaposlenika, te u 2014. godini zapošljava preko 30 djelatnika i ostvaruje prihod od 9,3 milijuna kuna. U 2015. godini Genos u suradnji s Medilabom i bolnicom Sveta Katarina osniva Genos DNA laboratorij u koji prenosi komercijalni dio poslovanja unutar Hrvatske, a Genos d.o.o. se usmjerava na istraživanje i razvoj, te prodaju izvan Hrvatske. U 2015. godini obje tvrtke zajedno bilježe prihode od oko 12 milijuna kuna i zapošljavaju četrdesetak djelatnika.

Uspjeh Genosa baziran je na intenzivnom ulaganju u istraživanje i razvoj te školovanju djelatnika. Oko 90% djelatnika je visokoobrazovano, njih 12 su i doktori znanosti (većina je doktorat stekla radom u Genosu), a još 9 doktoranada bi trebali doktorirati do kraja 2018. godine.

Genos trenutno sudjeluje u šest FP7 i jednom Horizon 2020 projektu po čemu je vodeća znanstvena institucija u Hrvatskoj. Ukupna ugovorena vrijednost tih projekata je 6,4 milijuna EUR od čega Europska komisija osigurava 5,1 milijuna. Rezultat projekata su iznimna znanstvena otkrića, publicirana u vodećim znanstvenim časopisima. U posljednje tri godine objavljeno je preko 50 znanstvenih radova, a 6 patenata je proizašlo kao rezultat znanstvenih istraživanja. Prof. Gordan Lauc, jedan je od vodećih znanstvenika u području glikobiologije u svijetu, a u periodu od 2015. do 2017. je i predsjednik «International Glycoconjugate Organisation», jedine globalne organizacije za promicanje istraživanja u području glikobiologije u svijetu.

Misija Genosa je translacija rezultata znanstvenih istraživanja u proizvode i usluge u medicini. Inovativnom primjenom znanstvenih otkrića Genos nastoji zauzeti i održati poziciju tvrtke temeljene na znanju, te doprinijeti razvoju zajednice (Hrvatske i EU) kako kroz sustavno zapošljavanje mladih znanstvenika, tako i podizanjem razine medicinske dijagnostike uvođenjem DNA testova koji mogu znatno utjecati na poboljšanje kvalitete života pojedinca.

Otvorenost tržišta

Poduzetničko djelovanje ovisi o otvorenosti tržišta, koje se u GEM istraživanju prati kroz dva aspekta: dinamičnost promjena i intenzitet barijera. U cijelom razdoblju 2012.-2015. Hrvatska pokazuje vrlo stabilne razlike između iznadprosječne ocjene za dinamičnost (Tablica 41) i ispodprosječne ocjene za tržište bez barijera (Tablica 42). 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.² Alarmantno je da Hrvatska ima najlošije ocijenjenu otvorenost tržišta s obzirom na prisutnost barijera u EU, i to u 2012., 2014. i 2015. godini (u 2013. godini to mjesto je držala Grčka!).

Tablica 41
Otvorenost tržišta – dinamičnost promjena, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	3,5	3,0	3,9	Poljska	2,4	Portugal
2013.	3,6	3,1	3,0	Litva	2,1	Španjolska
2014.	3,4	3,0	4,0	Poljska	2,3	Latvija
2015.	3,6	2,9	3,8	Poljska	2,1	Bugarska

Tablica 42
Otvorenost tržišta – barijere ulaska, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,1	2,7	3,6	Nizozemska	2,1	Hrvatska
2013.	2,1	2,7	3,3	Nizozemska	2,2	Grčka
2014.	2,1	2,8	3,4	Danska	2,1	Hrvatska
2015.	1,8	2,7	3,7	Nizozemska	1,8	Hrvatska

Fizička infrastruktura

Fizička infrastruktura obuhvaća vrlo različite komponente, od prometne, komunalne do telekomunikacijske. U Hrvatskoj je u cijelom promatranom razdoblju fizička infrastruktura (Tablica 43) djelovala podržavajuće poduzetničkoj aktivnosti, jer su ocjene iznad 3, ali je i po tim visokim ocjenama neznatno ispod prosjeka EU zemalja. Ipak, treba uočiti da se opet ponavljaju zemlje (Nizozemska, Finska) od kojih se može naučiti kako to može biti još bolje.

Tablica 43
Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	3,5	3,9	4,6	Nizozemska	3,2	Rumunjska
2013.	3,5	3,9	4,6	Nizozemska	2,9	Rumunjska
2014.	3,7	3,9	4,8	Nizozemska	2,8	Poljska
2015.	3,8	3,8	4,5	Finska	2,1	Portugal

² 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.

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 EU zemalja (Tablica 44). Hrvatska je ispod prosjeka svih EU zemalja (u 2012., 2014. i 2015. godini Hrvatska ima najniže ocjene za tu komponentu poduzetničkog eko-sistema). To upozorava da ako 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 44
Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU prosjek	Najbolji		Najlošiji	
2012.	2,0	2,6	3,38	Estonija	2,0	Hrvatska
2013.	2,0	2,6	3,46	Estonija	1,9	Slovačka
2014.	2,0	2,7	3,58	Nizozemska	2,0	Hrvatska
2015.	1,6	2,6	3,48	Nizozemska	1,6	Hrvatska

Za finiju dijagnozu stanja, ali i dobivanje orijentacije na što treba djelovati, potrebno je znati zbog čega je pojedina komponenta poduzetničke okoline dobila dobru ili lošu ocjenu. U tablici 45 prikazano je deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a u Tablici 46 deset najniže ocijenjenih tvrdnji.

Tablica 45
Najviše ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2012-2015.

Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Fizička infrastruktura	Novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup internetu za oko tjedan dana.	2012.: 4,21 2013.: 4,15 2014.: 4,05 2015.: 4,54
Fizička infrastruktura	Za novo ili rastuće poduzeće nije suviše skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, Internet, itd.).	2012.: 3,96 2013.: 3,95 2014.: 4,05 2015.: 4,15
Fizička infrastruktura	Fizička infrastruktura (ceste, komunalne usluge, komunikacija, odlaganje otpada) osiguravaju dobru potporu novim i rastućim poduzećima.	2014.: 3,76 2015.: 3,9
Fizička infrastruktura	Novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija).	2014.: 3,55
Otvorenost tržišta – dinamika promjena	Tržište roba i usluga namijenjenih poslovnom sektoru (poduzećima) se dramatično mijenja iz godine u godinu.	2015.: 3,65
Otvorenost tržišta – dinamika promjena	Tržište roba i usluga namijenjenih krajnjim potrošačima dramatično se mijenja iz godine u godinu.	2015.: 3,67
Poslovna i profesionalna infrastruktura	Novim i rastućim poduzećima, lagano je dobiti dobre bankarske usluge (tekući računi, devizne transakcije, akreditivi, i sl.)	2014.: 3,51

Tablica 46
Najniže ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2012-2015.

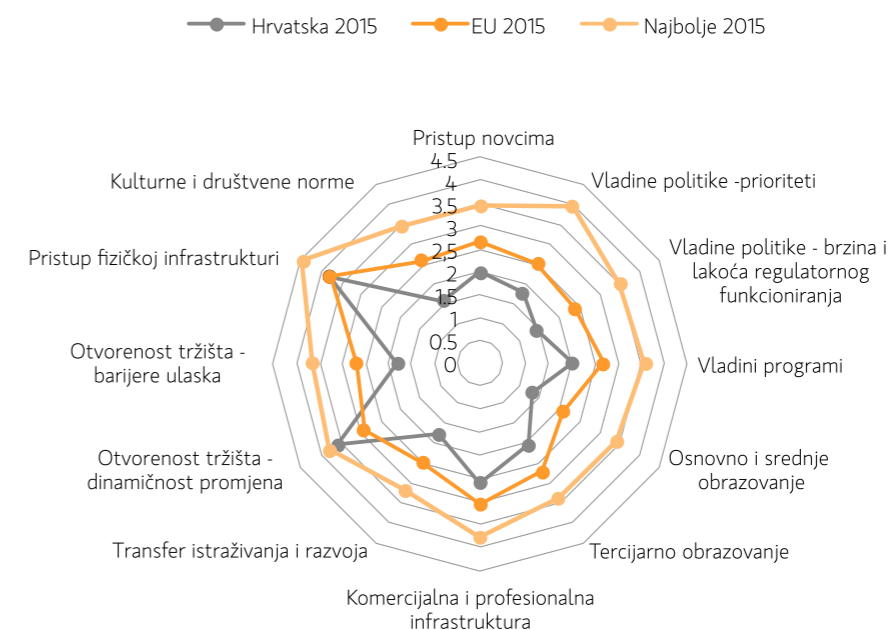
Komponenta poduzetničke okoline	Izjava	Ocjena
Vladine politike prema regulatornom okviru	Novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa birokracijom, pravnim i regulativnim zahtjevima.	2012.: 1,58 2013.: 1,59 2014.: 1,56 2015.: 1,21
Vladine politike prema regulatornom okviru	Visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća.	2012.: 1,69 2013.: 1,77 2014.: 1,51 2015.: 1,2
Vladine politike – prioriteti, podrške	Vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) sustavno daju prednost novim poduzećima.	2012.: 1,51 2013.: 1,83 2015.: 1,39
Vladine politike prema regulatornom okviru	Nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potvrde u roku od tjedan dana.	2012.: 1,67 2014.: 1,57
Vladine politike prema regulatornom okviru	Porezna i ostala vladina regulacija primjenjuje se prema novim i rastućim poduzećima, na predvidiv i konzistentan način.	2014.: 1,62
Obrazovanje	Osnovno i srednje školsko obrazovanje posvećuje adekvatnu pozornost poduzetništvu i otvaranju novih poduzeća.	2013.: 1,66 2014.: 1,51 2015.: 1,21
Vladini programi	Širok raspon vladinih mjera pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobiven kontaktom sa samo jednom agencijom.	2012.: 1,66
Transfer istraživanja i razvoja	Znanja o novoj tehnologiji, znanstvenim dostignućima i ostala znanja se efikasno prenose iz sveučilišnih i istraživačkih centara na nova i rastuća poduzeća.	2013.: 1,81
Kulturne i društvene norme	Nacionalna kultura potiče poduzetničko preuzimanje rizika.	2015.: 1,38

Najniže ocijenjene tvrdnje o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u razdoblju 2012.-2015. 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 u EU, ali i najboljima u grupi zemalja čiji gospodarski rast se temelji na inovativnosti, jer se Hrvatska nalazi u tranziciji prema toj skupini zemalja.

Slika 12 omogućava bolje uočavanje koliko poduzetnički eko-sistem u Hrvatskoj po kvaliteti svojih komponenti zaostaje za projekom EU, ali i najboljih.

Slika 12
Ocjene eksperata o kvaliteti poduzetničkog eko-sistema u Hrvatskoj, 2015. - usporedba s prosjekom EU i najboljim ocjenama u EU zemljama



Vrijednosti za najbolje ocijenjene komponente ne odnose se niti na jednu specifičnu EU zemlju, nego su to najbolje ocjene u 2015. godini iz različitih zemalja i daju dobar putokaz za utvrđivanje konteksta zašto i kako je to postignuto:

- pristup novcima
 - vladine politike prema prioritetima i podršci
 - vladine politike – prema regulatornom okviru
 - vladini programi
 - osnovno i srednje obrazovanje
 - tercijarno obrazovanje
 - komercijalna i profesionalna infrastruktura
 - transfer istraživanja i razvoja
 - otvorenost tržišta – dinamičnost promjena
 - otvorenost tržišta – barijere ulaska
 - pristup fizičkoj infrastrukturi
 - kulturne i društvene norme
- Nizozemska
Belgija
Portugal
Luksemburg
Portugal
Nizozemska
Belgija
Luksemburg
Poljska
Nizozemska
Finska
Nizozemska

Hrvatska je jedino po kvaliteti pristupa fizičkoj infrastrukturi bila na razini prosjeka EU, a po dinamičnosti tržišta bila je na razini najbolje ocijenjene te komponente u EU (Poljska). Iz slike 12 je vidljivo da u Hrvatskoj postoji nekoliko komponenti koje su po svojoj niskoj kvaliteti kritične čime ugrožavaju djelotvornost cjeline poduzetničkog eko-sistema. To su: prisutnost prepreka za ulazak na tržište, vladine politike prema regulatornom okviru, kulturne i društvene norme, kvaliteta transfera istraživanja u poslovni sektor, osnovno i srednje obrazovanje.

5 Zaključci i preporuke

Zaključci – promjene su nužne već dugo vremena, ali sada su i hitne
Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja

Provedenu analizu poduzetničkog profila Hrvatske u razdoblju 2012.-2015. godine obilježava nova perspektiva koju je donijelo pridruživanje Hrvatske Europskoj uniji 1.07.2013. godine, ali i očekivanje da se će biti vidljivi znaci jačanja poduzetničkog kapaciteta zemlje. Europska perspektiva i post-krizna perspektiva dala je okvir za oblikovanje zaključaka i preporuka.

Zaključci – promjene su nužne već dugo vremena, ali sada su i hitne

Temeljeno na provedenoj analizi, zaključci prate logiku GEM konceptualnog okvira te se grupiraju na individualne atribute, društvene vrijednosti relevantne za poduzetničko ponašanje, poduzetničku aktivnost i kvalitetu poduzetničkog eko-sistema.

1. Percepcija o prilikama je početni «okidač» za stvaranje namjere poduzetničkog djelovanja, te je dobar znak što je u razdoblju 2012.-2015. zaustavljen pad u percepciji prilika, ali još uvijek nema znakova vraćanja na optimizam koji je bio prisutan prije globalne krize. Pad percepcije prilika sa 44,4% u 2008. godini na 18,3% u 2011. godini, zaustavljen je, ali u 2015. godini bilo je tek 22,3% odraslih ljudi u Hrvatskoj koji vide priliku (što pozicionira Hrvatsku na začelje EU). Za razliku od Hrvatske, jedna trećina odraslih stanovnika u EU vidi priliku, što govori o velikoj razlici u potencijalu koji određuje poduzetnički kapacitet zemlje. Istovremeno, Hrvatska je u vrhu EU po iskazanim poduzetničkim namjerama, što upućuje na veće učešće pokretanja poslovnih pothvata iz nužde, a ne zbog uočene prilike.
2. Upozoravajuće je mišljenje ljudi da uspješni poduzetnici nemaju visok društveni status. Po tom indikatoru, Hrvatska je u cijelom analiziranom razdoblju na zadnjem mjestu u EU, a na začelju je po medijskoj pažnji poduzetništvu. Ovakav kulturološki kontekst (sistem vrijednosti) ozbiljno može ugroziti stav ljudi da biti poduzetnik je dobar izbor karijere.
3. Poduzetnička aktivnost Hrvatske mjerena kroz „početničku“ – TEA indeks (do 42 mjeseca aktivnosti) i „odraslu“ (više od 42 mjeseca aktivnosti) pokazuje dvije zabrinjavajuće situacije. Hrvatska se u razdoblju 2012.-2015. vratila na razinu od oko 8% ljudi koji imaju poslovni pothvat ne stariji od 42 mjeseca, ali taj povratak bio je rezultat jačanja poduzetničke aktivnosti zbog nužde, a ne zbog uočene prilike. Motivacijski indeks (omjer TEA zbog uočene prilike i TEA zbog nužde) opasno je nizak (u 2014. godini bio je 1,1, što znači da je gotovo izjednačen broj onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze svojim izborom zbog uočene prilike i onih koje je na to natjerala situacija u kojoj su se našli). Po motivacijskom indeksu, Hrvatska je na začelju u EU, a u 2014. i 2015. godini bila je na posljednjem mjestu. O kolikoj razlici u kapacitetu poduzetničkog djelovanja se radi, govori usporedba s prosjekom motivacijskog indeksa za EU (u 2015. godini je 4,0, što znači da u EU ima u prosjeku četiri puta više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočene prilike). Istovremeno, Hrvatska je (osim u 2013. i 2014. godini) na zadnjem mjestu u EU po pokazatelju učešća „odraslih“ poduzeća, što govori o izuzetno „tankoj“ osnovici poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Razlika u gustoći poduzeća na 100 odraslih stanovnika je vrlo važan pokazatelj za procjenu gospodarskog kapaciteta Hrvatske (u 2015. godini Hrvatska je imala 43% „odraslih“ poduzeća u odnosu na prosjek EU).
4. Hrvatska i dalje ima malo rastućih poduzeća, koja se u GEM istraživanju definiraju s obzirom na krit-

erije inovativnosti u korištenju novih tehnologija, inovativnost u razvoju novih proizvoda, izloženost konkurenciji i očekivanju novog zapošljavanja. U promatranom razdoblju nastavljaju se već uočene pojave: u usporedbi s prosjekom EU, Hrvatska ima značajnije više poduzeća (i „početničkih“ i „odraslih“) koja ulažu u najnovije tehnologije, ali ima značajnije manje poduzeća s novim proizvodima, zbog čega su na tržištu izložena većoj konkurenciji. U 2015. godini, u usporedbi s EU, Hrvatska je imala najviše poduzeća koja su imala najnoviju tehnologiju (čak 32,8% novih poduzeća i 27,4% „odraslih“ poduzeća, prema 13,9% novih i 5,2% „odraslih“ poduzeća u EU). Istovremeno čak 70% novih i 75% „odraslih“ poduzeća imaju proizvode koji nikome nisu novi. U takvoj situaciji otvara se pitanje zašto se ulaganja u tehnologiju ne „pretoče“ u nove proizvode - nedostaje li znanja, može li pomoći bolja suradnja s istraživačkim institucijama, podržava li organizacijska kultura poduzeća inovativnu aktivnost zaposlenika? Bez jačanja konkurentnosti poduzeća (kroz inovativnost i internacionalizaciju) teško se može očekivati rast poduzeća, a time se otvara i pitanje realističnih očekivanja novog zapošljavanja. To je posebno vidljivo kod novih poduzeća, gdje su očekivanja zapošljavanja 10 i više zaposlenika u roku od 5 godina stalno na razini od oko 23% u cijelom promatranom razdoblju, što je značajno više od prosjeka EU (oko 17%).

- Po poduzetnoj aktivnosti zaposlenika Hrvatska je na razini prosjeka EU, odnosno značajno iznad razine prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na efikasnosti.
- Rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti pokazuje još uvijek iznadprosječnu zastupljenost muškaraca u odnosu na EU prosjek i pad učešća mladih u poduzetničkoj aktivnosti. I dalje se potvrđuje obrazac da su obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji, po čemu je Hrvatska slična prosjeku EU. S obzirom na sektorsku rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti, u razdoblju 2012.-2015. jača poduzetnička aktivnost u prerađivačkoj industriji, ali pada u sektoru usluga orijentiranih potrošačima. Poduzetnička aktivnost (mjerena TEA indeksom) varira unutar promatranog razdoblja s obzirom na regionalnu rasprostranjenost, a uključivanje motivacijskog indeksa upućuje na vidljive razlike između pojedinih „regija“. Iako sve „regije“ pokazuju nizak motivacijski indeks, najlošiji omjer između poduzetničkih pothvata pokrenutih zbog uočene prilike i nužde je u Lici i Banovini.
- 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, regionalnog razvoja), agencija i drugih institucija (sveučilišta, škola, financijskih institucija, udruga, asocijacija, medija). Posebno ograničavajuće komponente poduzetničkog eko-sistema u Hrvatskoj su vladine politike prema regulatornom okviru, prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sistem vrijednosti), te nedostatan doprinos obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih.

Preporuke – za promjene je potrebna volja, odlučnost i suradnja

Nakon provedene analize očito je da sve preporuke iz 2012. godine¹ još uvijek su aktualne. Uz izvjesno „osvježavanje“, preporukama se pozivaju svi, od pojedinaca koji su nositelji poduzetničke aktivnosti, do institucija koje su nositeljima promjena u kvaliteti poduzetničkog eko-sistema na suradnju u cilju „odljepljivanja“ Hrvatske sa dna Europske unije po poduzetničkom kapacitetu..

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

- 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. Aktivnu ulogu u tome trebaju imati mladi, nastavnici i roditelji, te insistirati na takvoj reformi obrazovnog sistema koji će to omogućiti.

- Komplementarno, svaki pojedinac se treba pobrinuti za stjecanje takve kompetencije korištenjem drugih izvora neformalnog učenja.

- Nezadovoljstvo svojom kvalitetom života treba pretvoriti u poduzetnički izazov razmatranjem samozapošljavanja, uz prethodno stjecanje odgovarajuće razine poduzetničke kompetencije.

Preporuke za institucije / nositelje odgovornosti za kvalitetu poduzetničkog eko-sistema – više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti prema građanima:

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

- Prioritet mora imati pojednostavljene 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.

- Ojačati državni fond rizičnog kapitala, za financiranje inovativnih i rastućih malih i srednjih poduzeća i osigurati porezne olakšice za one koji djeluju kao poslovni anđeli.

- Razviti i primjenjivati sistem praćenja i vrednovanja efekata vladinih politika i programa i osigurati javnu dostupnost takvih informacija, imajući u vidu princip Think Small First (misliti prvo o malim poduzećima).

- 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).

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

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

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., Wennekers, S., Amors Ernesto J. (2012), Global Entrepreneurship Monitor 2011, Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe,

Kelley, D.J., Singer, S., Herrington, M. (2016). The Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16 Global Report, Babson, Technologico de Monterrey, Universidad del Desarrollo, University Tun Abdul Razak

Levie, J. (2010). The IIP Innovation Confidence Indexes 2009 Report, University of Strathclyde, Business School

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

Schwab, K. (ed) (2016). The Global Competitiveness Report 2015-2016, 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., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S., (2003) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? – GEM 2002 Hrvatska rezultati, Zagreb, CEPOR

Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman Peterka S., (2006), Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? – Rezultati GEM za Hrvatsku 2002-2005, Zagreb, CEPOR

Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman Peterka S., (2007), Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? – Rezultati GEM za Hrvatsku, 2006, Zagreb, CEPOR

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka S., (2012), Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2002-2011, Zagreb, CEPOR

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.

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

Izvori podataka izradu razvojnih profila „regija“

Bruto domaći proizvod po stanovniku – Priopćenje Državnog zavoda za statistiku, Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku, NKPS 2012. – 2. RAZINA I ŽUPANIJE U 2013., 15. Veljače 2016., Zagreb (http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/12-01-03_01_2016.htm)

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

Broj stanovnika – Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2015, Državni zavod za statistiku, Zagreb 2015

Obrazovanost – Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Godine, Državni zavod za statistiku

Nezaposlenost - Slika tržišta rada, Hrvatski zavod za zapošljavanje, Državni zavod za statistiku (<http://tr-zisterada.hzz.hr/hr>)

Indeks razvijenosti – Vrijednosti indeksa razvijenosti i pokazatelja za izračun indeksa razvijenosti na županijskoj razini 2013, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 27.12.2013. (<https://razvoj.gov.hr/UserDocImages//arhiva/Regionalni%20razvoj/Vrijednosti%20indeksa%20razvijenosti%20i%20pokazatelja%20za%20izra%C4%8Dun%20indeksa%20razvijenosti%20na%20%C5%BEupanijskoj%20razini%202013..pdf>)

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

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

Šarlija, N., Pfeifer, S. (2015): Differences in Innovative Orientation of the Entrepreneurially Active Adults: The Case of Croatia, World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering Vol. 9, No:4, pp. 1167-1174

Singer, S. et al. (2015). Strategija razvoja Grada Osijeka, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku (studija)

Singer, S. (ur), Alpeza, M. (ur); (2015) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2014. – uključu-

jući rezultate GEM Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za 2013. godinu, CEPOR, Zagreb
Singer, S. et al. (2014) Regionalni indeks konkurentnosti Hrvatske 2013, Nacionalno vijeće za konkurentnost, Program UNDP Hrvatska, Zagreb

Singer, S. (ur), Alpeza, M. (ur); (2013) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2013. – uključujući rezultate GEM Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za 2012. godinu, CEPOR, Zagreb

Oberman Peterka, Sunčica; Singer, Slavica; Alpeza, Mirela (2013), Poduzetničko obrazovanje – nedostajuća komponenta u stvaranju multidisciplinarnog integriranog sveučilišta // *Ekonomsko obrazovanje u republici Hrvatskoj - jučer, danas, sutra* / Čavrak, Vladimir ; Gelo, Tomislav (ur.), Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2013. 279-301 (predavanje,domaća recenzija,objavljeni rad,znanstveni
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, 866-875 (predavanje,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

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. Małgorzata Gajos (ur.). Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku

Singer, S. (ur), Alpeza, M. (ur) (2012) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2012., CEPOR, Zagreb

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

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

Singer, Slavica; Oberman Peterka, Sunčica (2010). From ignoring to leading changes - what role do universities play in developing countries? (Case of Croatia). *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. (2007). Assessing entrepreneurship education programmes in Croatian higher education area 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 (studija)

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

GEM Hrvatska – uzorak i metodologija ponderiranja

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru (Slika 1) u kojem se pretpostavlja komplementarnost različitih uvjeta (od temeljnih do onih koji podržavaju inovativnost i poduzetništvo) i njihova interakcija s percepcijom o društvenim vrijednostima fokusiranim na poduzetništvo, individualnim atributima i ponašanjima, o kojoj ovisi intenzitet poduzetničkih aktivnosti, a time i sposobnost nekog nacionalnog gospodarstva da ostvari prosperitet na razini pojedinca i zajednice.

GEM istraživanje temelji se na podacima prikupljenima iz tri izvora: podaci prikupljeni anketiranjem reprezentativnog uzorka odrasle populacije, podaci prikupljeni anketiranjem i intervjuiranjem eksperata čije znanje doprinosi razumijevanju poduzetništva i podaci prikupljeni iz standardiziranih sekundarnih međunarodnih baza podataka.

Uzorak odrasle populacije

Najznačajni skup podataka u GEM istraživanju dobiven je anketiranjem odrasle populacije starosti od 18-64 godine. Svake godine se na slučajnom uzorku odrasle populacije (2000 osoba), 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 „licem u lice“, a od 2005. godini provodi se telefonsko prikupljanje podataka. Anketiranje odrasle populacije obavlja IPSOS PULS isključivo preko fiksnih telefona.

Svaki uzorak podataka ponderira se odgovarajućim težinama po spolu i dobi kako bi se dobili podaci koji predstavljaju radno aktivnu populaciju u državi. Tako pripremljen uzorak podataka za svaku godinu, šalje se 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 popisom stanovništva iz 2011. godine.

Struktura uzorka s obzirom na spol i dob, u % - 2012-2015. (ponderirane vrijednosti)

Ukupan uzorak ispitanika		2012.	2013.	2014.	2015.
Spol	Žene	50.6	50.3	50.6	50
	Muškarci	49.4	49.7	49.4	50
Dob	18-24	15.4	13.0	13.0	13.3
	25-34	20.9	21.4	21.3	21.7
	35-44	23.2	20.9	20.8	20.6
	45-54	22.7	23.0	23.2	23.0
	55-64	17.7	21.7	21.7	21.4

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 poduzetničkog eko-sistema 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 2012 – 2015.*

Rb	Prezime i ime	Funkcija	Institucija
1	Alfirević Nikša	sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Split
2	Alpeza Mirela	direktorica	Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva – CEPOR
3	Aralica Zoran	viši znanstveni suradnik	Ekonomski institut Zagreb
4	Bagarić Ivana	direktorica	Centar za poduzetništvo Valpovo
5	Blagaić Tomislav	direktor izdavaštva	Lider, poslovni tjednik
6	Blažinović Robert	koordinатор specijalist	Agencija za investicije i konkurentnost
7	Barišić Zoran	savjetnik	Hrvatska gospodarska komora
8	Bezjak Dijana	pomoćnica ministra	Ministarstvo poduzetništva i obrta
9	Bilić Ivana	docentica	Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
10	Biškup Ivan	direktor	Forum Invest d.o.o.
11	Bronzin Tomislav	predsjednik Upravnog odbora	CITUS d.o.o.
12	Cerovac Mladen	zamjenik predsjednika Upravnog odbora	Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
13	Cetina Edo	zamjenik direktora	IDA Istarska razvojna agencija
14	Cikač Vlatka	direktorica	Odvjetnički ured Cikač
15	Cvetojević Saša	direktor	Insako d.o.o.
16	Devčić-Torbica Iskra	poduzetnica	Miran dol d.o.o.
17	Dronjić Mila	savjetnica za MSP	HBOR
18	Džajić Igor	član Nadzornog odbora	HEP
19	Banović Dušan	investicijski menadžer	Prosperus Invest d.o.o.
20	Barbarić Tomislav	zamjenik direktora	Centar za poduzetništvo Osijek
21	Barić Dražen	direktor	Recro-net d.o.o.
22	Begonja Davor	direktor	TIC Rijeka
23	Bestvina Bukvić Ivana	relationship manager	Zagrebačka banka
24	Belošević Matić Jasna	analitičarka	HGK
25	Bilić Tomislav	direktor	Inchoo d.o.o.
26	Boban Pejić Jadranka	direktorica, poduzetnica	Bio & Bio d.o.o.
27	Bohaček Zoran	direktor	Hrvatska udruga banaka
28	Brekaló Mario	direktor Komercijalnog centra Požege	Podravka
29	Brusić Anny	direktorica Udruge malih i srednjih poduzetnika	Hrvatska udruga poslodavaca
31	Burić Dubravica Sandra	savjetnica direktora	Regionalna razvojna agencija Šibensko-kninske županije
32	Čorić Gordana	predavačica poduzetništva, savjetnica, direktorica poduzeća	VERN/Festina lente d.o.o.
33	Erhardt Robert	direktor	Vrhunac d.o.o.
34	Floigl Marlena	voditeljica Odjela za gospodarstvo	Šibensko-kninska županija
35	Galičić Hrvoje	direktor Regionalnog ureda Osijek	HBOR
36	Goldstein Simona	vlasnica, direktorica	Antibarbarus d.o.o.

Rb	Prezime i ime	Funkcija	Institucija
37	Golob Boris	direktor	STEP RI znanstveno tehnološki park Sveučilišta u Rijeci
38	Grozđanić Aleksandar	voditelj Poslovnog odjela	Razvojna agencija - Tehnološki park Zagreb
39	Grubešić Bruno	načelnik	Ministarstvo gospodarstva
40	Havranek Jasmina	ravnateljica	Agencija za znanost i visoko obrazovanje
41	Ivanković Željko	urednik	Banka poslovni magazin
42	Jeren Ivan	direktor	Končar - niskonaponske sklopke i prekidači d.o.o.
43	Jukić Maja	ravnateljica	Nacionalni centar za vanjsko vrednovanje obrazovanja
44	Jurišić Mislav	savjetnik Uprave	HAMAG-BICRO
45	Jurković Ratka	konzultantica	SvanConsulting d.o.o.
46	Jurlina Alibegović Dubravka	ravnateljica	Ekonomski institut Zagreb
47	Karaić Dragica	savjetnica	Ministarstvo poduzetništva i obrta
48	Kesić-Šapić Tajana	direktorica Centra za poduzetništvo	HGK
49	Knezović Marko	projekt menadžer	Centar za poduzetništvo Osijek
50	Kolaković Marko	profesor	Ekonomski fakultet Zagreb
51	Kordi Milena	voditeljica Ureda unutarnje revizije	Grad Osijek
52	Krajcar Slavko	profesor	Fakultet elektrotehnike i računarstva Zagreb
53	Krndija Predrag	direktor, poduzetnik	Alius d.o.o., Rijeka
54	Krmeta Mira	voditeljica područnog ureda za Dalmaciju	HBOR
55	Kristić Maro	pročelnik Odjela za turizam	Dubrovačko-neretvanska županija
56	Lalić Inga	konzultantica	RE-FORMA d.o.o.
57	Liha Aida	prodekanica	VERN
58	Lenardić Mira	glavna tajnica	Nacionalno vijeće za konkurentnost
59	Leppee Miljenko	pomoćnik ministra	Ministarstvo poduzetništva i obrta
60	Levatić Mario	voditelj Ureda za opću upravu	Općina Knežinec
61	Lučić Dražen	ravnatelj	Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije – HAKOM
62	Maričić Jean-Pierre	direktor	BIOS poduzetnički inkubator
63	Marušić Renata	menadžerica	ZADRA regionalna razvojna agencija
64	Meštrović Mladen	konzultant	Dekaform d.o.o.
65	Mlinarević Kornelija	zamjenica direktora	Regionalna razvojna agencija Slavonije i Baranje
66	Novosel Brankica	savjetnica	Ministarstvo poduzetništva i obrta
67	Obad Dubravka	direktorica	Konto Obad d.o.o.
68	Oberman Tomislav	direktor	Hidrokonzalt d.o.o.
69	Oberman Peterka Sunčica	profesorica	Ekonomski fakultet u Osijeku
70	Ott Katarina	ravnateljica	Institut za javne financije
71	Pađen Željko	makroekonomski analitičar	HGK
72	Pavić Petra	menadžerica	Hypo Alpe Adria Banka

Rb	Prezime i ime	Funkcija	Institucija
73	Paun Jarallah Ankica	ravnateljica	Hrvatski zavod za zapošljavanje
74	Pečnik Bojan	vlasnik poduzeća, stručni suradnik	Hipersfera d.o.o., REDEA
75	Perić Julia	docentica	Ekonomski fakultet u Osijeku
76	Pirija Benaković Željka	predsjednica	Hrvatska unija kreditnih unija
77	Perić Željko	direktor	Caper d.o.o.
78	Petar Saša	predavač	VERN
79	Petričević Teodor	direktor	ACT Grupa
80	Polić Dinko	voditelj projekata	Hrvatske vode
81	Rakušić Spomenka	načelnica Sektora za Upravljanje Operativnim programom	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
82	Ris Krunoslav	direktor	BetaWare d.o.o. Osijek
83	Sabatti Boris	direktor	IDA Istarska razvojna agencija
84	Sabol Damir	direktor, poduzetnik	Microblink d.o.o.
85	Segarić Daniel	pročelnik Upravnog odjela za poljoprivredu	Zadarska županija
86	Sinčić Ćorić Dubravka	profesorica	Ekonomski fakultet Zagreb
87	Smokrović Maša	direktorica, vlasnica	Ustanova za rehabilitaciju „Helena Smokrović“, Rijeka
88	Spremić Hrvoje	unutarnji revizor	Zračna luka Dubrovnik
89	Šajatović Miodrag	direktor	Lider, poslovni tjednik
90	Šerić Tomislav	predsjednik Uprave	HEP
91	Šimić Banović Ružica	docentica	Pravni fakultet, Zagreb
92	Šonje Velimir	direktor	Arhivalitika d.o.o.
93	Šučur Monika	direktorica Odjela za MSP	HAMAG-BICRO
94	Švaljek Sandra	ravnateljica	Ekonomski institut Zagreb
95	Varenina Alen	menadžer	Karolina d.o.o., Rijeka
96	Vić Darko	direktor	Unikom d.o.o.
97	Vidović Davorka	istraživačica	Centar za politološka istraživanja
98	Vitezić Andrija	pročelnik Odjela gradske uprave za poduzetništvo	Grad Rijeka
99	Vrankić Miroslav	docent	Tehnički fakultet, Rijeka
100	Vrdoljak Ivan	ministar	Ministarstvo gospodarstva
101	Završki Neven	savjetnik	HOK
102	Zelenika Saša	pomoćnik ministra	Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta
103	Želinski-Matunec Sanja	voditeljica Službe savjetovanja	HOK
104	Žerjavić Vladimir	direktor	Remax d.o.o.
105	Žuvić Emilija	konzultantica	Tehnološki park Varaždin

* Informacija o funkciji eksperta i instituciji u kojoj je bio/bila angažiran(a) odnosi se na vrijeme kada je obavljeno intervjuiranje

Prilog 3

Popis nacionalnih timova i sponzora koji su sudjelovali u GEM istraživanju 2015. godine

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Cantu Maria Celina	SCarbonell@iae.edu.ar
		Aranzazu Echezarreta			
		Juan Martin Rodriguez			
Australia	Queensland University of Technology	Paul Steffens	QUT Business School	Q&A Market Research Pty Ltd	p.steffens@qut.edu.au
		Per Davidsson			
Barbados	The Cave Hill School of Business, The University of the West Indies	Marjorie Wharton	First Citizens Bank Ltd	D&B Research Services	marjorie.wharton@cavehill.uwi.edu
		Jeannine Comma			
		Jason Marshall			
		Paul Pounder			
Belgium	Vlerick Business School	Hans Crijs	STORE (Flemish Research Organisation for Entrepreneurship and Regional Economy)	TNS Dimarso	tine.holvoet@vlerick.com
		Niels Bosma			
		Tine Holvoet			
		Jeff Seaman			
Botswana	University of Botswana	C.R. Sathyamoorthi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Botswana Team	sathyamo@mopipi.ub.bw
		R. S. Morakanyane			
		G. N. Ganamotse			
		G. Setibi			
		I. R. Radikoko			
		T. Mphela			
		T. Tshoko			
Brazil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Zoom Serviços Administrativos Ltda	simara@ibqp.org.br
		Morlan Guimaraes			
			Universidade Federal do Paraná (UFPR)		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Bulgaria	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff	Telerik - a Progress company	Market Test JSC	office@gemorg.bg
		Monika Panayotova			
		Mira Krusteff			
Burkina Faso	CEDRES / LaReGEO	Florent Song-Naba	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES / LaReGEO	florent_songnaba@yahoo.fr
		Serge B. Bayala			
		Mamadou Toé			
		Régis G. Gouem			
Cameroon	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team	fongodo@gmail.com
		Ibrahima			
		Jean Hubert Etoundi			
		Pierre Emmanuel Ndebi			
		Sabine Patricia Mougou			
		Um Nguem Thérèse			
Canada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty	Listed alphabetically:	Nielsen Opinion Quest Inc.	p.josty@thecis.ca
		Chad Saunders			
		Jacqueline Walsh			
		Charles Davis			
		Dave Valliere			
		Howard Lin			
		Neil Wolff			
		Etienne St-Jean			
		Nathan Greidanus			
		Murat Sakir Erogul			
Cooper Langford					
Karen Hughes					
Harvey Johnstone					
Adam Holbrook					
Brian Wixted					
Blair Winsor					
Chris Street					
Horia El Hallam					
Yves Bourgeois					

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Kevin McKague			
		Allison Ramsay			
		Marc Duhamel			
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra	Questio, Estudios de Mercado y Opinion Limitada	vmandakovic@udd.cl
		Adriana Abarca	SOFOPA (Federation of Chilean Industry)		
		Gianni Romani	InnovaChile Corfo		
			Ministerio de Economía		
China	Tsinghua University	Gao Jian	School of Economics and Management at Tsinghua University	SINOTRUST	gaoj@sem.tsinghua.edu.cn
		Jiang Yanfu			
		Cheng Yuan			
		Li Xibao			
		Rui MU			
Colombia	Universidad Icesi	Rodrigo Varela Villegas	Universidad Icesi	Centro Nacional de Consultoría	rvarela@icesi.edu.co
		Jhon Alexander Moreno			
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fabián Osorio	Pontificia Universidad Javeriana Cali		fosorio@javerianacali.edu.co
		Diana Marcela Escandón			
		Lina Maria Medina			
	Universidad del Norte	Liyis Gómez	Universidad del Norte		mgomez@uninorte.edu.co
		Tatiana Hernandez			
		Sasha Paredes			
		Natalia Hernandez			
		Eduardo Gómez-Araujo			
		Sara Lopez-Gomez			
	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR	Piedad Martínez	Corporación Universitaria del Caribe - CECAR		piedad.martinez@cecar.edu.co
	Universidad EAN	Francisco Matiz	Universidad EAN		fjmatiz@ean.edu.co
	Universidad Cooperativa de Colombia	Angela Maria Henao	Universidad Cooperativa de Colombia		angela.henao@ucc.edu.co
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer	Privredna banka Zagreb	Ipsos d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
		Nataša Šarljija	Ministry of Entrepreneurship and Crafts		
		Sanja Pfeifer	J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics		
		Suncica Oberman Peterka	CEPOR SME & Entrepreneurship Policy Centre		
			Croatian Bank for Reconstruction and Development		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Ecuador	ESPOL- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Banco del Pacifico	Survey Data	mlasio@espoledu.ec
		Guido Caicedo	Mexichem Group		
		Xavier Ordeñana			
		Rafael Coello			
		Ramon Villa			
		Edgar Izquierdo			
Egypt	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail	Information Technology Industry Development Agency (ITIDA)	Nielsen Egypt	aymanism@aucegypt.edu
		Ahmed Tolba	The American University in Cairo - School of Business		sghalwash@aucegypt.edu
		Shima Barakat			
		Seham Ghalwash			
Estonia	Estonian Development Fund	Rivo Riistop	Estonian Development Fund	Saar Poll	rivo.riistop@arengufond.ee
	SaarPoll	Erki Saar			
	University of Tartu	Kadri Paes			
Finland	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen	Ministry of Employment and the Economy	Taloustutkimus Oy	anne.kovalainen@utu.fi
		Jarna Heinonen	Turku School of Economics, University of Turku		
		Tommi Pukkinen			
		Pekka Stenholm			
		Sanna Suomalainen			
Germany	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover	Rolf Sternberg	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de
	Institute for Employment Research (IAB) of the German Federal Employment Agency (BA)	Udo Brixy			
		Johannes von Bloh			
Greece	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	SIEMENS HELLAS S.A.	Datapower SA	ioannides@iobe.gr
		Katerina Xanthi			
		Ioannis Giotopoulos			
		Evangelia Valavanoti			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Guatemala	Universidad Francisco Marroquin	Mónica de Zelaya	Francisco Marroquín University -UFM-	Khanti Consulting	kec@ufm.edu
		Carolina Uribe	School of Economic Sciences -UFM-		
		David Casasola	Kirzner Entrepreneurship Center		
		Daniel Fernández			
		Eduardo Lemus			
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	Global Entrepreneurship and Research Institute	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató	szerb@ktk.pte.hu
		József Ulbert	University of Pécs, Faculty of Business and Economics		
		Attila Varga			
		Gábor Márkus			
		Attila Petheő			
		Dietrich Péter			
		Zoltán J. Ács			
		Terjesen Siri			
		Saul Estrin			
Éva Komlósi					
India	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)	IMRB International	sunilshukla@ediindia.org
		Pankaj Bharti			
		Amit Kumar Dwivedi			
	Centre for Entrepreneurship Development Madhya Pradesh (CEDMAP), Bhopal	V L Kantha Rao	CEDMAP, Bhopal		
	Jammu and Kashmir Entrepreneurship Development Institute (JKEDI), Srinagar	MI Parray	JKEDI, Srinagar		
Indonesia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia	PT Idekami Indonesia	katrin@unpar.ac.id
		Gandhi Pawitan	International Development Research Centre (IDRC)		
		Agus Gunawan	Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia		
		Maria Widayari			
		Triyana Iskandarsyah			
		Budi Husodo Bisowarno			
		Tutik Rachmawati			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact	
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Mohammad Reza Zali	mrzali@ut.ac.ir	
		Nezameddin Faghieh			lsarreshtedari@ut.ac.ir	
		Ali Akbar Moosavi-Movahedi				
		Leyla Sarafraz				
		Asadolah Kordrnej				
		Jahangir Yadollahi Farsi				
		Mahmod Ahamadpour Daryani				
		S. Mostafa Razavi				
		Mohammad Reza Zali				
		Mohammad Reza Sepehri				
Ireland	Fitzsimons Consulting / Dublin City University Business School	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research	paula@fitzsimons-consulting.com	
		Colm O'Gorman	Department of Jobs, Enterprise and Innovation			
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Dialogue Corporation	ehudm@bgu.ac.il	
		Yoash Avrahami				
		Miri Lerner				
Italy	University of Padua	Moreno Muffatto	Università degli Studi di Padova	Doxa	moreno.muffatto@unipd.it	
		Patrizia Garengo				
		Michael Sheriff				
		Sandra Dal Bianco				
Japan	Musashi University	Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	Social Survey Research Information Co Ltd (SSRI)	noriyuki@cc.musashi.ac.jp	
		Takeo Isobe				
		Yuji Honjo				
		Takehiko Yasuda				
		Masaaki Suzuki				
Kazakhstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Patrick Duparcq	Nazarbayev University Graduate School of Business	JSC Economic Research Institute	patrick.duparcq@nu.edu.kz	
		Venkat Subramanian	JSC Economic Research Institute		subban.venkat@nu.edu.kz	
		Dmitry Khanin			leila.yergozha@nu.edu.kz	
		Robert Rosenfeld				
		Assel Uvaliyeva				
		Leila Yergozha				
		JSC Economic Research Institute	Maksat Mukhanov			
		Nurlan Kulbatyrov				
Shynggys Turez						

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact	
Latvia	Stockholm School of Economic in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS	marija@biceps.org	
		Anders Paalzow				
		Alf Vanags				
Lebanon	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)	Information International sal	elie.akhrass@uklebhub.com	
		Mario Ramadan				
		Colm Reilly				
		Patrick Baird				
		Khater Abi Habib				
		Alessio Bortone				
		Marta Solorzano				marta.solorzano@uklebhub.com
Luxembourg	STATEC - National Statistical Office	Peter Höck	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES	peter.hock@statec.etat.lu	
		Chiara Peroni				
		Cesare Riillo				
		Leila Ben-Aoun				
		Francesco Sarracino				
Macedonia	University "Ss. Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation	MProspekt	radmil.polenakovic@mf.edu.mk	
		Tetjana Lazarevska				
		Saso Klekovski				
		Aleksandar Krzalovski				
		Dimce Mitreski				
		Lazar Nedanoski				
		Dimitar Smiljanovski				
Malaysia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my	
		Mohar bin Yusof				
		Leilanie binti Mohd Nor				
		Samsinar Md. Sidin				
Mexico	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola	Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera	Alduncin y Asociados	dmoska@itesm.mx	
		Ernesto Amorós				jmaguirre@itesm.mx
		Élvira Naranjo				enaranjo@itesm.mx
		Marcia Campos				
		Natzin López				
		Marcia Villasana				
		José Manuel Aguirre				
		Lucia Alejandra Rodriguez				
Rafaela Diegoli						

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Morocco	Université Hassan II - Casablanca	Carlos Torres	International Development Research Centre (IDRC)	Claire Vision Consulting	elouazzanik@gmail.com
		Lizbeth González			
		Rafael Tristán			
		Khalid El Ouazzani			
		Hind Malainine			
		Sara Yassine			
		Salah Koubaa			
		Ahmed Benmejdoub			
		Fatima Boutaleb			
		Abdellatif Komat			
Netherlands	Panteia / EIM	Sophie Doove	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia	s.doove@panteia.nl
		Ismail Lahsini			
		Meryem Kabbaj			
		Jolanda Hessels			
		Peter van der Zwan			
		André van Stel			
		Roy Thurik			
Norway	Nord University	Lars Kolvereid	Innovation Norway	Polarfakta	lars.kolvereid@uin.no
		Bjørn Willy Åmo			
		Espen Isaksen			
		Erlend Bullvåg			
		Amber van der Graaf			
Panama	City of Knowledge's Innovation Center	Manuel Lorenzo	City of Knowledge Foundation	IPSOS	mlorenzo@cdspanama.org
		Andrés León			
		Federico Fernández Dupouy			
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
		Oswaldo Morales			
		Keiko Nakamatsu			
		Armando Borda			
Philippines	De La Salle University	Aida Licaros Velasco	International Development Research Centre (IDRC)	TNS Philippines	aida.velasco@dlsu.edu.ph
		Emilina Sarreal			
		Brian Gozun			
		Junette Perez			
		Gerardo Largoza			
		Mitzie Conchada			
		Paulyne Castillo			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Poland	University of Economics in Katowice	Przemyslaw Zbierowski	University of Economics in Katowice	IQS	przemyslaw.zbierowski@ue.katowice.pl
		Anna Tarnawa			
		Paulina Zadura-Lichota			
		Dorota Weclawska			
		Mariusz Bratnicki			
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	GfKMetris	douglasthompson@spi.pt
		Douglas Thompson			
		Rui Monteiro			
		Nuno Gonçalves			
		Luís Antero Reto			
		António Caetano			
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International	marines.aponte@upr.edu
		Marta Alvarez			
		Manuel Lobato			
Romania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Annamária Dézsi-Benyovszki	OTP Bank Romania	Metro Media Transilvania	annamaria.benyovszki@econ.ubbcluj.ro
		Ágnes Nagy			
		Tünde Petra Szabó			
		Lehel-Zoltán Györfy			
		Stefan Pete			
		Dumitru Matis			
Senegal	Université Cheikh Anta Diop de Dakar	Serge Simen	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Senegal Team	serge.simen@gmail.com
		Bassirou Tidjani			
		Ibrahima Dally Diouf			
Slovakia	Comenius University in Bratislava, Faculty of Management	Anna Pilkova	Slovak Business Agency (SBA)	AKO	anna.pilkova@fm.uniba.sk
		Zuzana Kovacicova			
		Marian Holienka			
		Jan Rehak			
		Jozef Komornik			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact	
Slovenia	Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	SPIRIT Slovenia	RM PLUS	miroslav.rebernik@um.si	
		Polona Tominc				
		Katja Crnogaj				
		Karin Širec				
		Barbara Bradac Hojnik				
		Matej Rus				
South Africa	Development Unit for New Enterprise (DUNE), Faculty of Commerce, University of Cape Town	Mike Herrington	Department of Economic Development and Tourism of the Western Cape Government	Nielsen South Africa	mherrington@gemconsortium.org	
		Jacqui Kew				
		Penny Kew				
South Korea	Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development	Siwoo Kang	Korea Institute of Startup and Entrepreneurship Development	Polarixpartner Korea	startup@kised.or.kr	
		Chaewon Lee				
		Byung Heon Lee				
	Korea Entrepreneurship Foundation	Doheon Kim	Korea Entrepreneurship Foundation			
		Choonwoo Lee				
		SungHyun Cho				
Spain	UCEIF Foundation-CISE	Ana Fernandez Laviada	Santander Bank	Instituto Opinómetro S.L.	ana.fernandez@unican.es	
		Federico Gutiérrez Solana				
	GEM Spain Network	Iñaki Peña	Fundación Rafael Del Pino			ipena@orquestra.deusto.es
		Maribel Guerrero				
		Jose Luis González-Pernía				maribel.guerrero@orquestra.deusto.es
		Ines Rueda Sampedro				
	Manuel Redondo				ines@cise.es	
Regional Teams	Institution	Director				
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro				
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata				

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino			
Cantabria	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada			
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín			
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno			
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte			
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza			
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras e Ignacio Mira Solves			
Extremadura	Fundación Xavier de Salas–Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón y J. Carlos Diaz Casero			
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Marta Amate López			
Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López			
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes			
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón y Alicia Rubio			
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart			
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero			
Sweden	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Svenskt Näringsliv / Confederation of Swedish Enterprise Vinnova	Ipsos	pontus.braunerhjelm@entreprenorsforum.se
		Per Thulin			
		Carin Holmquist			
		Ylva Skoogberg			
		Johan P Larsson			
Switzerland	School of Management (HEG-FR) Fribourg	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs Bern	rico.baldegger@hefr.ch
		Siegfried Alberton	Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETHZ)		
		Andrea Huber	University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland (SUPSI)		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Fredrik Hacklin	ZHAW School of Management and Law		
		Onur Saglam			
		Pascal Wild			
		Jacques Hefti			
		Adrian W. Mueller			
		Benjamin Graziano			
		Benoît Morel			
		Raphaël Gaudart			
		Anka Pilauer			
		Philippe Regnier			
Taiwan	National Chengchi University	Chao-Tung Wen	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center	jtwen@nccu.edu.tw
		Chang-Yung Liu			
		Su-Lee Tsai			
		Yu-Ting Cheng			
		Yi-Wen Chen			
		Ru-Mei Hsieh			
		Don Jyh-Fu Jeng			
		Li-Hua Chen			
		Shih-Feng Chou			
Thailand	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Pichit Akrathit	Bangkok University, OSMEP (Organization for Small and Medium Enterprise Development)	TNS Research International Thailand	gem_thailand@bu.ac.th
		Koson Sapprasert			
		Ulrike Guelich			
		Suchart Triopsakul			
Tunisia	The Arab Institute of Business Leaders IACE	Majdi Hassen	The Arab Institute of Business Leaders IACE	The Arab Institute of Business Leaders IACE	majdi.hassen@iace.org.tn
		Sofian Ghali			
		Bilel Bellaj			
		Kamel Ghazouani			
		Yasser Arouaoui			
Turkey	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Method Research Company	ekaradeniz@yeditpe.edu.tr
	Yeditpe University	Özlem Kunday	Turkish Economy Bank (TEB)		
		Thomas Schøtt			
		Maryam Cheraghi			
		Pelin Yüce			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
United Kingdom	Aston University	Mark Hart	Department for Business, Innovation and Skills (BIS)	BMG Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
		Jonathan Levie	Welsh Government		
		Tomasz Mickiewicz	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde		
		Michael Anyadike-Danes	Invest Northern Ireland		
		Karen Bonner	Belfast City Council		
		Ute Stephan	British Business Bank		
		Isabella Moore			
United States	Babson College	Donna Kelley	Babson College	Elemental	dkelley@babson.edu
		Abdul Ali	Baruch College		
		Candida Brush			
		Marcia Cole			
		Andrew Corbett			
		Philip Kim			
		Medhi Maj			
		Monica Dean			
		Edward Rogoff			
		Thomas Lyons			
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga	University of Montevideo	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy
		Isabelle Chaquiriand	Deloitte Uruguay		
Vietnam	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Luong Minh Huan	International Development Research Centre (IDRC)	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	huanlm@vcci.com.vn
		Doan Thi Quyen			
		Pham Thi Thu Hang			
		Le Thanh Hai			
		Doan Thuy Nga			

Autori



Slavica Singer

Slavica Singer je profesor emeritus na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, gdje sudjeluje u vođenju međunarodnog interdisciplinarnog doktorskog studija PODUZETNIŠTVO I INOVATIVNOST. Članica je Upravnog odbora Global Entrepreneurship Research Association, voditeljica istraživačkog odbora GEM konzorcija (Research and Innovation Advisory Committee) 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 hrvatskog ogranka Rimskog kluba, te je član Upravnog odbora European Council of Small Business.



Nataša Šarlija

Nataša Šarlija je redovita profesorica na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku. Doktorat znanosti obranila je na Sveučilištu u Zagrebu na Ekonomskom fakultetu iz područja kreditnih rizika. Istraživački i edukativni rad fokusiran je na rast malih i srednjih poduzeća, financijski management i upravljanje kreditnim rizicima. Pored rada na Sveučilištu, bavi se i konzultantskim radom u području kreditnih rizika. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine unutar kojega je zadužena za metodologiju i statističku obradu podataka. Područja interesa: modeliranje kreditnih rizika, upravljanje kreditnim rizicima, kreditna analiza, scoring modeli za mala poduzeća, procjena potencijala rasta malih i srednjih poduzeća i business intelligence.



Sanja Pfeifer

Sanja Pfeifer je redovita profesorica Ekonomskog fakulteta u Osijeku. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine. Područja njezinog interesa su poduzetništvo, menadžment i organizacija, determinante inovativnosti, konkurentnosti, rasta i razvoja poslovnih subjekata. Aktivna je članica Entrepreneurship Research and Education Network - ERENET, te European Council of Small Business – ECSB. U 2008. godini bila je voditeljica znanstvenog simpozija Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Fakultät für Wirtschaft und Recht iz Pforzheima, Njemačka i znanstvena urednica zbornika radova simpozija. Od 2015. godine zamjenica je urednika časopisa Ekonomski vjesnik. U razdoblju 2007-2012, bila je voditeljica projekta „Transformacija poduzetničkog potencijala u poduzetničko ponašanje,“ a trenutno je suradnica na nekoliko domaćih i međunarodnih projekata.



Sunčica Oberman Peterka

Sunčica Oberman Peterka je izvanredna profesorica na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, gdje predaje poduzetničke i strateške kolegije. Doktorat znanosti iz područja ekonomije obranila je na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku 2008. godine. Prije nego što se zaposlila na Sveučilištu (2000.), radila je u Centru za poduzetništvo Osijek (1997.-2000.) kao trener i konzultant za mala i srednja poduzeća, te je vodila edukativno-konzultantski program Rast i razvoj Vašeg poduzeća, program namijenjen rastućim poduzećima. Članica je GEM tima za Hrvatsku od 2002. godine. Članica je međunarodnih organizacija International Council for Small Business i European Council of Small Business. Područja interesa: poduzetničko obrazovanje, poduzetničko sveučilište, autentično liderstvo, pokretanje poslovnog pothvata, upravljanje malim poduzećima, strateški management.



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



ICES Međunarodni centar za poduzetničke studije
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku,
Ekonomski fakultet u Osijeku
www.ices.hr

ISBN 978-953-7520-06-9
