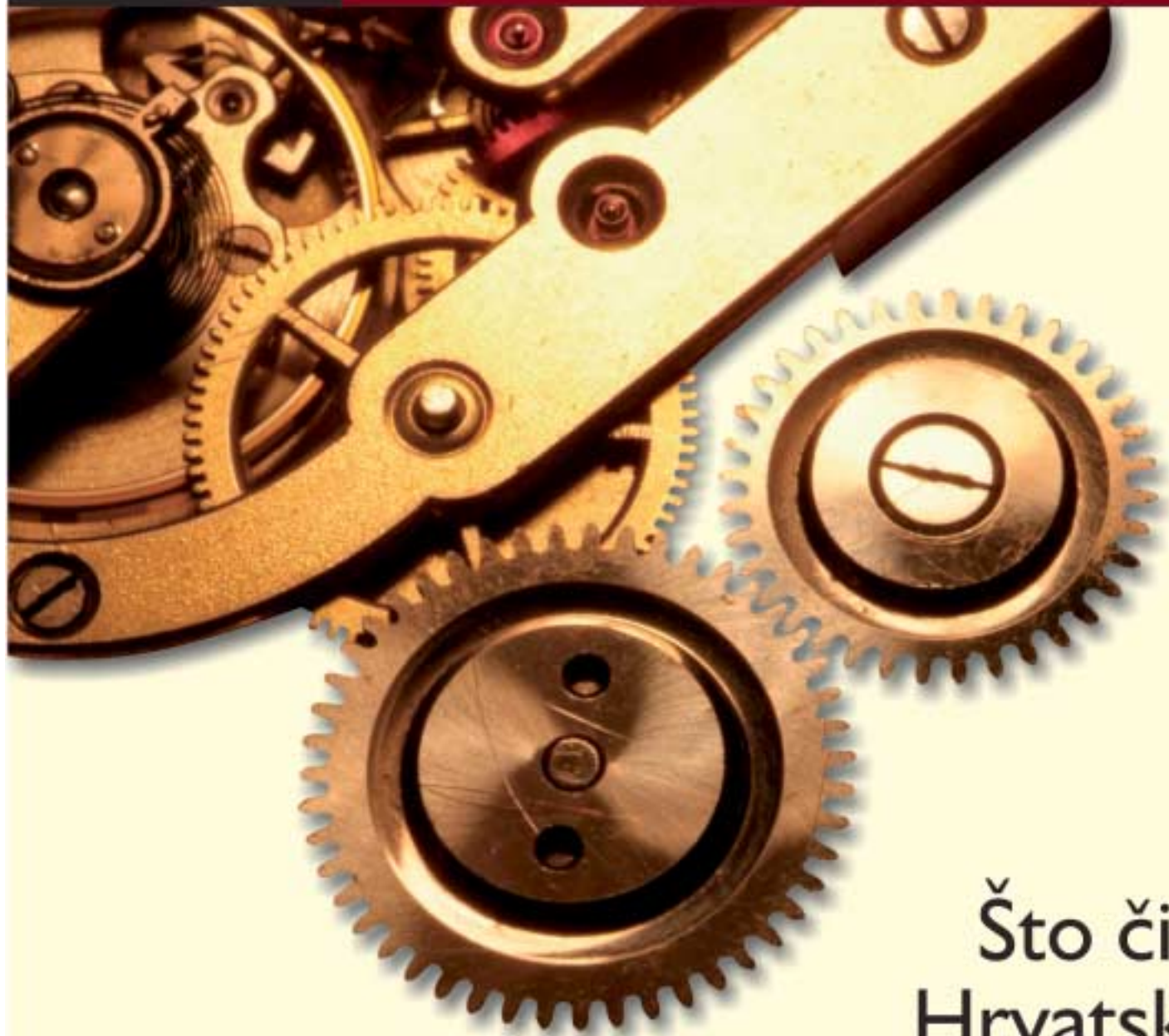




**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
HRVATSKA**



Što čini
Hrvatsku
poduzetničkom
zemljom?

REZULTATI GEM 2002-2005 ZA HRVATSKU

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





Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom?

Rezultati Global Entrepreneurship Monitor
za Hrvatsku, 2005



CEPOR

CIP - Katalogizacija u publikacij
GRADSKA I SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA OSIJEK

UDK 65.012(497.5)

SINGER, Slavica

Što čini Hrvatsku poduzetničkom
zemljom? / Slavica Singer, Nataša Šarija,
Sanja Pfeifer. - Zagreb : CEPOR - Centar
za politiku razvoja malih i srednjih
poduzeća i poduzetništva, 2006.

ISBN 953-99154-7-3

1. Šarija, Nataša 2. Pfeifer, Sanja

110815036

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

Za izdavača:
Slavica Singer

Predgovor:
Slavica Singer

Dizajn i priprema:
MIT d.o.o.

Sadržaj

Pregled tablica	5
Pregled slika	6
Riječ ministra gospodarstva rada i poduzetništva	7
Predgovor	8
Sažetak	9
I Uvod	11
O ciljevima istraživanja	11
O modelu	12
O indikatorima	13
Međunarodna dimenzija GEM istraživanja	14
O izvorima podataka	14
O uzorku u Hrvatskoj	15
GEM istraživački tim u Hrvatskoj	15
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj	15
2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	16
Od začelja do sredine ljestvice	17
Akteri poduzetničke aktivnosti - bez novih nema ni "odraslih", ali bez rastućih nema ni prosperiteta	18
Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog nužnosti nego prilike	20
Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi	23
3 Poduzetništvo u Hrvatskoj	25
Poduzetnički kapacitet Hrvatske se povećava ali	25
Indeks "motiviranosti"	25
Indeks "odrastanja"	26
Sve više malih poduzeća s potencijalom rasta	27
Tehnološki moderniji, ali inoviranje proizvoda još uvijek veliki izazov	28
Jakoj konkurenciji izložena većina poduzetnika, jer svi imaju iste proizvode	29
Izvozna orijentacija nedovoljna - strah od nepoznatog?	29
Raste broj poduzeća s aspiracijom jačeg zapošljavanja	30
Razina potencijal rasta poduzetnika - gdje je Hrvatska?	31
Regionalne razlike se smanjuju	33
Tko pokreće poduzetničke pothvate u Hrvatskoj?	35
Obrazovaniji su češće poduzetnici	35
Muškarci su poduzetniji od žena, sve više	35
I starost igra ulogu	36
Siromašniji - češće poduzetnički aktivni	37
Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?	37
Percepcija poduzetničke okoline - žene jednake s muškarcima!	38
Poduzetnička kultura se tek rađa	40
Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: pomaže ili odmaže?	43
Tko i kako procjenjuje kvalitetu poduzetničke okoline?	43
Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: bolja ili lošija od prosjeka GEM zemalja?	44

Financijska potpora	49
Vladine politike i programi	49
Obrazovanje	51
Transfer istraživanja i razvoja	52
Poslovna i stručna infrastruktura	53
Tržišni mehanizmi	54
Kulturne i društvene norme	55
Poduzetnička djelotvornost	56
4 Zaključci i preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske	58
Bolje je, ali može i PUNO bolje	58
Kako povećati kvalitetu institucionalne strukture poduzetničkih uvjeta?	59
Mogu li vladine politike postati konzistentne?	59
Od rascjepkanih programa do prioriteta	59
Transfer istraživanja i razvoja	60
Od osuđenosti na bankarske kredite do raznovrsnosti financijskih instrumenata	60
Poslovna i stručna infrastruktura	60
Kako ojačati ljudsku dimenziju poduzetničkog kapaciteta?	61
Znanja i vještine	61
Motivacija	61
Žene	61
Literatura	62
Prilog 1 Metodološka objašnjenja	64
Prilog 2 Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline, sudjelovali u GEM istraživanjima 2002-2005.	66
Prilog 3 Popis GEM timova i sponzora, 2005.	69

Pregled tablica

Tablica 1: TEA indeksi - Hrvatska i sve GEM zemlje	17
Tablica 2: Stope poduzetničke aktivnosti u 2005. - %	19
Tablica 3: Indeks motiviranosti - odnos TEA Prilika i TEA Nužnost, 2005.	21
Tablica 4: Tranzicijske stope prelaska iz start-up faze u "odraslost" poslovnog pothvata, 2005.	22
Tablica 5: Hrvatska u europskoj perspektivi, izabrani pokazatelji poduzetničke aktivnosti, 2002-2005.	23
Tablica 6: Razlike u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o ekonomskoj snazi zemlje, 2005.	24
Tablica 7: Poduzetnički kapacitet hrvatskog gospodarstva, 2002-2005.	26
Tablica 8: Novina tehnologije/procedura za poduzetnike, 2002-2005, struktura, u % (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije/procedure?)	28
Tablica 9: Novina proizvoda za kupce, 2002-2005., struktura u % (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?)	28
Tablica 10: Intenzitet očekivane konkurencije, 2002-2005, struktura, u % (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?)	29
Tablica 11: Izvozna orijentacija poduzetnika, 2002-2005, struktura, u % (Koliko kupaca je izvan zemlje?)	30
Tablica 12: Očekivanja rasta kroz zapošljavanje, 2002-2005, struktura, u % (Koliko broj novozaposlenih očekujete za 5 godina?)	30
Tablica 13: Kombinirani indeks potencijala rasta, 2002-2005, struktura u %	31
Tablica 14: Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske - TEA indeksi, 2002-2005.	33
Tablica 15: Poduzetnička aktivnost i obrazovanost poduzetnika, 2002-2004, struktura u %	35
Tablica 16: Poduzetnička aktivnost i prihod domaćinstva, 2002-2005, struktura u %	37
Tablica 17: Faktori koji utječu na percepciju o poduzetničkoj okolini, 2005, struktura u %	38
Tablica 18: Sistem vrijednosti, 2005, struktura u %	40
Tablica 19: Usporedba vrijednosnih stavova o poduzetničkoj kulturi između Hrvatske i Slovenije, 2005, DA odgovori, % anketiranih	42
Tablica 20: Prosječne ocjene kvalitete komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj - usporedba s GEM prosjekom, 2002-2005.	44
Tablica 21: Komponente poduzetničke okoline, 2005. - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi	46
Tablica 22: Deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u usporedbi s GEM zemljama, 2005.	47
Tablica 23: Deset najniže ocijenjenih izjava o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, u usporedbi s GEM zemljama, 2005.	48

Pregled slika

Slika 1:	Konceptualni okvir GEM istraživanja.....	12
Slika 2:	Definicije GEM indikatora poduzetničke aktivnosti	13
Slika 3:	Start-up poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i BDP po stanovniku	18
Slika 4:	Motiviranost za poduzetništvo - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2005.	21
Slika 5:	Stope poslovnog "odrastanja" - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2005.	22
Slika 6:	Kombinirani indeks potencijala rasta, Hrvatska vs. ostale GEM zemlje, 2005, struktura, u %	32
Slika 7:	Regionalne razlike u poduzetničkoj motiviranosti (TEA Prilika i TEA Nužnost), 2005.	34
Slika 8:	Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i spol, 2002-2005.	35
Slika 9:	Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i dob poduzetnika, 2005.	36
Slika 10:	Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) prema spolu i dobi, 2005.	36
Slika 11:	Razlika u percepciji poduzetničke okoline - TEA aktivni poduzetnici, s obzirom na spol, 2005, struktura u %	39
Slika 12:	Razlika u percepciji vrijednosti TEA aktivnih poduzetnika, s obzirom na spol, 2005, struktura u %	41
Slika 13:	Prosječne ocjene poduzetničke okoline u Hrvatskoj i prosjek za GEM zemlje, 2005.	45
Slika 14:	Financijska potpora, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	49
Slika 15:	Vladine politike - potpore, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	50
Slika 16:	Vladine politike - regulativa, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	50
Slika 17:	Vladini programi, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	50
Slika 18:	Obrazovanje (osnovno i srednje), Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	51
Slika 19:	Obrazovanje nakon srednje škole, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	51
Slika 20:	Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	52
Slika 21:	Poslovna i stručna infrastruktura, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	53
Slika 22:	Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - brzina promjena, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	54
Slika 23:	Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - ulazne barijere, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	54
Slika 24:	Kulturne i društvene norme, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	55
Slika 25:	Odnos prema ženama u poduzetništvu, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	55
Slika 26:	Prepoznavanje poslovnih prilika, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	56
Slika 27:	Poduzetnički kapacitet - potencijal, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	57
Slika 28:	Poduzetnički kapacitet - motivacija, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	57
Slika 29:	Stav prema rastućim poduzećima, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.	57



Branko Vukelić,
ministar gospodarstva, rada i poduzetništva

U procesima prilagođavanja hrvatskoga gospodarstva standardima Europske unije, poduzetništvo ima odlučujuću ulogu jer aktivira vlastite resurse, od ljudskih do financijskih. Poduzetnički kapacitet zemlje ne ovisi samo o pojedincu, nego i o okolini koja mora pridonijeti ostvarivanju individualne poduzetničke inicijative. Upravo je to područje na kojemu Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva kontinuirano djeluje kroz brojne programe, kojima želi eliminirati "uska grla" u izgradnji poduzetničke snage Hrvatske. U 2004. i 2005. godini, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva otvorilo je brojne programe kojima se poduzetnicima omogućio pristup financijskim resursima, edukaciji, korištenju profesionalnih usluga, poticanje inovativnosti i izvoz. Financijska sredstva za te programe iznosila su 229.052.354 kuna. Između brojnih rezultata programa, posebice treba istaknuti izgradnju institucionalne profesionalne infrastrukture: 16 inkubatora, 27 poduzetničkih centara, 6 regionalnih razvojnih agencija te 235 poduzetničkih zona, budući da su oni okosnica podrške poduzetnicima širom Hrvatske. Uz informaciju o tome da je programe Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva u 2004. i 2005. godini koristilo 4293 poduzetnika, ti pokazatelji podržavaju skok Hrvatske na rang listi Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanja, s mjesta na začelju u sredinu ljestvice.

Rezultati GEM istraživanja, koja od 2002. godine uključuju i Hrvatsku, vrlo su važni za određivanje prioriteta u intervencijama i politikama kojima se potiče razvoj poduzetničkoga kapaciteta zemlje i konkurentnost. Uvažavajući značaj međunarodne usporedbe Hrvatske sa zemljama uključenima u GEM istraživanje i značaj toga projekta u dizajniranju nacionalnih politika, kao i korištenje istraživačkih rezultata u brojnim međunarodnim institucijama, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva koristilo je rezultate GEM istraživanja kao okosnicu za definiranje svojih programa jer upravo je nedostatnost obrazovanja i profesionalne infrastrukture bila presudna za dizajniranje odgovarajućih programa.

Preporuke koje donosi ova studija bit će korištene u daljnjem dizajniranju politika, programa i instrumenata kojima Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva pridonosi u kreiranju potpomažuće okoline za poduzetništvo i inovativnost, za daljnje napore u eliminiranju administrativnih prepreka u pokretanju i razvoju poslovnih pothvata, uvođenju obrazovanja za poduzetničko djelovanje u sve razine formalnoga obrazovanja i stvaranju pretpostavki za bolji pristup novčanim resursima.

Branko Vukelić,
Ministar gospodarstva, rada i poduzetništva

Predgovor

Hrvatska se uključila u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanja 2002. godine čime je dobila neprocjenjivu mogućnost uspoređivanja djelotvornosti politika, programa i aktivnosti različitih institucija i asocijacija koje se bave izgradnjom poduzetničkog kapaciteta Hrvatske. Od tada, Hrvatska je mnogo naučila o poduzetništvu. Najvažnija lekcija je u samom razumijevanju što je poduzetništvo, odnosno što to nije.

Za prihvaćanje poduzetništva kao načina ponašanja (proaktivnog, kreativnog) temeljenog na osnaženim i odgovornim pojedincima i kompetentnim i odgovornim institucijama bilo je potrebno odmaknuti se od mitova kojima je dugo vremena bila obavijena riječ "poduzetnik". Ključni mit, koji je imao dugosežne posljedice na pojedince i institucije, bio je da se poduzetnikom postaje rođenjem, a ne učenjem, te da poduzetnički uspjeh ovisi o količini rizika koji pojedinac preuzima. Međutim, činjenice govore drugačije. Poduzetnički uspjeh vjerojatniji je ako ljudi imaju odgovarajuće znanje i vještine, ako je poduzetnička karijera osobni izbor, ako postoji okolina koja stimulira i podržava poduzetničku aktivnost (od kulturnih i društvenih normi do regulatornog okvira).

Sudjelovanje u GEM istraživanju omogućilo je Hrvatskoj da se pridruži grupi zemalja među kojima su i najbogatije zemlje svijeta, koje su poduzetništvo prepoznale kao glavni fokus svojih javnih politika i ekonomskog razvoja, jer poduzetništvo je os oko koje se sve okreće (Schumpeter).

Od studije "Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?" koja je prezentirala rezultate sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju u 2002. godini, do ove studije "Što Hrvatsku čini poduzetničkom zemljom?" kojom se prezentiraju rezultati sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju od 2002. do 2005. godine Hrvatska je napravila veliki pomak: sa 32. mjesta (od 37 zemalja) u 2002. godine na 19. mjesto (od 35. zemalja) u 2005. godini. Rezultati GEM istraživanja javno su dostupni na www.gemhrvatska.org ili preko www.cepor.hr, ili www.gemconsortium.org.

GEM istraživački tim sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (Slavica Singer, Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Đula Borožan i Sunčica Oberman Peterka) i Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva CEPOR zahvaljuju se Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva, Hrvatskoj gospodarskoj komori i Nacionalnom vijeću za konkurentnost na stalnoj podršci u diseminaciji rezultata istraživanja. Posebno zahvaljujemo ekspertima koji svojim ocjenama daju važan doprinos razumijevanju jakih i slabih strana poduzetničke okoline. Tiskanje ove publikacije financijski je podržao i USAID kroz program CroNGO kojeg provodi Academy for Educational Development, upravo zbog želje da se rezultati promoviraju i regionalno, kroz seriju okruglih stolova i rasprava o poduzetničkom kapacitetu i ograničenjima njegovog razvoja.

Prof. dr. sc. Slavica Singer
voditeljica GEM Hrvatska

Sažetak

U 2005. godini Hrvatska sudjeluje po četvrti put u Global Entrepreneurship Monitor (GEM), najvećem svjetskom istraživanju poduzetništva. Tim GEM Hrvatska zahvaljuje Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva na kontinuiranoj financijskoj podršci i rastućem interesu za korištenje rezultata istraživanja u oblikovanju svojih politika i programa.

Korištenjem jedinstvenog konceptualnog okvira i metodološkog pristupa, GEM istražuje godišnje promjene u poduzetničkoj aktivnosti, čime se svakoj zemlji sudionici omogućava praćenje promjena u poduzetničkoj aktivnosti tokom vremena i relativiziranje tih promjena usporedbom s drugima.

Metodologija GEM istraživanja obuhvaća anketiranje slučajno izabranog uzorka odrasle populacije od 18 do 64 godina starosti (radi utvrđivanja razine poduzetničke aktivnosti), anketiranje i intervjuiranje eksperata (radi procjene kvalitete poduzetničke okoline) i analizu statističkih pokazatelja o razini razvijenosti, prikupljenih iz međunarodnih izvora informacija.

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Glavna poruka analize sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju u razdoblju 2002-2005. je povećanje poduzetničke aktivnosti, mjereno TEA indeksom (Total Entrepreneurial Activity) kojim se utvrđuje postotak ljudi čija poduzetnička aktivnost je kraća od 42 mjeseca u populaciji odraslih stanovnika. Od TEA 3,62% u 2002. godini, Hrvatska je u 2005. godini postigla TEA 6,11%. To znači da je u 2005. godini na svakih 16 odraslih osoba (iz radnog kontingenta) jedna osoba poduzetnički aktivna, dok je u 2002. godini taj odnos bio jedna poduzetnički aktivna osoba na 30 odraslih osoba.

Poduzetnički kapacitet Hrvatske se povećava, ali...

Hrvatska se u 2005. godini "odlijepila" sa začelja GEM zemalja, ali uglavnom zahvaljujući jakom porastu poduzetničke aktivnosti među onima koji nisu imali drugi izbor. U ukupnom TEA indeksu, poželjno je da bude više TEA Prilika (oni koji su u poduzetničku aktivnost ušli svojom voljom zbog prepoznate poslovne prilike) od TEA Nužnost (oni koji su to učinili jer ih je situacija na to natjerala), jer oni koji su svojom voljom postali poduzetnički aktivni, imaju dugoročnije planove i optimističnija očekivanja. U Hrvatskoj je taj odnos obrnut. Dobro je što su nezaposleni odlučili ne čekati rješenje svog problema, ali potrebno je stvoriti pretpostavke za jačanje TEA Prilika indeksa.

Tendencija povećanja broja malih poduzeća s potencijalom rasta je druga dobra vijest, jer samo rastuća poduzeća značajnije generiraju nova radna mjesta. I u strukturi start-up poduzeća (ne starijih od 42 mjeseca) i u strukturi poduzeća aktivnih duže od 42 mjeseca, značajno se smanjio broj poduzeća bez potencijala rasta: u prvom slučaju sa 71% na 50%, u drugom slučaju sa 80% na 63%. Što je još bolje, po učešću poduzeća s jakim potencijalom rasta od 1,8% (u kategoriji poduzeća preko 42 mjeseca poduzetničke aktivnosti), Hrvatska je bolja od GEM prosjeka. U kategoriji poduzeća do 42 mjeseca poduzetničke aktivnosti, Hrvatska značajno zaostaje za prosjekom GEM zemalja.

Regionalne razlike se smanjuju

Regionalne razvojne razlike oslikane su i u razini poduzetničke aktivnosti. Razlika između regija s najjačom i najslabijom poduzetničkom aktivnosti se u razdoblju 2002-2005. smanjila sa 1 : 2,3 na 1 : 1,91.

Tko pokreće poduzetničke pothvate u Hrvatskoj?

Obrazovaniji ljudi češće pokreću poduzetničke pothvate nego neobrazovani. Povećava se jaz između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena: dok je u 2002. godini bilo 2,95 puta više poduzetnički aktivnih muškaraca, u 2005. godini taj se odnos povećao na 3,79. Ljudi s manjim primanjima češće ulaze u poduzetničku aktivnost, što je konzistentno s jačim TEA Nužnost indeksom.

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: pomaže ili odmaže?

Ekspertska procjena kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline omogućava zaključivanje o promjenama u kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj:

- tendencija pada kvalitete financijske potpore, zbog nedostatka razvijenosti financijskog tržišta (nedovoljno rizičnog kapitala, nedovoljno neformalnih investitora), te nedostatak garancijskih fondova
- vladini programi su bolje ocijenjeni od vladinih politika
- vladine politike u području potpora su bolje ocijenjene od vladinih politika u području regulative
- kvaliteta obrazovanja fokusiranog na razvoj poduzetničkog potencijala mladih raste (posebno u dijelu primarnog i sekundarnog obrazovanja)
- raspoloživost poslovne i stručne infrastrukture postaje bolja, ali je otvoreno pitanje kvalitete usluga
- pristup fizičkoj infrastrukturi postaje sve bolji

Preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Preporuke su fokusirane na uočena ograničenja u djelovanju pojedine komponente poduzetničke okoline, prvenstveno u području:

- razvoja financijskog tržišta (neformalni investitori, fondovi rizičnog kapitala, garancijski fondovi, mikrokreditiranje)
- vladinih politika u području regulatornog okvira, obrazovanja, transfera istraživanja i znanja
- razvoja kvalitetnih usluga za poduzetnike, posebno one koji imaju potencijal i želju za rastom
- jačanja poduzetničke kulture (obrazovanje, mediji)
- jačanja učešća žena u poduzetničkim aktivnostima

I Uvod

- ciljevima istraživanja
- modelu (konceptualni okvir istraživanja)
- indikatorima
- Međunarodna dimenzija GEM istraživanja
- izvorima podataka
- uzorku u Hrvatskoj
- GEM istraživački tim u Hrvatskoj
- Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Brojni teoretičari ekonomskog rasta (Schumpeter, 1943.; Hayek, 1948.; Kirzner, 1973.; Gartner, 1989.; Audreusch i Thurik, 2000.) već dugi niz godina zagovaraju poduzetništvo kao jedno od temelja ekonomskog rasta. I pored istraživačkog interesa i iskustvene spoznaje mnogih uspješnih zemalja o kritičnom značaju stvaranja novih poslovnih pothvata za nacionalni gospodarski razvoj, ipak je poduzetnički kapacitet zemlje ostao izvan glavne struje teorijskog razmatranja ali i nacionalnih ekonomskih politika. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) jedinstvena je međunarodna istraživačka reakcija na te činjenice.

○ ciljevima istraživanja

Cilj istraživanja je razvoj zajedničkih indikatora za praćenje poduzetničke aktivnosti u vremenu i prostoru, a time i izgradnja konzistentne podloge za policy intervencije u cilju poboljšanja uvjeta o kojima ovisi poduzetnički kapacitet neke zemlje.

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 zemalja¹, koje su željele dobiti odgovor zašto je poduzetnički kapacitet SAD veći nego u drugim razvijenim zemljama. Projektom je do sada obuhvaćeno 45 zemalja. Početna istraživačka pitanja o tome razlikuje li se poduzetnička aktivnost među zemljama i zašto, te što može doprinijeti razvoju poduzetničkog kapaciteta pojedine zemlje, pretočena su u temeljne ciljeve istraživanja:

- mjerenje razlika u razini poduzetničke aktivnosti između različitih zemalja
- otkrivanje faktora o kojima ovisi poduzetnička aktivnost
- utvrđivanje politika koje mogu poboljšavati razinu poduzetničke aktivnosti u zemlji

U trokutu ovih ciljeva, istraživački rezultati GEM projekta imaju značajan utjecaj u odgovaranju na dva važna pitanja, teorijsko i aplikativno:

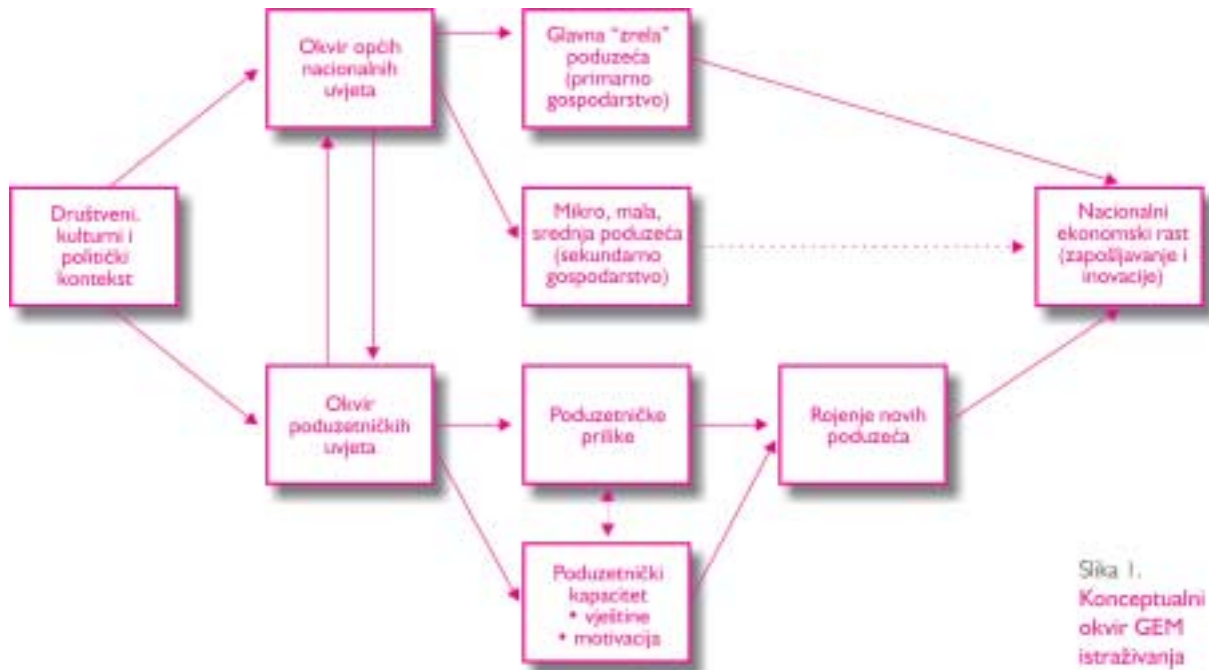
- Koliko su razlike u poduzetničkoj aktivnosti povezane s ukupnim ekonomskim rastom neke zemlje?
- Što vlade mogu činiti kako bi utjecale na razinu poduzetničkog djelovanja u zemlji?

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 efekata primjenjenih politika i instrumenata. Horizontalno uspoređivanje omogućava svakoj zemlji da se u istom vremenu uspoređuje međunarodno, odnosno da sebi izabere odgovarajući **benchmark**.

¹ U projekt su bile uključene G-7 zemlje (Francuska, Italija, Japan, Kanada, Njemačka, SAD i Velika Britanija), te Danska, Finska i Izrael.

O modelu (konceptualni okvir istraživanja)

GEM istraživanje polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o razvojnem kapacitetu postojećeg gospodarstva, ali i o kapacitetu cjeline društva da inovira, anticipira promjene i koristi ih za stvaranje prosperiteta na razini pojedinca i zemlje kao cjeline. Zbog toga, GEM koristi konceptualni okvir istraživanja koji pretpostavlja komplementarnost dva temeljna mehanizma (okvir općih makroekonomskih uvjeta i okvir poduzetničkih uvjeta) o kojima ovisi sposobnost nekog nacionalnog gospodarstva da ostvari prosperitet na razini pojedinca i zajednice:



Slika 1.
Konceptualni
okvir GEM
istraživanja

Okvir općih nacionalnih uvjeta:

- Otvorenost nacionalnog gospodarstva
- Uloga vlade
- Učinkovitost financijskog tržišta
- Razina ulaganja u istraživanje i razvoj
- Fizička infrastruktura
- Upravljačka kompetencija
- Fleksibilnost tržišta radne snage
- Vladavina prava

Okvir poduzetničkih uvjeta:

- Financijska potpora
- Vladine politike
- Vladini programi
- Obrazovanje
- Transfer istraživanja i razvoja
- Poslovna i stručna infrastruktura
- Otvorenost unutarnjeg tržišta i konkurentnost
- Pristup fizičkoj infrastrukturi
- Kulturne i društvene norme

Tradicionalno, analiza ekonomskog rasta fokusirana je na "primarno" gospodarstvo, zanemarujući ulogu novih i manjih poduzeća. Mala i nova poduzeća stvaraju inovacije, popunjavaju tržišne niše, povećavaju konkurentske pritiske, te na taj način promoviraju ekonomsku efikasnost.

GEM pristup fokusiran je na istraživanje ekonomskih veza svih oblika poslovanja unutar nacionalnog gospodarstva, uključujući ocjenu doprinosa novih poduzeća, malih poduzeća kao i već postojećih poduzeća ukupnoj agregatnoj razini ekonomskog rasta u zemlji, te posebno okvira poduzetničkih uvjeta. GEM istraživanjem ispituju se značaj i intenzitet povezanosti između ovih komplementarnih mehanizama, promatrajući te povezanosti kroz ulogu osnaženog pojedinca, pojedinca koji djeluje proaktivno, poduzetnički.

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

O indikatorima

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

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

- početnici (koji odlučuju o pokretanju 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)

Poduzetnička aktivnost početnika i novih poduzetnika, mjerena kroz odnos broja takvih poduzetnika (start-up) prema uzorku odrasle populacije, starosti od 18 do 64 godine izražena je kroz Total Entrepreneurial Activity (TEA) Indeks.

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 su bez posla, nisu mogli naći drugo zaposlenje...)

Poduzetnička aktivnost odrasle populacije, 18-64 godina starosti	Kategorije poduzetničke aktivnosti		
	TEA indeks, izražen u % od odrasle populacije		% od odrasle populacije
	Početnici Sam ili sa drugima pokušava pokrenuti vlastiti posao, samozapošljavanje	Novi poduzetnici Vlasnik poduzeća/obrt, od 3 do 42 mjeseca starog	Poduzetnici Vlasnik poduzeća/obrt, starijeg od 42 mjeseca
Start up poduzetnici			

Slika 2.
Definicija
GEM indikatora
poduzetničke
aktivnosti

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 istraživanjem bilo obuhvaćeno deset zemalja, u 2005. godini u GEM istraživanja je uključeno 35 zemalja, koje čine oko 65% svjetskog stanovništva i oko 90% svjetskog bruto domaćeg proizvoda:

Azija i Oceanija:

Australija, Kina, Japan, Novi Zeland, Singapur i Tajland

Afrika i Srednji Istok

Južnoafrička Republika

Europa

Austrija, Belgija, Danska, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Irska, Island, Italija, Latvija, Mađarska, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Slovenija, Španjolska, Švedska, Švicarska i Velika Britanija

Sjeverna Amerika

Jamajka, Kanada, Meksiko i SAD

Južna Amerika

Argentina, Brazil, Čile i Venecuela

O izvorima podataka

GEM istraživanje provodi se u uskoj suradnji između GEM koordinacijskog tima i nacionalnih timova, a temelji se na dva posebno razvijena upitnika za potrebe ovog istraživanja, te prikupljenim standardiziranim pokazateljima ekonomske aktivnosti zemalja, sudionica u projektu:

- Podaci prikupljeni anketiranjem reprezentativnog uzorka odrasle populacije u svakoj GEM zemlji, korištenjem zajedničkog, posebno razvijenog upitnika za utvrđivanje poduzetničke aktivnosti ispitanika i njihovih stavova prema poduzetničkoj aktivnosti. Ispitivanje reprezentativnog uzorka odrasle populacije obavlja profesionalna agencija (u Hrvatskoj, PULS). Prikupljeni podaci šalju se GEM koordinacijskom timu koji izrađuju harmoniziranu bazu podataka i stavlja ju na raspolaganje nacionalnim timovima za ekspertsku interpretaciju.
- Podaci prikupljeni anketiranjem i intervjuiranjem eksperata u svakoj GEM zemlji, korištenjem zajedničkog, posebno razvijenog upitnika o stavovima eksperata prema komponentama poduzetničkog okvira. Svaki nacionalni tim izabire uzorak eksperata, temeljeno na njihovoj reputaciji i iskustvu. Harmoniziranu bazu podataka, koju izrađuje GEM koordinacijski tim, koriste nacionalni timovi za izradu nacionalnih izvještaja.
- Standardizirani pokazatelji ekonomske aktivnosti, međunarodno usporedivi, dobiveni su iz međunarodnih izvora kao što su Svjetska banka, Međunarodni monetarni fond, OECD i Ujedinjeni narodi.

Detaljan opis istraživačkog postupka nalazi se u Reynolds et al. (2005.), a kratko objašnjenje metodologije primjenjene u analizi baze podataka prikupljene anketiranjem odrasle populacije i eksperata nalazi se u Prilogu I.

O uzorku u Hrvatskoj

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

Uobičajeni uzorak je 2000 odraslih stanovnika, od 18 do 64 godine starosti - iako se neke zemlje, zbog želje za utvrđivanjem razlika u poduzetničkoj aktivnosti unutar zemlje, opredjeljuju za veći uzorak (kao npr. Velika Britanija, Njemačka, Švicarska, Španjolska, Kanada, Belgija...). U Hrvatskoj, uzorak je u svim godinama bio 2000 odraslih ispitanika.

U svakoj godini sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju bilo je anketirano/intervjuirano 36 eksperata. U prilogu 2 je pregled svih eksperata koji su svojim mišljenjem doprinijeli praćenju poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj i čiji stavovi su ugrađeni u izradu ove studije.

GEM istraživački tim u Hrvatskoj

GEM projekt vodi istraživački koordinacijski tim čije sjedište je na London Business School (London) i Babson College (Boston), a provode ga nacionalni istraživački timovi. Koordinacijski tim odgovoran je za cjelinu projekta, za prikupljanje standardiziranih podataka iz međunarodnih izvora i izradu sumarnog izvještaja s usporedbom razine poduzetničke aktivnosti među zemljama sudionicima projekta. Nacionalni istraživački timovi provode 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.

U 2005. godini, Hrvatska sudjeluje po četvrti put u GEM istraživanju. U svim godinama sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju, nositelj istraživanja je CEPOR - Centar za politiku razvoja malih poduzeća i poduzetništvo. Istraživački tim čini grupa istraživača sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku: Slavica Singer, voditeljica tima i članovi tima: Nataša Šarlija, Sanja Pfeifer, Đula Borozan i Sunčica Oberman Peterka. U provođenju anketiranja i intervjuiranja eksperata sudjeluju i Mirna Oberman i Anita Buljan iz CEPOR-a.

U prilogu 3 nalazi se pregled članova koordinacijskog GEM tima i svih nacionalnih GEM timova, te sponzora, koji su sudjelovali u istraživanju u 2005. godini.

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju sufinanciraju Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Institut Otvoreno društvo-Hrvatska (kroz CEPOR), te s malim učešćem i Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (kroz projekt Paradigma i praksa poduzetništva, financiranim od Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa). U 2005. godini, projekt je financijski podržan i od USAID, Academy for Educational Development, CroNGO Program, upravo zbog promocije poduzetništva na regionalnoj razini.

2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Od začelja do sredine ljestvice

Akteri poduzetničke aktivnosti - bez novih nema ni "odraslih", ali bez rastućih nema ni prosperiteta

Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog nužnosti nego prilike

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi

Zahvaljujući GEM istraživanju, poduzetništvo je postalo svjetski istraživački fokus jer je kompleksnost samog fenomena ukazala na potrebu kreiranja odgovarajućih indikatora, koji omogućavaju dobro opisivanje pojave i predviđanje promjena, te međunarodnu usporedbu. Prepoznata je opasnost korištenja izdvojenih indikatora, "skrojenih" za potrebe dokazivanja ispravnosti neke politike, te je posebno naglašena važnost konzistentnog praćenja dugoročnih efekata pojedinih politika usmjerenih na izgradnju poduzetničkog kapaciteta neke zemlje.

Međunarodna dimenzija GEM istraživanja omogućila je grupiranje zemalja po različitim kriterijima poduzetničkog djelovanja, što je otvorilo raspravu o efikasnosti vladinih politika i učenje iz iskustva drugih.

Iako se u cjelini ovog izvještaja koriste međunarodne usporedbe pojedinih aspekata poduzetničkog kapaciteta Hrvatske, za naglašavanje pozicioniranosti Hrvatske i pomak koji se dogodio u razdoblju sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju (2002-2005.) korišteno je nekoliko sljedećih indikatora:

- ukupna poduzetnička aktivnost onih koji su kraće od 42 mjeseca aktivni (TEA indeks)
- motiviranost za poduzetničku aktivnost (TEA Prilika i TEA Nužnost)
- struktura aktera poduzetničke aktivnosti (početnik, novi poduzetnik, "odrasli" poduzetnik)
- tranzicijska stopa "odrastanja" poslovnih pothvata

Ukupna poduzetnička aktivnost, temeljena na pokretanju ("rojenju") novih poslovnih pothvata (izražena kroz TEA indeks) bitna je pretpostavka izgradnje poduzetničkog kapaciteta neke zemlje. Svaki poslovni sistem ima svoju životnu krivulju, pa tako i gospodarstvo kao cjelina. Bez novih poduzetničkih pothvata nema obnavljanja gospodarske strukture, niti "infuzije" novih proizvoda, novih tehnologija, iskoraka na nova tržišta. Nova poduzeća doprinose povećanju poslovne efikasnosti i konkurentnosti.

Opredjeljivanje za poduzetničku aktivnost može biti zbog uočene prilike (TEA Prilika) ili silom prilike (TEA Nužnost). Dosadašnja GEM istraživanja su pokazala da dominacija TEA Prilike nad TEA Nužnost doprinosi povećanju poduzetničkog kapaciteta zemlje, jer oni koji postaju poduzetnikom zbog uočene prilike u pravilu su više orijentirani rastu poduzeća nego oni koji su poduzetnikom postali jer ih je na to situacija natjerala (ostali su bez posla, nisu mogli naći posao, itd.). Poznavanje ove razlike u motiviranosti za poduzetničku aktivnost ima izuzetno značenje za nositelje vladinih politika i programa, jer mehanizmi potpore koji ne prepoznaju te razlike neefikasno koriste javne resurse i ne postižu očekivane ciljeve.

Stope poduzetničke aktivnosti su različite ovisno o tipu aktera (početnik, novi poduzetnik, "odrasli" poduzetnik), što je također važna informacija nositeljima vladinih politika i programa kojima se djeluje na izgradnju potpomomažuće okoline, odnosno kojima se eliminiraju barijere za poduzetničko djelovanje.

Tranzicijska stopa "odrastanja" poslovnih pothvata govori o stopi preživjelih poslovnih pothvata, koja u sebi uključuje niz faktora (od motiviranosti, znanja i vještina, djelotvornosti okoline - a naravno i sreće!). Viša tranzicijska stopa znači bolju pripremljenost za poduzetničku aktivnost na individualnoj i institucionalnoj razini. Stopa se izračunava kao odnos "odraslih" poduzetnika (duže od 42 mjeseca poduzetnički aktivni) prema broju početnika i novih poduzetnika, odnosno start-up poduzetnika (do 42 mjeseca poduzetnički aktivni).

Od začelja do sredine ljestvice

TEA indeks izražava poduzetničku aktivnosti onih koji su odlučili pokrenuti poslovni pothvat u zadnja tri mjeseca (početnici) i onih koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca, ali duže od 3 mjeseca (novi poduzetnici), a tu svoju poduzetničku aktivnost mogu dokazati isplatom plaća. TEA indeks se utvrđuje kroz ispitivanje slučajnog uzorka odrasle populacije od 18 do 64 godina starosti i govori o start-up razini poduzetničke aktivnosti u populaciji odraslih.

Za Hrvatsku je 2005. godina donijela zadovoljstvo promjene pozicije sa začelja na sredinu ljestvice GEM zemalja (tablica 1). GEM Master Data Set i Minitti et al: Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Executive Report bili su izvor pokazatelja za GEM zemlje koji su korišteni za usporedbu s Hrvatskom u cijeloj ovoj studiji.

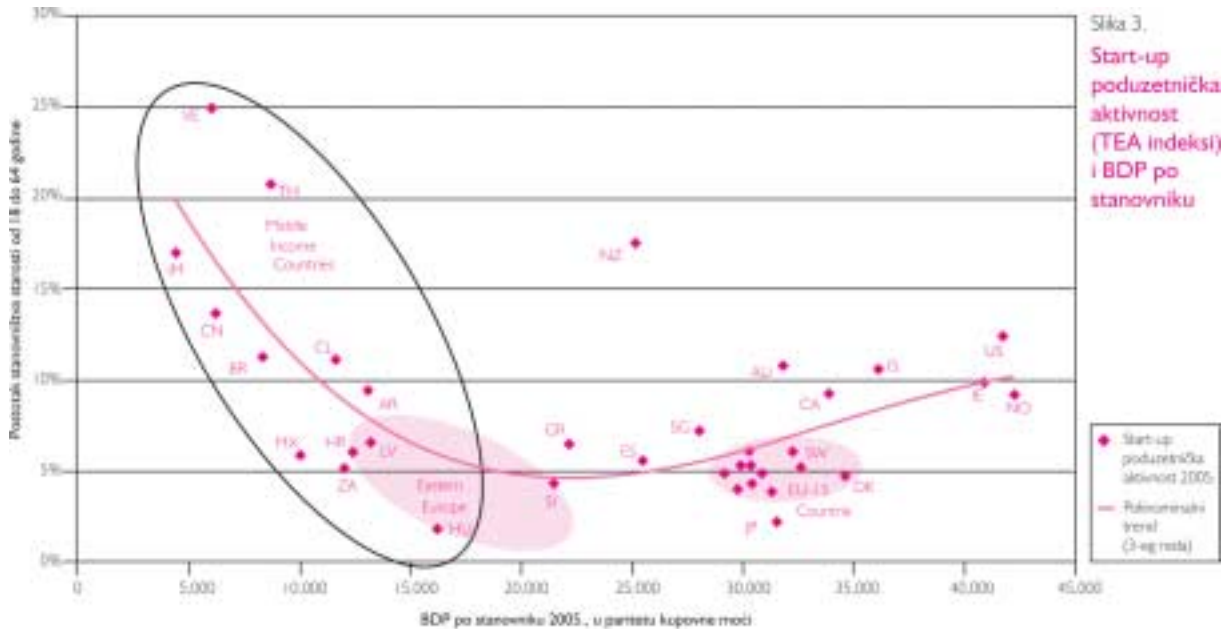
	2002	2003	2004	2005
TEA	3,62	2,56	3,74	6,11
Rang	32/37	29/30	29/34	19/35
TEA Prilika	2,18	1,74	2,04	2,92
Rang	35/37	29/30	32/34	32/35
TEA Nužnost	0,85	0,59	1,57	3,09
Rang	25/37	22/30	12/34	6/35

Tablica 1:
TEA indeksi -
Hrvatska i sve
GEM zemlje

Ima više razloga biti zadovoljan postignutim rezultatima poduzetničke aktivnosti u 2005. godini, ali i jedan ozbiljan razlog za nezadovoljstvo. Zadovoljstvo je što se Hrvatska "odlijepila" od začelja, jer je to dobar znak o djelotvornosti različitih aktivnosti na jačanju okvira poduzetničkih uvjeta u kojima djeluju pojedinci i institucije, iako ne postoje detaljno razrađeni mehanizmi praćenja efekata pojedinih intervencija. Istovremeno, promjena ranga na ljestvici poduzetničke start-up aktivnosti upućuje na potrebu strpljenja, jer intervencije u kvalitetu okvira poduzetničkih uvjeta rijetko mogu imati kratkoročne efekte.

Činjenica da je promjena ranga uglavnom rezultat radikalnog povećanja poduzetničke aktivnosti zbog nužnosti je izvor i zadovoljstva i nezadovoljstva. Zadovoljstvo proizlazi iz saznanja da su ljudi odlučili ne čekati rješenje svojih problema nezaposlenosti nego to riješiti sami, samozapošljavanjem, pokretanjem poduzetničkog pothvata. Međutim, nezadovoljstvo proizlazi iz spoznaje da je takvih mnogo više nego onih koji pokreću poduzetničku aktivnost zbog uočenih prilika, jer to otvara pitanje osposobljenosti za prepoznavanje poslovnih prilika, odgovarajućih znanja i vještina, dostupnosti financijskih resursa i sl. Slična razina poduzetničke aktivnosti može se događati u zemljama sa višim ili nižim BDP, te je za zadovoljstvo postignutim važno znati i razinu ekonomske razvijenosti. Poduzetnička aktivnost od 6,11% je uspjeh za Hrvatsku, nakon godina provedenih sa 3,62% (2002.), 2,56% (2003.) ili 3,74% (2004.) na začelju liste zemalja sudionica GEM projekta, ali još je dugi put "pretakanja" ove poduzetničke aktivnosti i u prosperitet Hrvatske mjereno BDP po stanovniku (slika 3).

Pomicanje Hrvatske treba biti istovremeno u smjeru jačanja poduzetničke aktivnosti, ali i osvajanja viših stopa gospodarskog rasta, kojima će se ostvariti nacionalni prosperitet. Ostvarivanje ovakvih ciljeva zahtijeva izuzetnu koordinaciju vladinih politika, što je pravi izazov za kreatore raznih politika usmjerenih ka boljem dizajniranju okvira poduzetničkih uvjeta, ali i interakcije s makroekonomskim uvjetima hrvatskog gospodarstva.



Akteri poduzetničke aktivnosti - bez novih nema ni "odraslih", ali bez rastućih nema ni prosperiteta

Raščlanjivanje poduzetničke aktivnosti na sve aktere, od početnika, novih poduzetnika do "odraslih" poduzetnika otkriva još jednu važnu dimenziju kapaciteta poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj - izuzetno važnu za kreiranje politika i programa fokusiranih na osnaživanje okvira poduzetničkih uvjeta. Hrvatska naročito zaostaje u stopi poduzetničke aktivnosti "odraslih" poduzetnika (aktivnih duže od 42 mjeseca) (3,70% prema 6,60% u svim GEM zemljama, što čini svega 56% prosjeka GEM zemalja). Promatrajući stope poduzetničke aktivnosti prema pojedinim kategorijama poduzetnika, najveće odstupanje Hrvatske od prosječnih stopa svih GEM zemalja je upravo u kategoriji "odraslih" poduzetnika (svega 56%), dok je stopa poduzetničke aktivnosti početnika na razini od 82% GEM prosjeka, a stopa poduzetničke aktivnosti novih poduzetnika na razini od 64% GEM prosjeka (tablica 2).

	Početniči, do 3 mjeseca aktivni	Novi poduzetnici, od 3 do 42 mjeseca aktivni	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike (početnici + novi poduzetnici)	Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	Ukupna poduzetnička aktivnost
Argentina	5,90	3,90	9,50	5,00	14,10
Australija	6,50	4,70	10,90	9,60	20,40
Austrija	3,00	2,40	5,30	3,80	8,80
Belgija	2,90	1,20	3,90	5,60	9,40
Brazil	3,30	8,20	11,30	10,10	21,40
Kanada	6,60	3,60	9,30	7,40	16,60
Čile	6,00	5,30	11,10	3,80	14,40
Kina	5,60	9,40	13,70	13,20	26,70
Hrvatska	4,10	2,50	6,10	3,70	9,70
Danska	2,40	2,40	4,80	4,40	8,80
Finska	3,10	1,90	5,00	8,60	13,50
Francuska	4,70	0,70	5,40	2,30	7,50
Njemačka	3,10	2,70	5,40	4,20	9,40
Grčka	5,20	1,60	6,50	10,50	16,90
Mađarska	1,10	0,80	1,90	2,00	3,80
Island	8,50	2,70	10,70	7,30	17,60
Irska	5,70	4,70	9,80	8,10	17,70
Italija	2,90	2,30	4,90	6,40	11,30
Jamačka	10,50	6,70	17,00	9,50	26,40
Japan	1,10	1,10	2,20	5,40	7,40
Latvija	4,20	2,80	6,60	5,00	11,50
Meksiko	4,60	1,40	5,90	1,90	7,60
Nizozemska	2,50	1,90	4,40	5,70	9,40
Novi Zeland	9,40	10,00	17,6	10,80	28,20
Norveška	4,40	5,20	9,20	7,30	15,60
Singapur	3,90	3,70	7,20	4,70	11,90
Slovenija	3,00	1,40	4,40	6,30	10,10
Južna Afrika	3,60	1,70	5,10	1,30	6,00
Španjolska	2,40	3,40	5,70	7,70	13,20
Švedska	1,70	2,50	4,00	6,30	10,20
Švicarska	2,60	3,70	6,10	9,70	15,40
Tajland	9,70	13,10	20,70	14,10	34,80
Velika Britanija	3,40	2,90	6,20	5,10	11,20
Sjedinjene Američke Države	8,80	5,20	12,40	4,70	16,20
Venezuela	18,80	7,50	25,00	8,60	33,10
Prosjek za sve zemlje	5,00	3,90	8,40	6,60	14,80

Tablica 2.
Stope
poduzetničke
aktivnosti
u 2005. - 96

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Executive Report, Babson College and London Business School, 2006, str. 18.

Niska stopa poduzetničke aktivnosti u kategoriji "odraslih" poduzetnika koja Hrvatsku rangira na 31. mjesto, upozorava na nedovoljnu fokusiranost na probleme upravo onih aktera poduzetničke aktivnosti o kojima u najvećoj mjeri ovisi apsorpcijska moć gospodarstva za novo zapošljavanje. Novo zapošljavanje događa se u rastućim malim poduzećima: velika poduzeća nisu generator novog zapošljavanja, a pokretanje poslovnih pothvata omogućava samozapošljavanje i samo donekle i novo zapošljavanje. Koordinirana aktivnost različitih vladinih politika i programa, ali i sveučilišta (obrazovanje, transfer tehnologije) treba biti usmjerena ka stvaranju potpomažuće okoline za rastuća poduzeća.

Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog nužnosti nego prilike

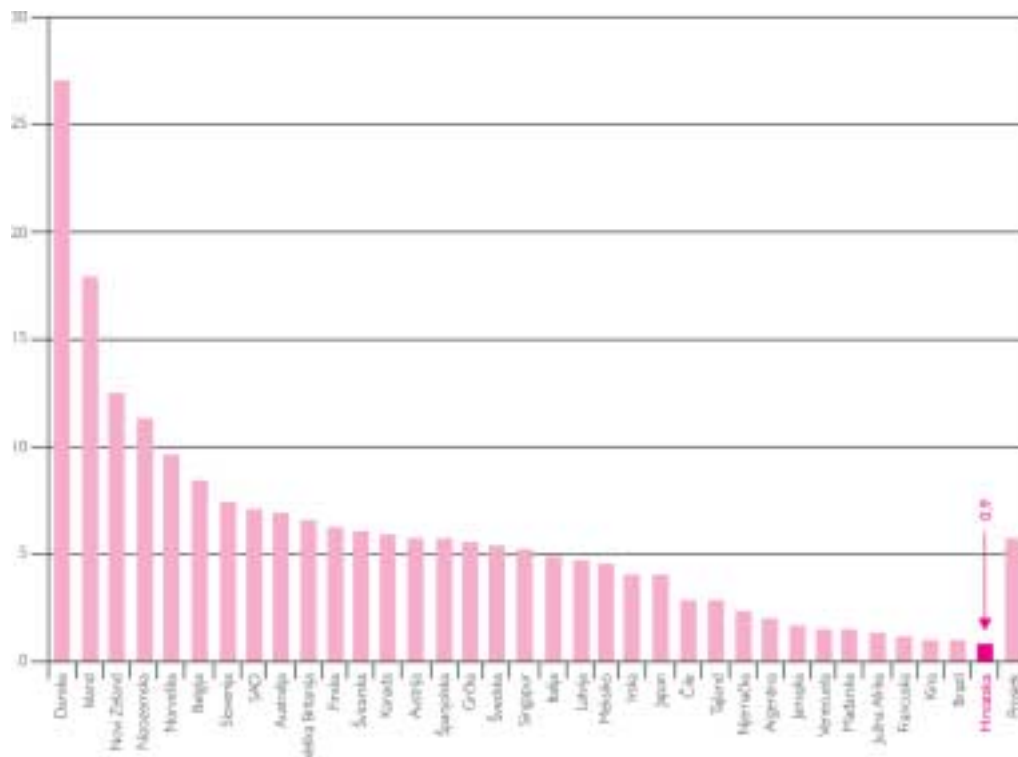
Uvažavajući razlike u motiviranosti za poduzetničko djelovanje, GEM projekt je razvio dva različita TEA indeksa: TEA Prilika i TEA Nužnost, iz kojih se izvodi indeks motiviranosti (odnos TEA Prilika prema TEA Nužnost). Poželjno je da indeks motiviranosti bude što je moguće viši, nikako ispod 1. Indeks motiviranosti iznad 1 znači da ima više onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti. Indeks motiviranosti ispod 1 znači da ima više onih koje je situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, ali koji to nisu željeli. Iza takvog pokazatelja krije se i veći rizik poslovnog propašaja, jer se može raditi o ljudima koji su bili gurnuti u situaciju prihvaćanja većeg rizika nego što bi u drugim okolnostima bili spremni preuzeti (zbog mogućeg neodgovarajućeg znanja i vještina, nepovoljnih financijskih uvjeta pod kojima pokreću poslovni pothvat i sl.).

Pokazatelj indeksa motiviranosti izrazito je nepovoljan za Hrvatsku, jer je u 2005. godini Hrvatska bila jedina zemlja s većim TEA Nužnost nego TEA Prilika. Taj pokazatelj traži hitno reagiranje upravo kroz razvoj onih uvjeta poduzetničkog djelovanja kojima se može pomoći u smanjenju rizika poslovnog propašaja takve kategorije poduzetnika - drugim riječima, pripremiti ih bolje za poduzetnički život (profesionalne usluge, edukacija, dostupnost povoljnijih financijskih resursa kroz garancijske fondove, instrumente poslovnih anđela i sl.) (tablica 3 i slika 4).

Država	Odnos TEA Prilika i TEA Nužnost	Država	Odnos TEA Prilika i TEA Nužnost
Danska	27,4	Italija	5,0
Išland	18,2	Latvija	4,9
Novi Zeland	12,7	Meksiko	4,7
Nizozemska	11,5	Indija	4,2
Norveška	9,8	Japan	4,2
Belgija	8,7	Čile	2,8
Slovenija	7,8	Tajland	2,8
Sjedinjene Američke Države	7,2	Njemačka	2,4
Australija	7,1	Argentina	2,2
Velika Britanija	6,7	Jamaika	1,7
Finska	6,3	Venecuela	1,6
Švicarska	6,1	Mađarska	1,5
Kanada	6,0	Južna Afrika	1,5
Austrija	5,9	Francuska	1,3
Španjolska	5,9	Kina	1,2
Grčka	5,7	Brazil	1,1
Švedska	5,6	Hrvatska	0,9
Singapur	5,3	Prosjeak	5,9

Tabela 3. Indeks motiviranosti - odnos TEA Prilika i TEA Nužnost, 2005.

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor; 2005 Executive Report, Babson College and London Business School, 2006, str. 22.



Slika 4. Motiviranost za poduzetništvo - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2005.

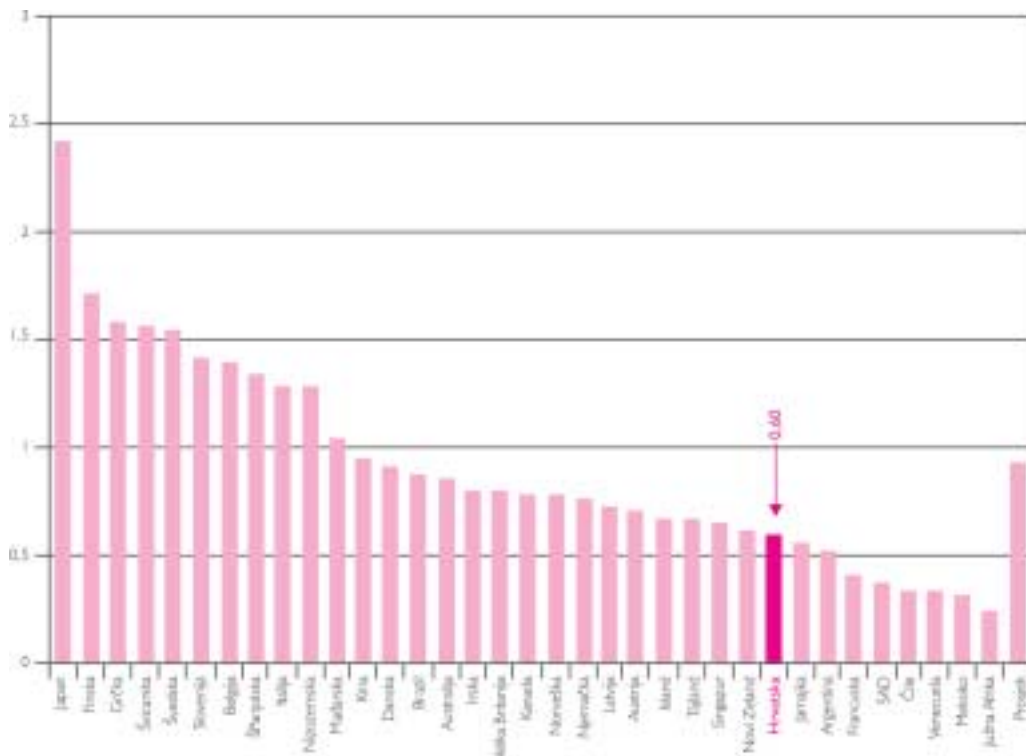
Niska razina indeksa motiviranosti (tj. više TEA Nužnost nego TEA Prilika) povezana je i sa sposobnošću vođenja poslovnog pothvata kroz adolescenciju do odrastanja. Odnos između postotka "odraslih" poduzeća i start up poduzeća može biti korišten samo kao gruba aproksimacija uspješne tranzicije iz start-up faze u fazu odraslosti, uz niz pretpostavki vezanih za stabilnost odnosa između te dvije kategorije poduzetničke aktivnosti. Niska stopa tranzicije iz start-up faze u fazu odraslosti (poduzeća starija od 42 mjeseca) pozicionira Hrvatsku na 27. mjesto u 2005. godini (tablica 4).

Država	Stope	Država	Stope
Japan	2,45	Norveška	0,79
Finska	1,73	Njemačka	0,78
Grčka	1,61	Latvija	0,75
Švicarska	1,60	Austrija	0,73
Švedska	1,56	Island	0,68
Slovenija	1,44	Tajland	0,68
Belgija	1,43	Singapur	0,66
Španjolska	1,36	Novi Zeland	0,62
Italija	1,30	Hrvatska	0,60
Nizozemska	1,30	Jamajka	0,56
Mađarska	1,06	Argentina	0,52
Kina	0,96	Francuska	0,42
Danska	0,92	Sjedinjene Američke Države	0,38
Brazil	0,89	Čile	0,34
Australija	0,88	Venecuela	0,34
Indija	0,82	Meksiko	0,32
Velika Britanija	0,82	Južna Afrika	0,25
Kanada	0,79	Prosjeak	0,92

Tablica 4.

Tranzicijske stope prelaska iz start-up faze u "odraslost" poslovnog pothvata, 2005. (odnos broja poduzetnika, duže od 42 mjeseca aktivnih prema broju start-up poduzetnika)

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Executive Report, Babson College and London Business School, 2006, str. 20.



Slika 5. Stope poslovnog "odrastanja" - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2005.

Slovensko pozicioniranje na 7. mjestu s obzirom na indeks motiviranosti (7,8 puta više TEA Prilika od TEA Nužnost) i na 6. mjestu s obzirom na odnos "odraslih" poduzeća prema start-up poduzećima, može biti dobar **benchmark** za Hrvatsku u traženju odgovarajućih politika i programa kojima bi se te dvije komponente poduzetničkog kapaciteta Hrvatske bitnije promijenile i ojačale.

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi

Aktualnost inicijativa u Europskoj uniji, potaknutih Lisabonskom deklaracijom i praćenih nizom dokumenata kojima se inzistira na jačanju poduzetničkog kapaciteta kao važne pretpostavke jačanja konkurentnosti EU (Entrepreneurship in Europe - Green Paper, Competitiveness and Innovation Framework Programme) više je nego dovoljan signal Hrvatskoj da stalno mjeri djelotvornost svojih politika, programa, regulative i instrumenata prvenstveno u odnosu na Europsku uniju. Korištenjem nekoliko izabranih indikatora poduzetničke aktivnosti (TEA; % poduzetnika, duže od 42 mjeseci aktivnih; motiviranost: TEA Prilika i TEA Nužnost; TEA s obzirom na spol) pozicionirana je Hrvatska u odnosu na zemlje Europske unije uključene u GEM istraživanje (tablica 5).

		2002 ⁽¹⁾	2003 ⁽²⁾	2004 ⁽³⁾	2005 ⁽⁴⁾	
TEA: poduzetnici, kraće od 42 mjeseca aktivni	EU	5,1	4,87	5,12	5,26	
	Hrvatska	3,62	2,56	3,73	4,11	
	Rang	10/12	12/13	14/17	5/16	
Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	EU	5,38	5,23	5,45	5,74	
	Hrvatska	2,17	2,55	2,15	3,65	
	Rang	11/12	9/13	16/17	15/16	
Motiviranost:	TEA Prilika	EU	4,13	3,99	4	4,13
		Hrvatska	2,16	1,74	2,04	2,92
		Rang	12/12	12/13	17/17	15/16
	TEA Nužnost	EU	0,65	0,76	0,92	0,87
		Hrvatska	0,85	0,59	1,57	3,09
		Rang	4/12	5/13	3/17	1/16
Spol	TEA Žene	EU	3,3	2,89	3,21	3,54
		Hrvatska	1,83	1,42	1,74	2,58
		Rang	11/12	12/13	16/17	14/16
	TEA Muškarci	EU	6,83	6,82	17,02	7,36
		Hrvatska	5,4	3,69	5,76	9,78
		Rang	9/12	11/13	11/17	2/16

Tablica 5:
Hrvatska u europskoj perspektivi, izabrani pokazatelji poduzetničke aktivnosti, 2002 - 2005.

Rang prikazan kao pozicija Hrvatske prema broju EU zemalja uključenih u GEM.

(1) EU zemlje uključene u GEM projekt u 2002. godini: Nizozemska, Belgija, Francuska, Španjolska, Italija, Velika Britanija, Danska, Švedska, Njemačka, Irska, Finska

(2) EU zemlje uključene u GEM projekt u 2003. godini: Grčka, Nizozemska, Belgija, Francuska, Španjolska, Italija, Velika Britanija, Danska, Švedska, Njemačka, Irska, Finska

(3) EU zemlje uključene u GEM projekt u 2004. godini: Grčka, Nizozemska, Belgija, Francuska, Španjolska, Mađarska, Italija, Velika Britanija, Danska, Švedska, Poljska, Portugal, Irska, Finska, Slovenija, Njemačka

(4) EU zemlje uključene u GEM projekt u 2005. godini: Grčka, Nizozemska, Belgija, Francuska, Španjolska, Mađarska, Italija, Austrija, Velika Britanija, Danska, Švedska, Irska, Finska, Latvija, Slovenija

Hrvatska je u razdoblju 2002. do 2005. godine značajno popravila svoju pozicioniranost s obzirom na TEA indeks, ali isključivo zahvaljujući činjenici što je izbila na 1. mjesto zbog TEA Nužnost. Hrvatska vrlo sporo popravlja svoje zaostajanje za prosjekom EU zemalja - sudionica GEM istraživanja u poduzetničkoj aktivnosti "odraslih" poduzeća, ali se jaz između žena i muškaraca uključenih u poduzetničku aktivnost širi.

Usporedbe s razinom poduzetničke aktivnosti u Europskoj uniji izuzetno su korisne jer su svojevrsni usmjerivači kreatora nacionalne politike prema onim područjima koja zahtijevaju intenzivne intervencije. Pri tome, Hrvatskoj je na raspolaganju niz programa Europske unije kojima se ti procesi mogu intenzivirati.

Ako se pri tome koristi i klaster zemalja kojima pripada i Hrvatska s obzirom na razinu BDP po stanovniku, tada su te usporedbe još korisnije (tablica 6).

	Počelnici, do 3 mjeseca aktivni	Novi poduzetnici, od 3 do 42 mjeseca aktivni	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike (početnici + novi poduzetnici)	Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	Ukupna poduzetnička aktivnost (početnici + novi poduzetnici + poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni)
Klaster EU zemalja s BDP ispod 20.000 USD, uključenih u GEM istraživanje	5,90	4,70	10,00	6,10	15,60
Hrvatska	4,10	2,50	6,11	3,70	9,70
Slovenija	3,00	1,40	4,40	6,30	10,10
Mađarska	1,10	0,80	1,90	2,00	3,80
Latvija	4,20	2,80	6,60	5,00	11,50

Tablica 6.
Razlike u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o ekonomskoj snazi zemlje, 2005.

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Executive Report, Babson College and London Business School, 2006, str. 17, 18 i 19.

Zanimljivo je kako su Hrvatska i Slovenija na suprotnim rubovima istočnoeuropskog klastera (slika 3), u kojem je Hrvatska opisana sa 6,11% poduzetničke aktivnosti i 7.801 USD BDP po stanovniku, a Slovenija sa 4,40% poduzetničke aktivnosti i 17.606 USD BDP po stanovniku. Latvija sa 6,60% poduzetničke aktivnosti i 6.559 USD BDP po stanovniku je u sličnoj situaciji kao Hrvatska². Razmjena iskustva s takvim zemljama i eventualni zajednički projekti na jačanju okvira poduzetničkih uvjeta može biti korisna dodatna poluga u izgradnji poduzetničkih kapaciteta tih zemalja i za njihovo bolje pozicioniranje u korištenju prednosti zajedničkog tržišta Europske unije.

² Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Executive Report, str. 15.

3 Poduzetništvo u Hrvatskoj

Poduzetnički kapacitet Hrvatske se povećava, ali...

Sve više malih poduzeća s potencijalom rasta

Regionalne razlike se smanjuju

Tko pokreće poduzetničke pothvate u Hrvatskoj?

Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: pomaže ili odmaže?

Izgradnja poduzetničkog kapaciteta svake zemlje ovisi o stavu pojedinca prema poduzetništvu i kvaliteti poduzetničke okoline. Upravo zbog toga što je poduzetništvo integrativni fenomen ponašanja pojedinca u interakciji s okolinom, za vođenje djelotvornih politika za izgradnju poduzetničkog kapaciteta zemlje potrebno je dobro poznavanje anatomije uzroka koji pokreću ljude na poduzetničko djelovanje i arhitekture poduzetničke okoline. Poduzetnički kapacitet Hrvatske, promatran kroz definicije GEM projekta (početnici, novi poduzetnici, "odrasli" poduzetnici), analiziran je sa stanovišta demografsko-ekonomskih obilježja populacije, sistema vrijednosti koji oblikuje (ne)poduzetničko ponašanje ljudi, te percepcije ljudi o pojedinim komponentama poduzetničke okoline (pristup financijskim resursima, edukaciji, vladinim politikama, vladinim programima, ...). Svaka osoba može utjecati na razvoj poduzetničkog kapaciteta zemlje, s dvije bitne odluke: odlukom o ulasku u poduzetničku aktivnost i odlukom o rastu svog poduzetničkog pothvata. Ulazak u poduzetničku aktivnost je početak izgradnje poduzetničkog kapaciteta, procesom "odrastanja" pothvata poduzetnički se kapacitet gradi, a pothvati s potencijalom rasta taj proces intenziviraju i daju poduzetničkom kapacitetu kvalitetu konkurentnosti. Zbog takvog značaja rastućih pothvata za cjelinu poduzetničkog kapaciteta zemlje, GEM istraživanje posebno analizira potencijal rasta s aspekta inovativnosti, orijentiranosti izvozu i kapaciteta novog zapošljavanja.

Poduzetnički kapacitet Hrvatske se povećava, ali...

Indeks "motiviranosti"

Indeks "odrastanja"

GEM identificira poduzetništvo kao ukupnost poduzetničke aktivnosti početnika (koji su se tek opredijelili za pothvat), novih poduzetnika (poduzetnički aktivni do 42 mjeseca, što dokazuju isplatom plaća u razdoblju od 3 do 42 mjeseca poduzetničkog djelovanja), te "odraslih" poduzetnika (poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca). Indikatori koji prate ovu definiciju (TEA indeksi za poduzetništvo početnika i novih poduzetnika, odnosno start-up poduzetnika) i postotak "odraslih" poduzetnika u populaciji odraslih stanovnika omogućavaju izvođenje važnih odnosa kojima se može procjenjivati poduzetnički kapacitet zemlje:

- Indeks "motiviranosti"
- Indeks "odrastanja"

Indeks "motiviranosti"

Odluka o pokretanju poduzetničkog pothvata izražena je TEA indeksom, tj. brojem početnika i novih poduzetnika u odrasloj populaciji, starosti 18 do 64 godina. Važna kvaliteta ovog indikatora je razlikovanje onih koji su postali poduzetnički aktivni svojom voljom (TEA Prilika), jer su uočili poslovnu priliku i onih koji su na poduzetničku aktivnost bili prisiljeni situacijom u kojoj su se našli (TEA Nužnost). Dosadašnja GEM istraživanja potvrdila su na svjetskoj razini da oni koji su poduzetnički aktivni svojom voljom imaju ambicioznije i dugoročnije planove sa svojim poslovnim pothvatom od onih koje je na poduzetničku aktivnost prisilila nužnost. Poduzetnici iz kategorije TEA Nužnost smatraju češće svoju poduzetničku aktivnost privremenom.

Povezivanjem odluke o pokretanju poduzetničkog pothvata i razloga za to, kroz odnos između TEA Prilika i TEA Nužnost, moguće je konstruirati indeks "motiviranosti". Indeks "motiviranosti" daje važnu informaciju kreatorima nacionalnih politika, ali i potencijalnim investitorima o kvaliteti poduzetničkog kapaciteta zemlje: što su vrijednosti kojima se izražava taj odnos značajnije iznad 1, to je poduzetnički kapacitet više "impregiran" optimizmom i dugoročnijom vizijom. Približavanje tog odnosa razini 1 daje jake signale o zabrinjavajućoj tendenciji smanjenja optimizma i dugoročne perspektive, tj. kvalitete poduzetničkog kapaciteta zemlje. Vrijednosti ispod 1 govore o alarmantnoj situaciji i potrebi da se različitim politikama, programima i instrumentima osposobe, ohrabre i potpomognu oni koji će poduzetničku opciju smatrati svojim izborom potaknutim prepoznavanjem poslovnih prilika.

Indeks "odrastanja"

Pokretanje poduzetničkog pothvata je neophodan, ali ne i dovoljan uvjet za izgradnju poduzetničkog kapaciteta zemlje. Potrebno je osigurati uvjete koji će povećati vjerojatnost da pokrenuti poduzetnički pothvati prežive i da uspješno uđu u fazu odraslosti. Definicija poduzetništva, korištena u GEM projektu, omogućava uspoređivanje broja "odraslih" poduzetničkih pothvata (starijih od 42 mjeseca) i start-up poduzetničkih pothvata (do 42 mjeseca starosti). S obzirom da taj odnos ne prati "čiste" generacije poduzetnika³, odnos između postojećih "odraslih" i postojećih start-up poduzetnika daje važan indeks "odrastanja" koji obogaćuje razumijevanje poduzetničkog kapaciteta zemlje.

Korištenjem ova dva indeksa, poduzetnički kapacitet hrvatskog gospodarstva pokazuje zabrinjavajuću tendenciju pada indeksa "motiviranosti" i prilično stabilnu nisku razinu indeksa "odrastanja" (tablica 7).

		2002	2003	2004	2005
Indeks "motiviranosti" ⁽¹⁾	Hrvatska	2,56	2,95	1,30	0,95
	GEM	5,73	5,68	5,55	5,94
Indeks "odrastanja" ⁽²⁾	Hrvatska	0,58	0,96	0,58	0,60
	GEM	0,87	0,79	0,92	0,92

Tablica 7.
Poduzetnički kapacitet hrvatskog gospodarstva, 2002 - 2005.

¹ odnos između TEA Prilika i TEA Nužnost

² odnos između kategorije "odrasli" poduzetnici i kategorije "početnici + novi poduzetnici"

Iako poduzetnička aktivnost raste, mjerena svim kategorijama TEA indeksa (TEA ukupni, TEA Prilika, TEA Nužnost - tablica 1), za ukupni rast dominantno je zaslužan TEA Nužnost, koji je u 2005. godini nadjačao TEA Prilika. Dugotrajna nezaposlenost u Hrvatskoj, brojni programi poticanja samozapošljavanja i programi potpore start-up poduzetnicima vjerojatno su utjecali na rast broja TEA Nužnost poduzetnika. TEA Nužnost poduzetnici su bolja opcija nego opcija "čekati zaposlenje", ali TEA Prilika poduzetnici su još bolja opcija. Znajući karakteristike TEA Nužnost poduzetnika (situacijom natjerani na poduzetničku aktivnost, kratkoročnija perspektiva poduzetničkog djelovanja), izuzetno je važno da što je moguće veći broj takvih poduzetnika i ostane u poduzetničkoj aktivnosti, ali sada svojom voljom. O tome posebno trebaju voditi računa kreatori raznih vladinih politika i programa (npr. iz područja razvoja obuke i konzultantskih usluga) kako bi se omogućilo da upravo ti poduzetnici, koji u Hrvatskoj čine značajni dio poduzetničke populacije, promjene kratkoročnu perspektivu dugoročnom i da se osposobe za razvoj svojih poduzetničkih pothvata. Ovo je posebno važno imajući u vidu usporedbu s prosjekom GEM zemalja u kojima se taj indeks "motiviranosti" održava na razini od blizu 6. U 2005. godini od svih GEM zemalja samo Hrvatska ima vrijednost indeksa ispod 1, a istovremeno postoje zemlje kao Danska (27,4), Island (18,2), Novi Zeland (12,7), Nizozemska (11,5). Slovenija sa 7,8 može nam biti korisni **benchmark**.

Značaj indeksa "odrastanja" je višeslojan za procjenu poduzetničkog kapaciteta zemlje. Vrijednost indeksa iznad 1 govori o dominaciji "odraslih" poduzetnika, vrijednost indeksa ispod 1 govori o dominaciji start-up poduzetnika. Poduzetnički kapacitet zemlje može se razvijati povećanjem start-up poduzetničke aktivnosti, ali i sigurnijim "odrastanjem" onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost. O nacionalnoj ekonomskoj politici svake zemlje ovisi u kojoj mjeri i kako će stvarati uvjete za razvoj obje kategorije poduzetnika.

³ Praćenjem "čistih" generacija poduzetnika, tj. svakog pojedinog poduzetnika od pokretanja poslovnog pothvata unutar barem 4 godine djelovanja dobila bi se precizna informacija o stopi preživljavanja, odnosno odrastanja poslovnih pothvata.

U razdoblju 2002-2005. indeks "odrastanja" ukazuje na stabilne razlike između Hrvatske i prosjeka GEM zemalja (osim u 2003. godini), odnosno na ne-zatvaranje jaza prema prosjeku GEM zemalja. To ujedno upućuje i na pitanje koliko postojeći uvjeti poduzetničkog djelovanja u Hrvatskoj doprinose "odrastanju" poduzetnika. Povezivanjem informacija o TEA Nužnost, može se procijeniti da je pojačana poduzetnička aktivnost rezultat odluke pojedinaca (zbog situacije u kojoj su se našli) o ulasku u poduzetničku aktivnost, potpomognuta raznim vladinim programima za poduzetničke početnike, ali da onda ne postoje mehanizmi koji bi start-up poduzetnicima pomogli da svoju poduzetničku aktivnost učine poslovno održivom.

Sve više malih poduzeća s potencijalom rasta

Tehnološki moderniji, ali inoviranje proizvoda još uvijek veliki izazov
Jakoj konkurenciji izložena većina poduzetnika, jer svi imaju iste proizvode
Izvozna orijentacija nedovoljna - strah od nepoznatog?
Raste broj poduzeća s aspiracijom jačeg zapošljavanja
Razine potencijala rasta poduzetnika - gdje je Hrvatska?

Rastuća poduzeća su u svim gospodarstvima svijeta u manjini, ali je ta šampionska manjina izvor novog zapošljavanja i inovativnosti. Ujedno, rastuća poduzeća su i najdjelotvornija poveznica između poduzetničkog kapaciteta zemlje i ekonomskog rasta zemlje. Značaj novih, inovativnih, rastućih poduzeća potvrđen je brojnim istraživanjima. Na primjer, Storey (1994.) je konstatirao da od novih poduzeća pokrenutih svake godine u Velikoj Britaniji, samo 4% poduzeća koja prežive fazu odrastanja stvore 50% svih novih radnih mjesta nakon 10 godina djelovanja. Kirchoff (1994.) je utvrdio da je 10% najbrže rastućih poduzeća u SAD zaslužno za tri četvrtine svih novih radnih mjesta u razdoblju promatranja od osam godina, prateći sudbinu poduzeća pokrenutih 1978. godine.

Povezanost rastućih malih poduzeća i zapošljavanja prepoznata je u mnogim zemljama i pretočena u različite **policy** intervencije kojima se potiče razvoj upravo takvih poduzeća. Europska unija je nizom dokumenata koji su nadogradnja Lisabonske deklaracije (posebno Competitiveness and Innovation Framework Programme, 2007-2013), naglasila svoju opredjeljenost za jačanje kapaciteta inovativnosti i konkurentnosti gospodarstva, jasno se određujući prema povećanju poduzeća s potencijalom rasta kao važnog mehanizma za postizanje tih ciljeva.

U GEM istraživanju rastuća poduzeća se promatraju s obzirom na sljedećih pet kriterija:

- 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)
- orijentiranost izvozu (u strukturi kupaca, do 25% kupci izvan zemlje, od 26 do 50%, od 51 do 75%, od 76 do 100%)
- kapacitet novog zapošljavanja (očekivano novo zapošljavanje u roku od 5 godina: ništa, od 1 do 5, od 6 do 19, više od 20 zaposlenika)

Korištenjem ovih kriterija dobiva se mogućnost utvrđivanja poduzeća s potencijalom rasta, pojedinačno po svakom kriteriju i različitim kombiniranjem kriterija.

Tablicama 8 do 12 opisane su razlike u strukturi poduzeća u Hrvatskoj s obzirom na njihov potencijal rasta, po svakom kriteriju pojedinačno, kao i promjene tokom sudjelovanja Hrvatske u GEM istraživanju (2002-2005.). Promjene u strukturi prate se kroz usporedbu razlika između poduzetnika koji su poduzetnički aktivni do 42 mjeseca (start-up poduzetnici) i onih koji su poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca ("odrasli" poduzetnici). Hrvatski rezultati uspoređeni su s klasterom GEM zemalja kojima Hrvatska pripada po kriteriju BDP po stanovniku (ispod 20.000 USD)⁴.

⁴ Taj klaster obuhvaća sljedeće GEM zemlje: Argentina, Brazil, Čile, Kina, Hrvatska, Mađarska, Jamajka, Latvija, Meksiko, Južnoafrička Republika, Tajland, Venecuela.

Tehnološki moderniji, ali inoviranje proizvoda još uvijek veliki izazov

Start-up poduzetnici češće koriste najnovije tehnologije nego "odrasli" (tablica 8), ali se ne razlikuju bitno od "odraslih" poduzetnika u inovativnosti u području razvoja novih proizvoda (tablica 9). Po korištenju najnovijih tehnologija, Hrvatska je na razini prosjeka svog klastera GEM zemalja: 30% start-up poduzetnika u tom klasteru koristi najnovije tehnologije i 19% "odraslih" poduzetnika.

Po kriteriju novine proizvoda s kojima poduzetnici izlaze na tržište, Hrvatska zaostaje za prosjekom svog GEM klastera samo u kategoriji start-up poduzetnika (15% start-up poduzetnika u GEM klasteru ima proizvode koji su novi svima, a u Hrvatskoj takvih je poduzetnika 9,65%).

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Najnovije tehnologije	9,21	7,84	21,31	28,70
Nove tehnologije (1 do 5 godina starosti)*	-	-	-	26,08
Bez novih tehnologija	90,79	92,16	78,69	45,22
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Najnovije tehnologije	5,71	10,00	9,09	22,81
Nove tehnologije (1 do 5 godina starosti)*	-	-	-	28,07
Bez novih tehnologija	94,29	90,00	90,91	49,12
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablica 8.
Novina tehnologije/procedura za poduzetnike, 2002-2005. - struktura, u % (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije/procedure?)

* u 2002., 2003. i 2004. - pitanje o novim tehnologijama bilo je linearno tako da su ispitanici mogli dati dva odgovora - tehnologija je najnovija (< 1 godine) ili nije (dakle, bez novih tehnologija); nije bilo kategorije između "od 1 do 5 godina"

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Svima	2,63	11,76	8,00	9,65
Nekima	10,53	9,80	20,00	22,81
Nikome	86,84	78,44	72,00	67,54
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Svima	2,86	7,50	0,00	8,00
Nekima	8,57	2,50	5,88	18,70
Nikome	88,57	90,00	94,12	73,50
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablica 9.
Novina proizvoda za kupce, 2002-2005. - struktura, u % (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?)

Jakoj konkurenciji izložena većina poduzetnika, jer svi imaju iste proizvode

Očekivanost konkurencije je različita između start-up poduzetnika i "odraslih" poduzetnika - oštriju konkurenciju očekuju "odrasli" poduzetnici i u Hrvatskoj (tablica 10) i u GEM klasteru, ali je u Hrvatskoj taj odnos bitno drugačiji nego u GEM klasteru. U Hrvatskoj 49% start-up poduzetnika smatra da će imati konkurenciju mnogih, a čak 63% "odraslih" poduzetnika to očekuje. U komparativnom GEM klasteru, 58% start-up poduzetnika i 66% "odraslih" poduzetnika očekuje oštru konkurenciju. U slučaju Hrvatske, znatno niže očekivanje oštre konkurencije kod start-up poduzetnika, iako nemaju za to uporište u razini inovativnosti proizvoda, govori o nedovoljno utemeljenom samopouzdanju.

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Mnogo	48,68	58,82	62,16	49,12
Nekoliko	35,53	37,26	29,73	44,74
Nitko	15,79	3,92	8,11	6,14
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Mnogo	79,41	80,00	72,73	63,16
Nekoliko	14,71	17,50	27,27	31,58
Nitko	5,88	2,50	0,00	5,26
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablica 10.
Intenzitet očekivane konkurencije, 2002-2005. - struktura, u % (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?)

Izvozna orijentacija nedovoljna - strah od nepoznatog?

Za male zemlje kao što je Hrvatska, izvozna orijentacija poduzetnika je neminovnost. Izbor izvoznog tržišta određen je razinom konkurentnosti koju mogu podnijeti proizvodi s kojima se na ta tržišta izlazi, te je tehnolojska kompetencija (zbog efikasnije upotrebe resursa) i proizvodna konkurentnost važna komponenta izvozne orijentacije poduzetnika.

U obje kategorije poduzetnika izuzetno visok postotak je onih koji nemaju niti jednog kupca izvan Hrvatske: 74% start-up poduzetnika i 68% "odraslih" poduzetnika (tablica 11). U Sloveniji takvih je poduzetnika znatno manje: u kategoriji start-up poduzetnika samo je 20% početnika bez ikakve izvozne orijentacije i 41% novih poduzetnika; u kategoriji "odraslih" poduzetnika samo je 34% bez ijednog kupca u inozemstvu. Onih koji imaju više od 75% kupaca u inozemstvu u Hrvatskoj ima samo 8% među start-up poduzetnicima (u Sloveniji 17% među početnicima i 5,5% među novim poduzetnicima), te 7% među "odraslim" poduzetnicima (u Sloveniji 9,7%).

Izlazak na izvozno tržište je testiranje mnogih aspekata poslovnosti, a time i učenje kroz uspoređivanje sa drugima. Strah od izvoza može značiti i strah od nepoznatog. Zbog toga poticanje izvozne orijentacije zahtijeva znatno širi pristup, u kojem je fokus na učenju i povećanju kapaciteta za promjene. Internacionalizacija gospodarstva počinje s obrazovanjem, koje uključuje i poznavanje jezika i razumijevanje uloge industrijskog dizajna, te bi u tom pravcu bilo potrebno tražiti rješenja i takve inicijative financijski poticati.

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Ništa	39,74	66,00	65,75	74,07
Do 25%	25,64	4,00	5,48	2,78
26-50%	5,13	6,00	8,22	5,56
51-75%	8,97	12,00	2,74	9,26
76-100%	10,26	10,00	4,11	8,33
Bez odgovora	10,26	2,00	13,70	0,00
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Ništa	58,32	66,67	64,71	68,42
Do 25%	27,78	3,33	2,94	7,02
26-50%	2,78	3,33	14,71	7,02
51-75%	5,56	3,33	8,82	7,02
76-100%	2,78	10,00	5,88	7,02
Bez odgovora	2,78	13,34	2,94	3,50
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablica 11.
Izvozna orijentacija poduzetnika, 2002-2005. - struktura, u % (Koliko kupaca je izvan zemlje?)

Raste broj poduzeća s aspiracijom jačeg zapošljavanja

Nije novost da su nova, rastuća poduzeća dominantan izvor novog zapošljavanja, jer su brojna empirijska istraživanja to potvrdila. Međutim, ima vrlo malo istraživanja o tome koliko očekivanja rasta (poslovni optimizam) imaju uporišta u različitim aspektima rasta poduzeća, te koliki je njihov potencijal u generiranju novog zapošljavanja. Fokusiranjem na očekivanja rasta kroz zapošljavanje, GEM se pridružuje malom broju istraživačkih napora u svijetu kojima se želi **ex ante** procjenjivati koliko poduzetničke aspiracije utječu na rast poduzeća, mjereno očekivanjima novog zapošljavanja.

U Hrvatskoj, 2005. godina pokazuje obećavajuće promjene u odnosu na prethodne dvije godine. U strukturi poduzetnika (start-up i "odrasli"), "odrasli" su malo optimističniji od start-up poduzetnika, jer 18% njih očekuje 20 ili više novozaposlenih u narednih pet godina, a start-up poduzetnici oko 15% (tablica 12).

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Ništa	0,00	7,69	6,67	6,96
1-5	31,58	30,77	48,00	24,35
6-19	15,79	19,23	9,33	27,83
20 i više	13,16	7,69	5,33	14,77
Bez odgovora	39,47	34,62	30,67	26,09
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Ništa	12,50	12,82	5,71	5,45
1-5	25,00	28,21	45,71	32,73
6-19	15,62	17,95	25,71	14,55
20 i više	6,25	2,56	2,87	18,18
Bez odgovora	40,63	38,46	20,00	29,09
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablica 12.
Očekivanja rasta kroz zapošljavanje, 2002-2005. - struktura, u % (Koliko broj novozaposlenih očekujete za 5 godina?)

Razine potencijala rasta poduzetnika - gdje je Hrvatska?

Potencijal rasta sinergijski je efekt svih dimenzija rasta (otvorenost ka tehnološkom i proizvodnom inoviranju, izvozna orijentacija, očekivanja u vezi zapošljavanja). Uvid u potencijal rasta neke zemlje, kao i usporedivost s drugim zemljama zahtijeva utvrđivanje razina potencijala rasta.

GEM istraživanje definira sljedeće razine potencijala rasta, korištenjem kombiniranog indeksa potencijala rasta:

Bez potencijala rasta

Proizvodi su novi nekima ili nikome od kupaca, poduzeće ima mnogo ili nekoliko konkurenata, a tehnologija nije nova

Djelomičan potencijal rasta (bez novih tehnologija)

Proizvodi su novi svim kupcima, poduzeće nema konkurencije i tehnologija nije nova

Djelomičan potencijal rasta (na novim tehnologijama)

Proizvodi nisu novi ni za koga, poduzeće ima mnogo konkurenata, a tehnologija je nova

Jak potencijal rasta

Proizvodi su novi svima ili nekima, poduzeće ima malo konkurenata ili uopće nema konkurenata i tehnologija je nova

U razdoblju 2002-2005. godine u Hrvatskoj prisutne su pozitivne tendencije smanjenja poduzetnika bez potencijala rasta, u obje promatrane kategorije poduzetnika (start-up poduzetnici i "odrasli" poduzetnici) (tablica 13). Jačanje učešća start-up poduzetnika s potencijalom rasta na novim tehnologijama dobra je podloga za dalje jačanje poslovne efikasnosti. Ova tendencija u skladu je sa situacijom u ostalim GEM zemljama, jer je logično da mlađa poduzeća (do 42 mjeseca) imaju novije tehnologije nego "odrasli" poduzetnici.

	2002	2003	2004	2005
Start-up poduzetnici	%	%	%	%
Jak potencijal rasta	2,6	0	2,7	1,7
Djelomičan potencijal rasta na novim tehnologijama	6,6	7,8	14,6	27,6
Djelomičan potencijal rasta bez novih tehnologija	19,7	19,6	18,7	20,7
Bez potencijala rasta	71,1	72,6	64	50,00
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00
"Odrasli" poduzetnici	%	%	%	%
Jak potencijal rasta	0	0	0	1,8
Djelomičan potencijal rasta na novim tehnologijama	5,7	10	9,1	21
Djelomičan potencijal rasta bez novih tehnologija	14,3	7,5	3	14
Bez potencijala rasta	80,00	82,5	87,9	63,2

Tablica 13.
Kombinirani indeks potencijala rasta, 2002-2005., struktura, u %

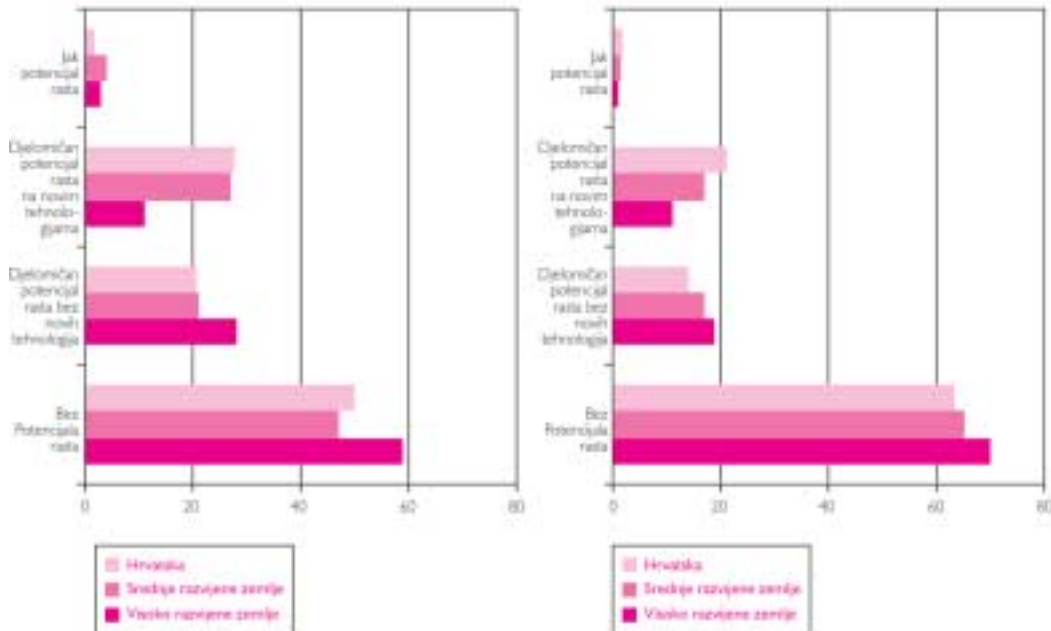
Zadovoljstvo s pozitivnim tendencijama u razdoblju 2002-2005. godine posebno potvrđuje usporedba Hrvatske s GEM klasterom zemalja kojem Hrvatska i pripada, tj. zemljama s BDP po stanovniku ispod 20.000 USD (slika 6). Hrvatska je na razini prosjeka tog klastera, osim što je postotak start-up poduzetnika s jakim potencijalom rasta upola manji od prosjeka klastera.

Start-up poduzetnici	Visoko razvijene zemlje ¹	Srednje razvijene zemlje ²	Hrvatska	"Odrasli" poduzetnici	Visoko razvijene zemlje ¹	Srednje razvijene zemlje ²	Hrvatska
Bez potencijala rasta	59,10	48,28	50,00	Bez potencijala rasta	69,96	65,20	63,2
Djelomičan potencijal rasta bez novih tehnologija	28,7	21,66	20,7	Djelomičan potencijal rasta bez novih tehnologija	18,51	16,54	14
Djelomičan potencijal rasta na novim tehnologijama	10,31	26,15	27,6	Djelomičan potencijal rasta na novim tehnologijama	10,57	16,89	21
Jak potencijal rasta	2,51	3,91	1,7	Jak potencijal rasta	0,96	1,36	1,8

1 zemlje s BDP po stanovniku iznad 20.000 USD
2 zemlje s BDP po stanovniku ispod 20.000 USD

1 zemlje s BDP po stanovniku iznad 20.000 USD
2 zemlje s BDP po stanovniku ispod 20.000 USD

Slika 6.
Kombinirani indeks potencijala rasta, Hrvatska vs. ostale GEM zemlje 2005., struktura, u %



Regionalne razlike se smanjuju

Zagreb i okolina Grad Zagreb Zagrebačka županija	Slavonija i Baranja Brodsko-posavska županija Osječko-baranjska županija Požeško-slavonska županija Vukovarsko-srijemska županija	Sjeverna Hrvatska Bjelovarsko-bilogorska županija Krapinsko-zagorska županija Koprivničko-križevačka županija Međimurska županija Varaždinska županija Virovitičko-podravska županija
Lika i Banovina Karlovačka županija Ličko-senjska županija Sisačko-moslavačka županija	Istra, Primorje i Gorski Kotar Istarska županija Primorsko-goranska županija	Dalmacija Dubrovačko-neretvanska županija Špitsko-dalmatinska županija Šibensko-kninska županija Zadarska županija

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti unutar neke zemlje u pravilu su povezane i s razlikama u razvijenosti pojedinog područja - to vrijedi i za Hrvatsku. Zbog toga su pokazatelji o TEA indeksima po "regijama" Hrvatske⁵ komplementarni s "tvrdim" pokazateljima opće razvijenosti tih područja, mjereno BDP po stanovniku i razinom zaposlenosti.

U razdoblju 2002-2005. poduzetnička aktivnost u svim regijama pokazuje pozitivne promjene, najviše u Slavoniji i Baranji, u Lici i Banovini i Zagrebu i okolici, što dovodi do smanjivanja razlika između regija. Ipak, rang poduzetničkog kapaciteta hrvatskih regija ostao je uglavnom nepromijenjen. Prvo i drugo mjesto imaju Zagreb s okolicom, te Istra, Primorje i Gorski Kotar, a na začelju su Slavonija i Baranja, te Sjeverna Hrvatska (tablica 14).

	2002	2003	2004	2005
Zagreb i okolina	4,89	4,30	4,42	6,43
Slavonija i Baranja	2,11	1,00	4,44	4,91
Sjeverna Hrvatska	2,83	1,99	3,00	4,40
Lika i Banovina	2,71	1,78	3,99	5,11
Istra, Primorje i Gorski Kotar	4,47	3,05	5,29	5,74
Dalmacija	3,95	2,43	1,68	6,34
Ukupno	3,62	2,56	3,74	6,11

Tablica 14.
Regionalna dimenzija
poduzetničkog
kapaciteta Hrvatske -
TEA indeksi,
2002 - 2005.

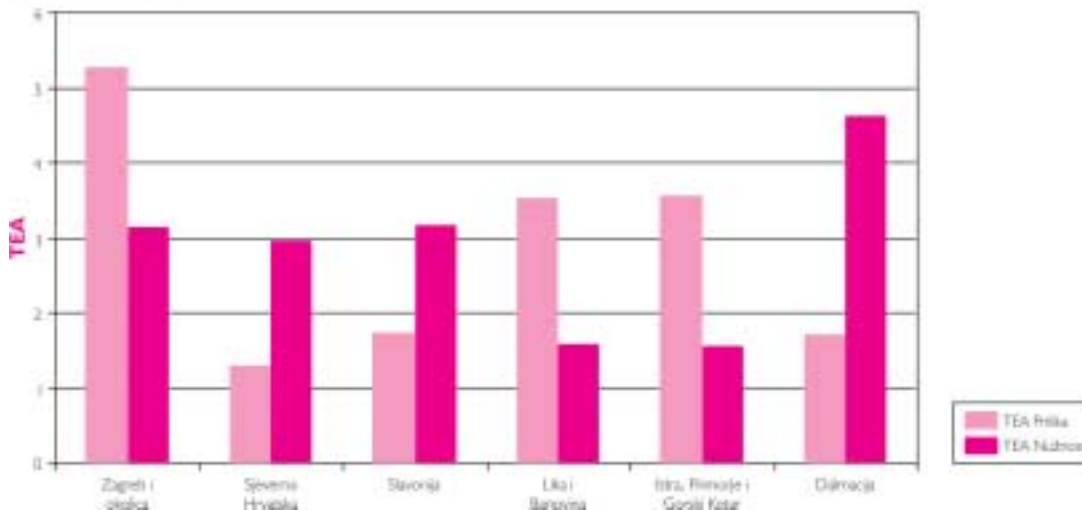
⁵ Za potrebe GEM projekta, hrvatske županije smo grupirali u regije, po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture Hrvatske.

Indeks "motiviranosti" po regijama unutar neke zemlje posebno je važan, jer daje procjenu **kvalitete** poduzetničkog kapaciteta (slika 7). Vrijednosti iznad 1 govore o boljem odnosu TEA Prilika poduzetnika i TEA Nužnost poduzetnika, odnosno o više optimizma i dugoročnijoj perspektivi koju TEA Prilika poduzetnici nose sa sobom. U 2005. godini, korištenjem indeksa "motiviranosti" na prvo mjesto izbija Istra, Primorje i Gorski Kotar, zatim Lika i Banovina, a tek onda dolazi Zagreb i okolica. Na začelju je Dalmacija.

Pokazatelj o regionalnim razlikama u poduzetničkoj motiviranosti unutar zemlje jako pomaže u boljem sagledavanju efikasnosti okvira poduzetničkih uvjeta, jer se eliminira utjecaj razlika koje nose različiti makroekonomski okviri i različiti okviri poduzetničkih uvjeta koji se moraju respektirati kod usporedbe različitih zemalja. Zbog toga, regionalne razlike u poduzetničkom kapacitetu bolje osvjetljavaju djelotvornost pojedinih vladinih politika i programa.

	Zagreb i okolica	Sjeverna Hrvatska	Slavonija	Lika i Banovina	Istra, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija
TEA Prilika	5,28	1,3	1,74	3,53	3,56	1,71
TEA Nužnost	3,15	2,95	3,17	1,58	1,57	4,62
Indeks "motiviranosti"	1,68	0,44	0,55	2,23	2,27	0,37

Slika 7.
Regionalne razlike u poduzetničkoj motiviranosti (TEA Prilika i TEA Nužnost), 2005.



Tko pokreće poslovne pothvate u Hrvatskoj?

Obrazovaniji su češće poduzetnici
Muškarci su poduzetniji od žena, sve više
I starost igra ulogu
Siromašniji - češće poduzetnički aktivni

Profil poduzetnika koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca u Hrvatskoj razlikuje se od iste kategorije poduzetnika u GEM zemljama po svim kriterijima usporedbe (obrazovanosti, spolu, dobi, primanjima), posebno u 2005. godini.

Obrazovaniji su češće poduzetnici

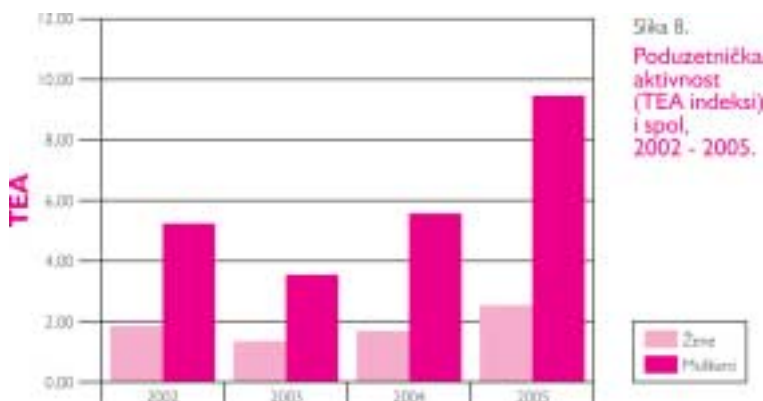
I u Hrvatskoj i u GEM zemljama, poslovne pothvate pokreću obrazovaniji ljudi češće od manje obrazovanih, ali u Hrvatskoj dominira srednja razina obrazovanosti (tablica 15). U GEM zemljama dominiraju ljudi sa sveučilišnim obrazovanjem (dodiplomskim i poslijediplomskim).

	2002	2003	2004	2005
Poduzetnici kraće od 42 mjeseca aktivni (start-up)	%	%	%	%
Više od srednje škole	11,2	32,5	23,3	18,3
Srednja škola	84	65	66,7	70,7
Manje od srednje škole	4,8	2,5	10	9,9
Bez odgovora	0	0	0	1,1
Poduzetnici duže od 42 mjeseca aktivni ("odrazli")	%	%	%	%
Više od srednje škole	29,7	32,6	39,5	32,8
Srednja škola	59,5	67,4	52,6	63,0
Manje od srednje škole	10,8	0	7,9	4,2
Bez odgovora	0	0	0	0

Tablica 15.
Poduzetnička aktivnost i obrazovanost poduzetnika, 2002-2005. (struktura, %)

Muškarci su poduzetniji od žena, sve više

I u Hrvatskoj i u GEM zemljama, za poduzetničku aktivnost značajnije češće se odlučuju muškarci, ali u Hrvatskoj je taj odnos puno više u korist muškaraca (slika 8) nego što je to prosjek GEM zemalja. Dok se u GEM zemljama taj odnos smanjio s 1,8 u 2002. godini na 1,6 u 2005. godini, u Hrvatskoj je tendencija obrnuta: u 2002. godini bilo je 2,95 puta više muškaraca poduzetnički aktivnih, a u 2005. godini taj odnos se povećao na 3,79.

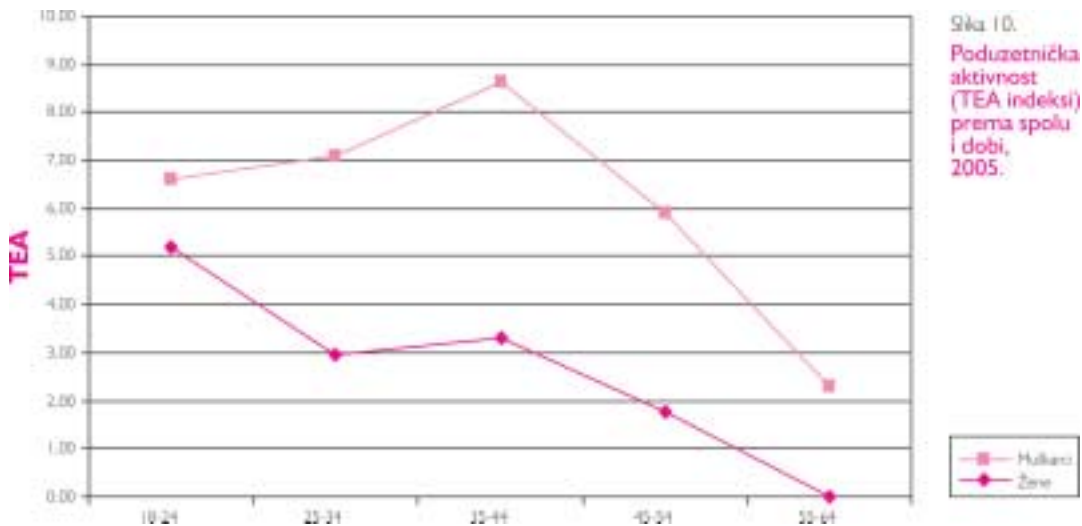
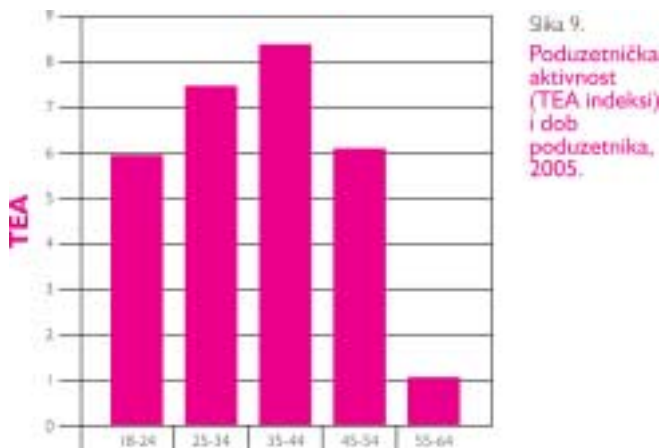


Slika 8.
Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i spol, 2002 - 2005.

I starost igra ulogu

U Hrvatskoj se od 2002. godine povećala prosječna starost onih koji ulaze u poduzetničku aktivnost. Dok je u 2002. godini, i u Hrvatskoj i u GEM zemljama, najčešća starosna skupina bila između 25 i 34 godine, u 2005. godini u Hrvatskoj je najčešća starosna skupina između 35 i 44 godine (slika 9). U GEM zemljama je i u 2005. godini najviše start-up poduzetnika (onih koji su poduzetnički aktivni do 42 mjeseca) u dobi od 25 do 34 godine.

Spol utječe na razlike u dobi u kojoj se postaje poduzetnički aktivan: žene su poduzetnički najaktivnije u dobi od 18 do 24 godine, kada su i najbliže po poduzetničkoj aktivnosti muškarcima. Razlika između poduzetničke aktivnosti žena i muškaraca ponovo se smanjuje u dobi od 55 do 64 godine (slika 10).



Siromašniji - češće poduzetnički aktivni

Struktura poduzetnika koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca u odnosu na kriterij prihoda domaćinstva znatno se promijenila u Hrvatskoj u razdoblju 2002- 2005. godine. Učešće poduzetnika čija domaćinstva su imala prihod u donjoj trećini bilo je u 2002. godini 77,6%, da bi u 2005. godini palo na 56,7%, uz povećanje broja poduzetnika sa srednjim prihodima domaćinstva (tablica 16). U GEM zemljama drugačija je situacija: poduzetničku aktivnost češće započinju ljudi s većim prihodima. Promjena strukture u Hrvatskoj ide u tom pravcu, ali još je daleko od prosjeka GEM zemalja. Činjenica da u Hrvatskoj u poduzetničku aktivnost češće ulaze siromašniji, konzistentna je i s pokazateljem dominacije ljudi koji se za poduzetničku aktivnost opredjeljuju zbog nužde, a ne zbog uočene poslovne prilike.

Prihod domaćinstva	2002	2003	2004	2005
Poduzetnici kraće od 42 mjeseca aktivni (start-up)	%	%	%	%
Donja trećina	77,6	65,0	63,3	56,7
Srednja trećina	10,3	12,5	11,7	25,8
Gornja trećina	6,9	2,5	8,3	10,3
Bez odgovora	5,2	20,0	16,7	7,2
Poduzetnici duže od 42 mjeseca aktivni ("odrasli")				
Donja trećina	45,7	54,1	47,4	43,5
Srednja trećina	11,4	13,5	18,4	27,5
Gornja trećina	2,9	2,7	7,9	13,1
Bez odgovora	40,0	29,7	26,3	15,9

Tablica 16.
Poduzetnička aktivnost i prihod domaćinstva, 2002-2005. (struktura, %)

Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?

Percepcija poduzetničke okoline - žene jednake s muškarcima! Poduzetnička kultura se tek rađa

Odluka o ulasku u poduzetničku aktivnost životna je prekretnica za mnoge ljude. Takva odluka jedna je od najkompleksnijih uopće, jer zahtjeva brojne procjene koje se oslanjaju na raspoloživost informacija, znanja i vještina osobe, te sistemu vrijednosti o kojima ovisi percepcija prilika i rizika. Anatomija uzroka i poticaja poduzetničkog ponašanja na osobnoj razini se u GEM istraživanju oslanja na procjenu percepcije poduzetničke okoline (kapacitet prepoznavanja poslovnih prilika), te sistem vrijednosti kao ishodište (ne)poduzetničkog ponašanja.

Percepcija poduzetničke okoline - žene jednake s muškarcima!

Na ulazak u poduzetničku aktivnost utječe poznavanje tuđeg iskustva, osjećaj samopouzdanja kroz vlastito znanje i vještine, sposobnost uočavanja poslovne prilike i spremnost na promašaj. Istraživačka je pretpostavka da se percepcija poduzetničke okoline bitno razlikuje između onih koji su se opredijelili za poduzetničku aktivnost i onih koji to nisu, što je potvrđeno u svim godinama istraživanja i u Hrvatskoj. Budući da je struktura odgovora prilično stabilna u cijelom istraživačkom razdoblju (2002-2005.), u tablici 17 prikazani su samo rezultati za 2005. godinu. U svim godinama među onima koji su se opredijelili za poduzetničko djelovanje više je onih koji imaju kontakte među poduzetnicima, koji vide poslovnu priliku i koji imaju poduzetnička znanja i vještine, nego među ne-poduzetnicima. Prekratko je razdoblje istraživanja da bi se mogla utvrditi statistička zavisnost između tih pojava, ali neka druga istraživanja (Minniti 2005.) sugeriraju da samopouzdanje i osjetljivost na poslovne prilike pozitivno utječu na osobne odluke o pokretanju poslovnog pothvata.

Poduzetnici aktivni do 42 mjeseca (start-up poduzetnici) u Hrvatskoj imaju sličnu anatomiju percepcije poduzetničke okoline kao i prosjek GEM zemalja.

Osobno znaju poduzetnika koji je pokrenuo vlastiti posao u zadnje dvije godine	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	75,5	50,6
Ne	24,5	49,4

Tablica 17.
Faktori koji utječu na percepciju o poduzetničkoj okolini, 2005. - struktura, u %

Na području gdje žive, vide dobru poslovnu priliku u sljedećih 6 mjeseci	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	52,3	39,9
Ne	47,7	60,1

Imaju potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	96	60,8
Ne	4	39,2

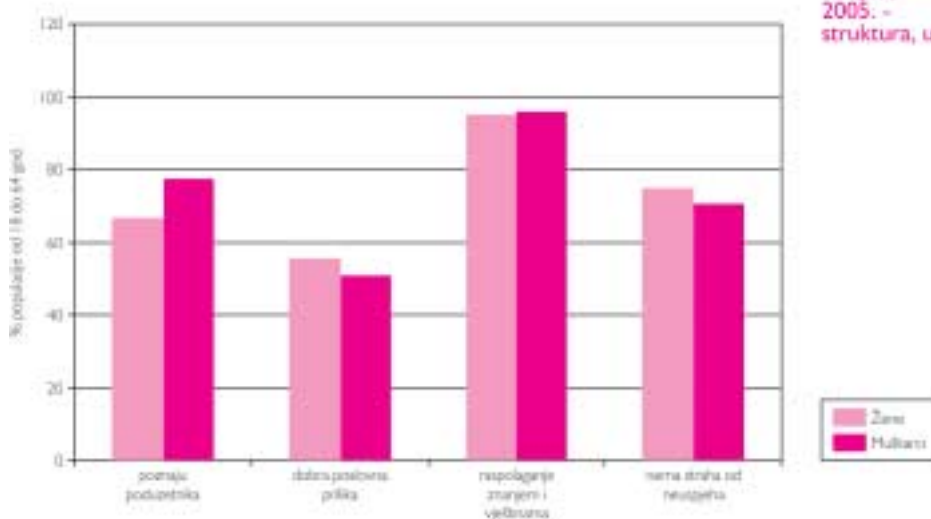
Strah od neuspjeha odvratilo bi ih od pokretanja poslovnog pothvata	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	28,7	38,4
Ne	71,3	61,6

Iako postoji velika razlika u poduzetničkoj aktivnosti između muškaraca i žena u Hrvatskoj, takvih razlika nema u percepciji poduzetničke okoline (slika 11). Čak, žene su bolje u uočavanju poslovnih prilika i manje se boje poslovnog propašaja. Prosjek GEM zemalja je drugačiji: žene imaju manje poduzetničkog znanja i imaju veći strah od neuspjeha.

Za Hrvatsku je izuzetno važno pitanje zašto se jednakost u percepciji poslovne okoline "istopi" u stvarnom životu. Duga je lista mogućih odgovora: od tradicijske kulture koja ženu vidi u drugim ulogama, preko siromaštva u osiguranju raznih socijalnih usluga koje bi olakšale organizaciju obiteljskog života, do regulatorne nefleksibilnosti u definiranju uvjeta za različite poduzetničke pothvate. Neuključenost žena u poduzetničke aktivnosti nije samo političko pitanje ljudskih prava, nego i ekonomsko pitanje zbog nekorištenja raspoloživih ljudskih resursa. Omjer TEA indeksa za muškarce i TEA indeksa za žene u GEM zemljama se popravlja (iako vrlo polako), dok se u Hrvatskoj taj omjer povećava, u korist muškaraca. Ta situacija proziva mnoge institucije na fokusirano djelovanje u cilju povećanja vjerojatnosti da se potencijal žena prisutan kroz percepciju poslovne okoline transformira u poduzetničku aktivnost.

	Poznaju poduzetnika	Uočavanje dobre poslovne prilike	Raspolaganje znanjem i vještinama	Nema straha od neuspjeha
Žene	66,7	55,6	95	75
Muškarci	77,3	50,7	96	70,7

Slika 11.
Razlika u percepciji poduzetničke okoline, TEA aktivni poduzetnici, s obzirom na spol, 2005. – struktura, u %



Poduzetnička kultura se tek rađa

Stimulansi za poduzetničko djelovanje, pored percepcije poslovne okoline, dolaze i iz sistema vrijednosti koji su osnova poduzetničke kulture. GEM istraživanje je razvilo okvir od četiri pitanja kojima se procjenjuje sistem vrijednosti u pojedinoj zemlji, a temelji se na procjeni vrijednosnih stavova o egalitarizmu, o poduzetničkoj karijeri, o društvenom statusu poduzetnika i ulozi medija u stvaranju poduzetničke kulture.

U usporedbi s odgovorima iz 2003. i 2004. godine (u 2002. godini takva pitanja nisu bila obuhvaćena GEM istraživanjem), jedino se značajno povećalo mišljenje anketiranih start-up poduzetnika da bi većini ljudi u Hrvatskoj bilo draže da svi imaju podjednak životni standard (sa 55% u 2003. godini, na 82% u 2005. godini). Svojevrsnu gorčinu, koja se očitava iz ovakvih odgovora start-up poduzetnika, dopunjava i manji broj start-up poduzetnika od ne-poduzetnika koji poduzetništvo smatraju poželjnom karijerom. Međutim, obje kategorije ispitanika (start-up poduzetnici i ne-poduzetnici) ne mogu se odlučiti imaju li poduzetnici visok društveni status. Neznatno bolje je sa stavom o ulozi medija u promoviranju uspješnih poslovnih pothvata (tablica 18). To upućuje na zaključak da je sistem vrijednosti koji bi oblikovao poduzetničku kulturu tek u nastajanju, jer nema bitnih razlika u vrijednosnim stavovima.

U Hrvatskoj većini ljudi bilo bi draže da svi imaju podjednak životni standard	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	81,9	68,5
Ne	16,9	21,9
Ne zna	1,2	9,6

Tablica 18.
Sistem vrijednosti, 2005.,
Struktura, u %

U Hrvatskoj većina ljudi smatra da je pokretanje poslovnog pothvata poželjni izbor karijere	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	66,4	73,6
Ne	33,6	26,4

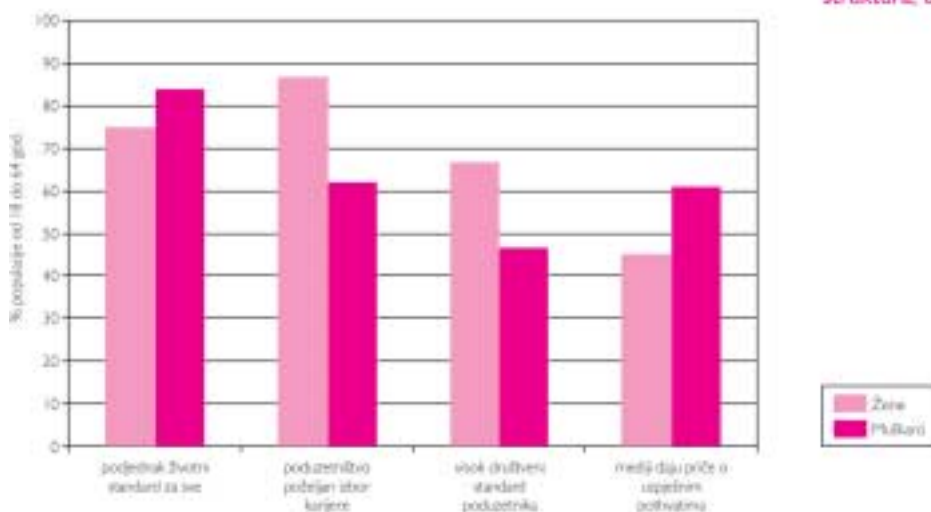
U Hrvatskoj se smatra da oni koji su uspješno pokrenuli poslovni pothvat imaju visok društveni status	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	50,4	51,7
Ne	49,6	46,3

U Hrvatskoj se u medijima često vide priče o uspješnim poslovnim pothvatima	Start-up poduzetnici	Ne-poduzetnici
Da	56,9	56,4
Ne	43,1	43,6

Dok kod percepcije poduzetničke okoline nema muško/ženskih razlika, u slučaju vrijednosnih stavova o poduzetničkoj kulturi, razlike u stavovima između žena i muškaraca su zanimljive: žene su manje egalitarnistički orijentirane, više smatraju poduzetništvo poželjnim izborom karijere, češće smatraju da poduzetnici imaju visok društveni status, ali su kritičnije prema medijima (slika 12). S obzirom da su žene manje poduzetnički aktivne, možda njihov stav o visokom društvenom statusu poduzetnika više proizlazi iz očekivanja, manje iz iskustva. Ipak, činjenica da žene imaju podjednaku razinu percepcije o poduzetničkoj okolini i da značajnije češće podržavaju vrijednosni sud o poduzetništvu kao poželjnom izboru karijere, obvezuje mnoge institucije, ali posebno vladine politike i programe, da doprinesu stvaranju poduzetničkih uvjeta koji će omogućiti ženama realizaciju svojih poduzetničkih potencijala.

	Podjednak životni standard za sve	Poduzetništvo poželjan izbor karijere	Visok društveni standard poduzetnika	Mediji daju priče o uspješnim poduzetnicima
Žene	75	86,7	66,7	45
Muškarci	84	62	46,5	60,9

Slika 12.
Razlika u percepciji vrijednosti TEA aktivnih poduzetnika, s obzirom na spol, 2005. - struktura, u %



Budući da smo sa Slovenijom 70 godina dijelili zajedničku političku i ekonomsku povijest, zanimljiva je usporedba hrvatskih i slovenskih vrijednosnih stavova, kao elemenata poduzetničke kulture (tablica 19).

	Početnioci	Novi poduzetnici	"Odrasli" poduzetnici	Ne-poduzetnici
U Hrvatskoj većini ljudi bilo bi draže da svi imaju podjednak životni standard	80,4	82,2	75,4	68,5
U Sloveniji većini ljudi bilo bi draže da svi imaju podjednak životni standard	70,7	65,8	70,6	48,8
U Hrvatskoj većina ljudi smatra da je pokretanje poslovnog pothvata poželjni izbor karijere	63,8	69,8	61,6	73,6
U Sloveniji većina ljudi smatra da je pokretanje poslovnog pothvata poželjni izbor karijere	49	40,3	49,6	32
U Hrvatskoj se smatra da oni koji su uspješno pokrenuli poslovni pothvat imaju visok društveni status	46,2	58,4	37,9	53,7
U Sloveniji se smatra da oni koji su uspješno pokrenuli poslovni pothvat imaju visok društveni status	73,1	83,6	66	44
U Hrvatskoj se u medijima često vide priče o uspješnim poslovnim pothvatima	53,7	66,7	52,9	56,4
U Sloveniji se u medijima često vide priče o uspješnim poslovnim pothvatima	61,4	59,1	56,4	31,3

Tablica 19. Usporedba vrijednosnih stavova o poduzetničkoj kulturi između Hrvatske i Slovenije. DA odgovori, % anketiranih

Izvor za slovenske pokazatelje: Rebernik, M. & Tominc, K. Pulnik: Global Entrepreneurship Monitor, Slovenija 2005: Podjetništvo med željami in stvarnostjo. Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomska-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, Maribor, januar 2006, str. 34.

Egalitarizam je prisutniji u Hrvatskoj nego u Sloveniji, ali istovremeno u Hrvatskoj veći broj anketiranih smatra da je pokretanje poslovnog pothvata poželjni izbor karijere. Svojevrсна gorčina se osjeća u stavovima hrvatskih građana, jer značajnije manje anketiranih nego u Sloveniji smatra da uspješni poduzetnici imaju visok društveni status. Jedino u čemu se stavovi hrvatskih i slovenskih anketiranih poduzetnika podudaraju je prilično niska razina onih (od 53 do 67%) koji smatraju da mediji često prezentiraju priče o uspješnim poslovnim pothvatima. Međutim, najuočljivija razlika između slovenskih i hrvatskih građana u GEM istraživanju u 2005. godini je u razlikama između vrijednosnih sudova poduzetnika i ne-poduzetnika. U Hrvatskoj nema značajnih razlika niti kod jednog vrijednosnog suda, čak u nekim situacijama ne-poduzetnici češće izabiru "poduzetničkiji" vrijednosni sud nego poduzetnici (npr. stav prema poduzetničkoj karijeri). Međutim, u Sloveniji razlike između stavova ne-poduzetnika i poduzetnika su vrlo izražene. Ove razlike upućuju da je poduzetnička kultura Slovenije više oblikovana, dok je poduzetnička kultura u Hrvatskoj tek u nastajanju.

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: pomaže ili odmaže?

Tko i kako procjenjuje kvalitetu poduzetničke okoline?

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: bolja ili lošija od prosjeka GEM zemalja?

Poduzetnička okolina u GEM istraživanju opisana je okvirom poduzetničkih uvjeta (prikazanih slikom 1 u uvodnom poglavlju) čija raspoloživost i kvaliteta stimulira, a ograničenost i nekvaliteta otežava poduzetničku aktivnost ljudi. U 2005. godini, od 35 zemalja obuhvaćenih istraživanjem poduzetničke aktivnosti u ocjenjivanju kvalitete poduzetničke okoline nisu uključene Francuska, Japan, Švedska i Meksiko, ali su dodane zemlje Jordan i Portoriko, te se rangiranje zemalja po kvaliteti poduzetničke okoline obavlja unutar 33 zemlje.

Tko i kako procjenjuje kvalitetu poduzetničke okoline?

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, po mogućnosti najmanje 36 eksperata u svakoj zemlji⁶.

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 instrumente⁷ 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 socijalnih normi

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

- sposobnosti uočavanja poduzetničkih prilika
- poduzetničkog kapaciteta (znanja i vještina)
- poduzetničke motivacije (shvaćanja i ugleda poduzetničke karijere), itd.

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

- ocjenu svakog segmenta, pri čemu ocjena iznad 3 signalizira pozitivnu vrijednost pojedine komponente (stimulirajuća okolina), a ocjena ispod 3 daje negativnu vrijednost pojedinoj komponenti (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)

⁶ U Hrvatskoj je broj eksperata po godinama bio: 36 u 2002., 36 u 2003. godini, 34 u 2004. i 40 u 2005. godini. Spisak svih eksperata koji su sudjelovali u GEM istraživanju u Hrvatskoj je u prilogu 2.

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

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj: bolja ili lošija od prosjeka GEM zemalja?

Sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju od 2002. godine daje izvrsnu podlogu za ocjenu odnosa od prosjeka kvalitete poduzetničke okoline u svim GEM zemljama, ali i razumijevanje vremenske dimenzije promjena kvalitete poduzetničke okoline. Poduzetnička okolina je ukupnost politika, institucija i vrijednosnih normi. Promjene u pojedinim kategorijama su međusobno povezane: teško je mijenjati politike, ako ne postoje vrijednosne norme koje podržavaju promjene. Institucije se sporo mijenjaju, a vrijednosne norme najčešće tek inkrementalno. Usporedba promjena u percepciji kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u Hrvatskoj i u svim GEM zemljama u razdoblju 2002. do 2005. godine to potvrđuje (tablica 20).

Komponente poduzetničke okoline	2002		2003		2004		2005	
	Hrvatska	GEM	Hrvatska	GEM	Hrvatska	GEM	Hrvatska	GEM
1 Financijska potpora	3,21* 2,17*	2,91* 2,81*	2,72	2,61	2,32	2,58	2,36	2,72
2a Vladine politike - potpore	2,27	2,68	2,03	2,60	2,10	2,55	2,11	2,61
2b Vladine politike - regulativa	1,81	2,41	1,87	2,43	1,81	2,36	1,76	2,46
3 Vladini programi	2,11	2,63	2,40	2,62	2,18	2,53	2,39	2,61
4a Obrazovanje u osnovnim i srednjim školama	1,63	1,97	1,59	2,06	2,05	2,07	1,91	2,12
4b Obrazovanje nakon srednje škole	2,01	2,83	1,97	2,79	2,63	2,71	2,56	2,83
5 Transfer istraživanja i razvoja	2,05	2,47	2,11	2,49	2,18	2,44	2,06	2,48
6 Poslovna i stručna infrastruktura	2,43	3,17	2,75	3,23	2,60	3,20	2,67	3,29
7a Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - brzina promjena	3,37	2,84	3,49	2,81	3,65	2,76	3,03	2,82
7b Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - ulazne barijere	2,04	2,05	2,23	2,75	2,11	2,70	2,08	2,80
8 Pristup fizičkoj infrastrukturi	3,08	3,86	3,55	3,95	3,36	3,81	3,35	3,91
9 Kulturne i društvene norme	2,20	2,79	2,15	2,76	2,17	2,81	2,13	2,83
10 Prepoznavanje poslovnih prilika	2,93	3,29	3,11	3,19	3,28	3,30	3,19	3,36
11 Poduzetnički kapacitet - potencijal	2,43	2,52	2,16	2,48	2,38	2,54	2,13	2,66
12 Poduzetnički kapacitet - motivacija	2,99	3,31	2,89	3,38	2,73	3,32	2,95	3,41
13 Zaštita intelektualnog vlasništva	2,36	3,11	2,44	3,12	2,52	3,08	2,36	3,19
14 Odnos prema ženama u poduzetništvu	2,79	3,14	2,78	3,34	3,01	3,22	2,84	3,30
15 Stav prema rastućim poduzećima	-	-	-	-	-	-	2,55	3,12

Tablica 20.

Prosječne ocjene komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj - usporedba s GEM prosjekom, 2002 - 2005.

Izvor: Global Entrepreneurship Monitor: Expert Questionnaire

* raspoloživost kreditnih linija i vlastitih sredstava

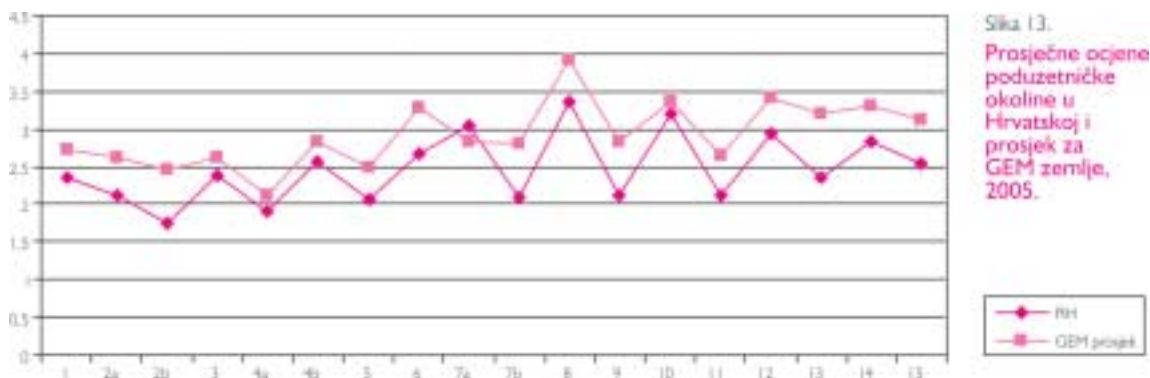
** raspoloživost fondova rizičnog kapitala, poslovnih anđela i IPO

Dominacija ocjena ispod 3 u tablici 20 govori o tome da u sferi poduzetničke okoline postoje ogromne rezerve u podizanju njezine kvalitete. Od nestimulirajuće do stimulirajuće kvalitete poduzetničke okoline u izgradnji poduzetničkog kapaciteta zemlje potrebne su dobro promišljene, konzistentne i međusobno povezane intervencije, uz razumijevanje da je za ostvarivanje promjena u kvaliteti poduzetničke okoline potrebna i politička volja.

Četverogodišnje razdoblje usporedbe omogućava određene opservacije koje pokazuju stabilnost odnosa ili tendenciju promjena u kvaliteti poduzetničke okoline u Hrvatskoj:

- tendencija pada kvalitete financijske potpore
- vladini programi su bolje ocijenjeni od vladinih politika
- vladine politike u području potpora su bolje ocijenjene od vladinih politika u području regulative
- kvaliteta obrazovanja fokusiranog na razvoj poduzetničkog potencijala mladih raste, ali je ta komponenta poduzetničke okoline još uvijek ozbiljna prepreka jačem poduzetničkom kapacitetu
- kvaliteta poslovne i stručne infrastrukture raste
- pristup fizičkoj infrastrukturi postaje sve bolji

Konfiguracija ocjena pojedinih komponenti poduzetničke okoline upućuje na sličan obrazac kvalitete poduzetničke okoline u Hrvatskoj i u GEM zemljama, ali su ocjene u Hrvatskoj u pravilu na nižoj razini od prosjeka GEM zemalja. Odmak od prosjeka GEM zemalja dobro ilustrira situacija u 2005. godini (slika 13), kada je poduzetnička okolina u Hrvatskoj, kao i u svim prethodnim godinama ocijenjena manje stimulativnom od prosjeka GEM zemalja. Samo jedna komponenta (Otvorenost tržišta - brzina promjena) je bolje ocijenjena u Hrvatskoj, tri komponente su izrazitije lošije ocijenjene (Vladine politike - regulativa; Otvorenost tržišta - ulazne barijere; Zaštita intelektualnog kapitala).



Pored usporedbe s prosjekom GEM zemalja po pojedinim komponentama poduzetničke okoline, za vođenje efikasne politike promjena u kvaliteti poduzetničke okoline važno je znati pozicioniranost Hrvatske unutar raspona kvalitete pojedine komponente. Na taj način dobije se **benchmark** informacija koja otvara put analizi najbolje prakse i procjenu mogućnosti primjene takvih iskustava u Hrvatskoj (tablica 21). S druge strane, informacije o rangiranosti Hrvatske unutar kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline dobar su oslonac za procjenu djelotvornosti primjenjenih intervencija, pri čemu se mora voditi računa o vremenskoj dimenziji u kojoj se efekti mogu očekivati. Postignuća pojedinih zemalja u kvaliteti nekih komponenti poduzetničke okoline ohrabruju, jer govore da se dugotrajnim i konzistentnim naporima poduzetnička okolina može osloboditi prepreka i pretvoriti u visoko stimulirajuću okolinu za poduzetničko djelovanje. Od 15 komponenti poduzetničke okoline, po kvaliteti prednjače SAD čak u sedam komponenti. Prisutnost zemalja kao što su Singapur, Finska, Irska, Tajland i Latvija u listi zemalja koje imaju najbolje ocijenjene pojedine komponente poduzetničke okoline samo potvrđuje da spominjanje tih zemalja u različitim kontekstima primjera uspješnog vođenja ekonomskog razvoja nije slučajno.

Komponenta poduzetničke okoline	GEM zemlje			Hrvatska	Rang Hrvatske
	Max	Min	Prosjeak		
1 Financijska potpora	4,08 (SAD)	1,57 (Brazil)	2,72	2,36	30
2a Vladine politike - potpore	3,52 (Singapur, Finska)	1,71 (Mađarska)	2,61	2,11	27
2b Vladine politike - regulativa	4,03 (Singapur)	1,33 (Brazil)	2,46	1,76	29
3 Vladini programi	3,43 (Austrija)	1,59 (Venecuela)	2,61	2,39	22
4a Obrazovanje u osnovnim i srednjim školama	2,84 (Latvija)	1,5 (Austrija)	2,12	1,91	22
4b Obrazovanje nakon srednje škole	3,42 (Tajland)	2,04 (Brazil)	2,83	2,56	29
5 Transfer istraživanja i razvoja	3,26 (Jordan)	1,7 (Brazil)	2,48	2,06	24
6 Poslovna i stručna infrastruktura	4,07 (SAD)	2,32 (Brazil)	3,29	2,67	31
7a Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - brzina promjena	4 (Jordan)	1,91 (Finska)	2,82	3,05	7
7b Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - ulazne barijere	3,46 (SAD)	1,86 (Brazil)	2,80	2,08	32
8 Pristup fizičkoj infrastrukturi	4,75 (SAD)	2,98 (Brazil)	3,92	3,35	29
9 Kulturne i društvene norme	4,54 (SAD)	2,13 (Hrvatska)	2,83	2,13	33
10 Prepoznavanje poslovnih prilika	4,14 (SAD)	2,62 (Italija)	3,36	3,19	24
11 Poduzetnički kapacitet - potencijal	3,96 (Jordan)	1,98 (Brazil)	2,66	2,13	31
12 Poduzetnički kapacitet - motivacija	4,58 (SAD)	2,82 (Norveška)	3,40	2,95	29
13 Zaštita intelektualnog vlasništva	4,25 (Finska)	1,7 (Venecuela)	3,19	2,36	30
14 Odnos prema ženama u poduzetništvu	4,34 (Finska)	2,5 (Mađarska)	3,30	2,84	29
15 Stav prema rastućim poduzećima	3,97 (Irska)	2,38 (Brazil)	3,11	2,55	31

Tablica 21.
Komponente poduzetničke okoline, 2005. - Hrvatska u međunarodnoj perspektivi

Za finiju dijagnozu stanja, ali i dobivanje orijentacije na što treba djelovati, potrebno je proviriti iza prosječnih ocjena komponenti poduzetničke okoline, tj. ući u njihovu anatomiju. Zbog toga je u tablici 22 prikazano deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a u tablici 23 deset najniže ocijenjenih tvrdnji.

Ovisno o tipu tvrdnje, odstupanja od GEM prosjeka mogu značiti ili neiskorišteni potencijal ili ozbiljan signal za nezadovoljstvo. Na primjer, telekomunikacijska infrastruktura (8/03) omogućava intenziviranje internetizacije poslovanja, te treba biti prepoznata kao važna komponenta potencijala rasta poduzeća. Ali ta mogućnost nije i svima dostupna jer je poduzećima korištenje tih usluga skupo (8/02) i zbog toga djeluje restriktivnije na internetizaciju poduzeća nego u prosjeku GEM zemalja. Ograničavajući utjecaj cijene komunalnih usluga u poslovanju poduzeća otkriva i značajnije niža ocjena mogućnosti apsorpcije takvih troškova kod hrvatskih poduzeća nego u GEM zemljama (8/04). Međutim, viša prosječna ocjena tvrdnje da u "Hrvatskoj ima više povoljnih prilika za stvaranje novih poduzeća, nego ljudi koji te prilike mogu iskoristiti" (10/02) od prosjeka GEM zemalja, otvara pitanja osposobljenosti ljudi za iskorištavanje poslovnih prilika, na ulogu obrazovanja u tome, na kvalitetu poslovne i stručne infrastrukture itd. Ili, ako hrvatski eksperti kao jednu od deset najbolje ocijenjenih tvrdnji (iako tek na posljednjem mjestu) smatraju tvrdnju da se u Hrvatskoj stvaranje novih poduzeća smatra dobrim putem za stjecanje bogatstva (12/01), onda to upućuje na pitanja o motivaciji, o ulozi obrazovanja i medija u razvoju i promoviranju poduzetničke kulture.

Deset najniže ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a sve su niže od prosječnih ocjena za te tvrdnje u GEM zemljama, odašilju signale za hitne intervencije. Pokretanje HITRO.HR projekta 2006. godine je primjer dobrog početka rješavanja problema neadekvatnog regulatornog okvira poduzetničkog djelovanja i prepreka koje otežavaju ulaz u poduzetničku aktivnost (2b/04).

Komponenta poduzetničke okoline (ifra zemalje)	Tvrdnje	Prosječna ocjena u Hrvatskoj	Prosječna ocjena za GEM zemlje
8/03	U Hrvatskoj, novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup Internetu za oko tjedan dana.	4,08	3,97
14/03	U Hrvatskoj, žene imaju istu razinu znanja i vještina potrebnih za pokretanje poslovanja kao i muškarci.	4,03	3,68
6/05	U Hrvatskoj je, novim i rastućim poduzećima, lagano dobiti dobre bankarske usluge (tekući računi, devizne transakcije, akreditivi, i sl.)	3,56	3,63
10/02	U Hrvatskoj je više povoljnih prilika za stvaranje novih poduzeća, nego ljudi koji te prilike mogu iskoristiti.	3,56	3,36
8/02	U Hrvatskoj, za novo ili rastuće poduzeće nije svinile skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, Internet, itd.)	3,42	3,90
10/03	U Hrvatskoj, povoljne prilike za stvaranje novih poduzeća značajno su se povećale u posljednjih pet godina.	3,37	2,97
10/01	U Hrvatskoj, postoji mnoštvo dobrih prilika za stvaranje novih poduzeća.	3,31	3,62
8/04	U Hrvatskoj, novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija).	3,26	3,98
11/02	U Hrvatskoj, postoje dovoljni kreditni izvori raspoloživi novim poduzećima i poduzećima koja rastu.	3,21	3,01
12/01	U Hrvatskoj se stvaranje novih poduzeća smatra dobrim putem za stjecanje bogatstva.	3,18	3,35

Tablica 22.
Deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u usporedbi s GEM zemljama, 2005.

Izvor: Anketni upitnik za eksperte Hrvatska 2005.

Komponenta poduzetničke okoline (ifra zemlje)	Tvrđnje	Prosječna ocjena u Hrvatskoj	Prosječna ocjena za GEM zemlje
2b/04	U Hrvatskoj, nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potvrde u roku od tjedan dana.	1,46	2,08
2a/01	U Hrvatskoj, vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) sustavno daju prednost novim poduzećima.	1,55	2,15
2b/07	U Hrvatskoj, novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima.	1,58	2,34
1/04	U Hrvatskoj, privatne osobe (osim vlasnika) važan su izvor financijske pomoći novim poduzećima i poduzećima koja rastu.	1,82	2,62
1/06	U Hrvatskoj, emisije dionica i drugih vrijednosnih papira važan su izvor financiranja novih poduzeća i poduzeća koja rastu.	1,82	2,41
2b/05	U Hrvatskoj, visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća.	1,83	2,53
4a/03	U Hrvatskoj, osnovno i srednje školsko obrazovanje osigurava adekvatnu pozornost poduzetništvu i stvaranju novih poduzeća.	1,85	1,89
1/01	U Hrvatskoj, mnogi ljudi zna kako pokrenuti i upravljati brzo rastućim poduzećima.	1,85	3,56
4a/02	U Hrvatskoj, osnovno i srednje školsko obrazovanje osigurava adekvatna saznanja o principima tržišnog gospodarstva.	1,87	2,15
1/01	U Hrvatskoj, širok raspon vladinih mjera pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobioven obraćanjem samo jednoj agenciji.	1,9	2,32

Izvor: Anketni upitnik za eksperte Hrvatska 2005.

Tablica 23.
Deset najniže
ocijenjenih
izjava o
poduzetničkoj
okolini u
Hrvatskoj
u usporedbi
s GEM
zemljama,
2005.

Jedan loš primjer: princip administrativne šutnje, na naš način

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

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

A u Europskoj uniji je obrnuto.

Jedan dobar primjer: HITRO.HR

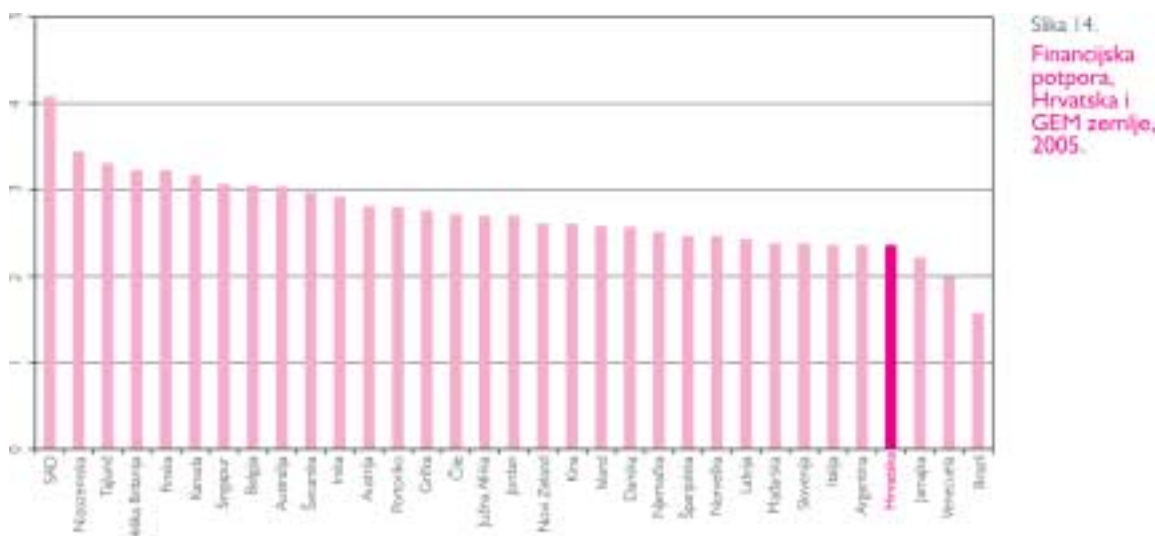
Hodanje od vrata do vrata, prikupljanje potvrda, štambilja ... samo je dio priče onih koji su željeli registrirati poduzeće. Nacionalno vijeće za konkurentnost je u 55 preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske (2004.) posebno naglasilo prioritetnost skraćivanja administrativnih procedura prilikom registracije poduzeća, čime će se smanjiti vrijeme i troškovi registracije. Vlada Republike Hrvatske i FINA počele su rješavati taj problem kroz projekt HITRO.HR.

HITRO.HR je servis Vlade Republike Hrvatske za ubrzanu komunikaciju građana i poslovnih subjekata s državnom upravom. Svrha mu je podizanje razine usluga povećanjem brzine, učinkovitosti, fleksibilnosti i transparentnosti rada državne uprave. HITRO.HR razvija niz usluga koje će omogućiti građanima i poduzetnicima da na jednom mjestu imaju brži i jednostavniji pristup raznim informacijama i uslugama. Prva u nizu HITRO.HR usluga je osnivanje društva s ograničenom odgovornošću. Sada možete registrirati svoje poduzeće u četiri koraka: tri posjete šalteru HITRO.HR unutar Financijske agencije FINA i jedan odlazak javnom bilježniku. I to je sve. Cilj je da poduzetnik registrira poduzeće u jednom danu.

Financijska potpora

Trideseto mjesto Hrvatske u kvaliteti financijske potpore (slika 14) odražava nerazvijenost financijskog tržišta, odnosno nedovoljnu raspoloživost rizičnog kapitala, financijskih anđela (među najniže ocijenjenim tvrdnjama - 1/04, tablica 23) kao i rijetkih izlazaka malih poduzeća na tržište dionica (među najniže ocije-njenim tvrdnjama - 1/06, tablica 23). Raspoloživost kreditnih izvora je prepoznata (jedna od deset najbolje ocijenjenih tvrdnji - 1/02, tablica 22), ali nedostatak garancijskih fondova otežava korištenje kreditnih izvora financiranja poduzetničkog pothvata.

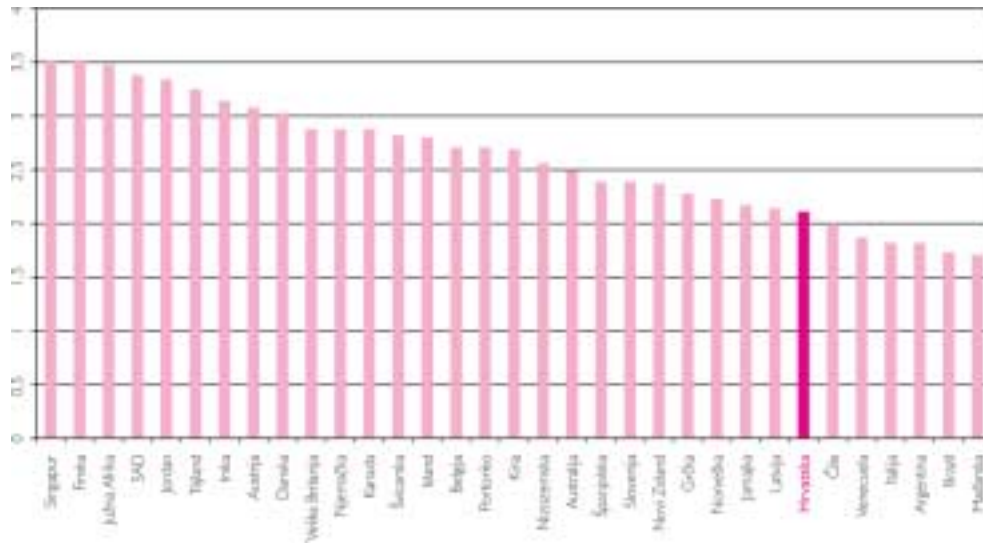
Neformalno investiranje (poslovni anđeli) izuzetno je značajna kategorija u poticanju poduzetničkog djelovanja, ne samo zbog samog karaktera financiranja nego i raspoloživih financijskih sredstava. U prosjeku GEM zemalja u 2005. godini bilo je 3,3% neformalnih investitora u populaciji odraslih stanovnika. Hrvatska sa 1,6% u 2005. godini, iako još uvijek ispod prosjeka GEM zemalja, ipak pokazuje povećanje sa 1,2% u 2002. godine. U Hrvatskoj, poslovni anđeli najčešće podupiru poduzetničke projekte u financijskim uslugama, trgovini, poslovnim uslugama i transportu. Poslovni anđeli su najčešće članovi obitelji i kolege sa posla. Nepostojanje odgovarajućeg regulatornog okvira, ali i gotovo potpuno nepoznavanje značaja takvog financiranja poduzetničkih pothvata otežava jače aktiviranje neformalnog investiranja.



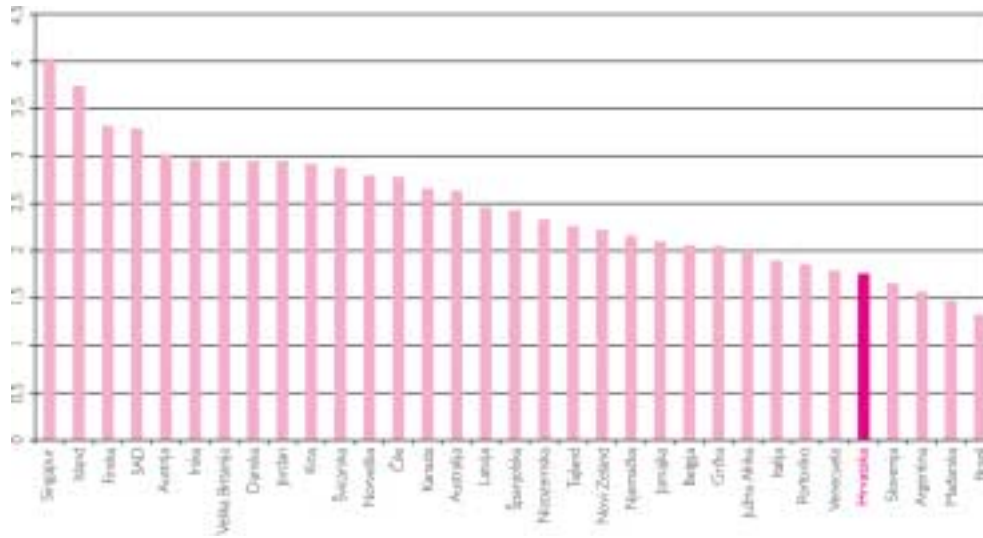
Vladine politike i programi

Razlika u rangiranosti Hrvatske po kvaliteti vladine politike u području potpore (27. mjesto) i kvaliteti vladinih politika u području regulative (29. mjesto) ima svoje uporište u dosadašnjim vladinim aktivnostima (slika 15, slika 16). Puno je više napravljeno u području politika potpore pokretanja novih poduzetničkih pothvata, a puno manje u području pojednostavljenja regulatornog okvira. Neusklađenost takvih vladinih politika ograničava mogućnost ostvarivanja efekata koji bi mogli biti postignuti, kada bi politike bile usklađenije. Činjenica da u deset najbolje ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini nema niti jedne vezane za vladine politike, a da su među deset najniže ocijenjenih čak četiri tvrdnje vezane za vladine politike također upućuje signal hitnosti za promjenu i traži odgovarajuću **policy** intervenciju.

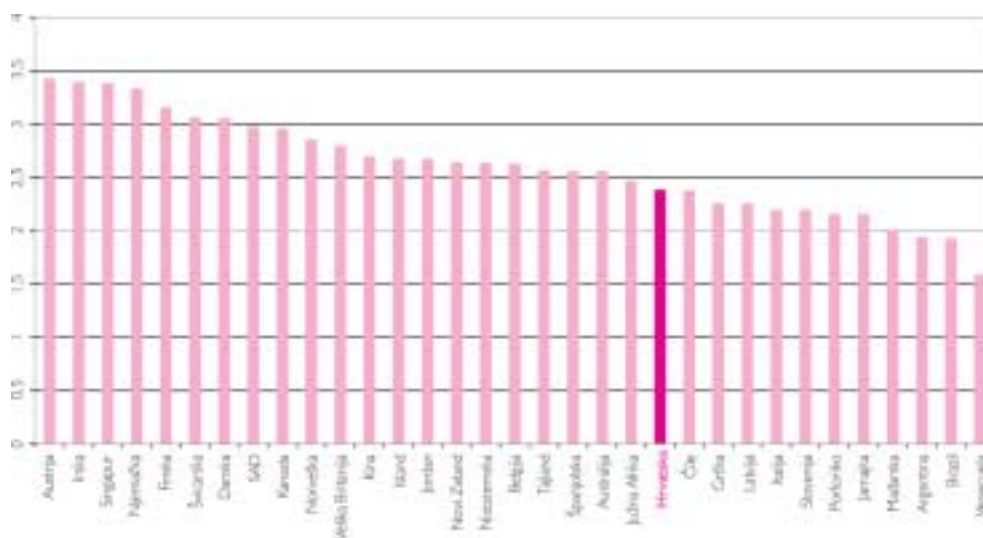
Hrvatska je najbolje rangirana po kriteriju vladinih programa (22. mjesto) kojim se vrednuje raspoloživost programa za podršku u razvoju mreže inkubatora i programa za ulazak u poduzetničke aktivnosti (slika 17).



Slika 15.
Vladine politike - potpore, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.



Slika 16.
Vladine politike - regulativa, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.

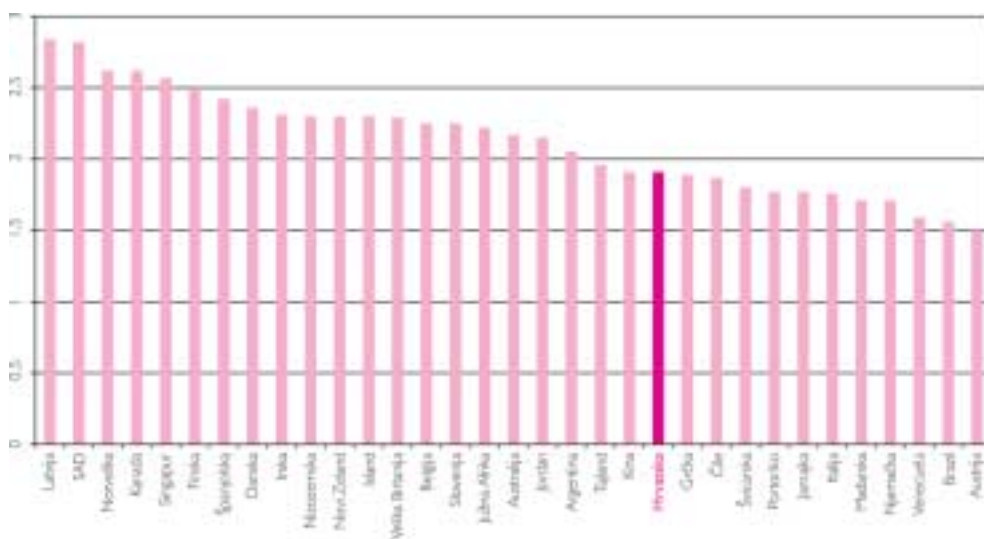


Slika 17.
Vladini programi, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.

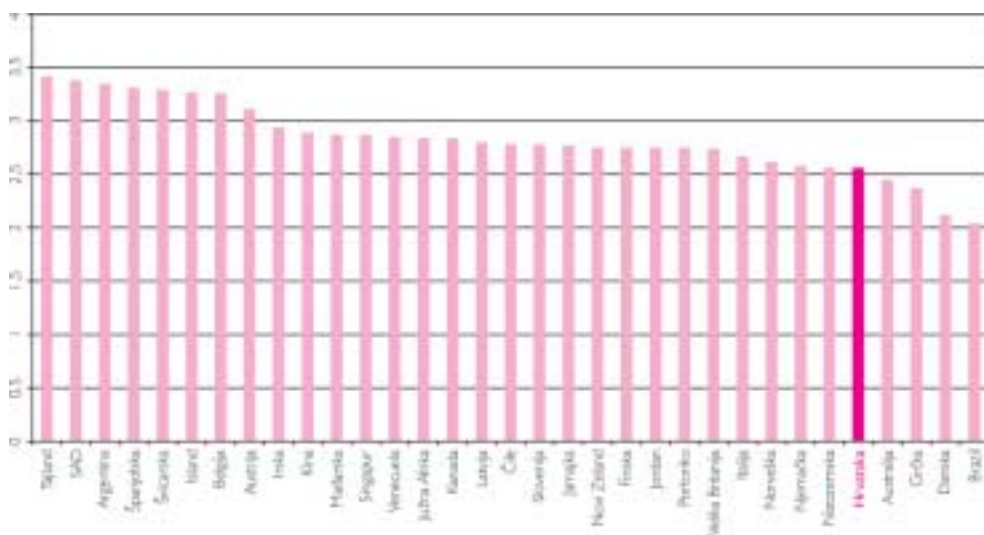
Obrazovanje

Značajna je razlika u rangiranju Hrvatske prema kvaliteti primarnog i sekundarnog obrazovanja (22. mjesto u odnosu na tercijarnu razinu obrazovanja (29. mjesto) (slika 18 i slika 19).

Međutim, osnovno i srednješkolsko obrazovanje nedovoljno doprinosi razvoju poduzetničkog kapaciteta mladih (4a/03 iz tablice 23) i razumijevanju mehanizma tržišnog gospodarstva (4a/02), što se odražava i u ekspertskom izuzetno niskom vrednovanju tih aspekata poduzetničke okoline. Reforme koje se u Hrvatskoj događaju u području obrazovanja (katalogizacija znanja i vještina, Bolonjska transformacija sveučilišta) govore o postojanju političke volje, ali je djelotvornost primjena tih mehanizama ovisna o konzistentnosti politika koje se vode u obrazovnoj sferi kao i institucionalnoj osposobljenost obrazovnog sektora za implementaciju.



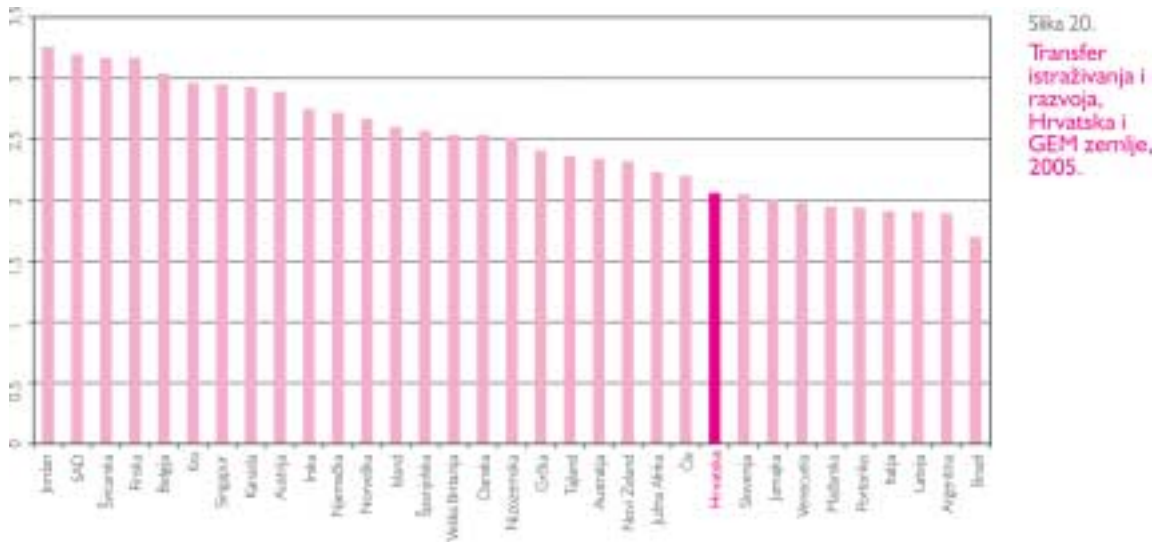
Slika 18.
Obrazovanje
(osnovno i
srednje),
Hrvatska i
GEM zemlje,
2005.



Slika 19.
Obrazovanje
nakon srednje
škole,
Hrvatska i
GEM zemlje,
2005.

Transfer istraživanja i razvoja

Kvaliteta transfera istraživanja i razvoja sa sveučilišta i istraživačkih centara u gospodarsku praksu je među najlošije ocijenjenim komponentama poduzetničke okoline u GEM zemljama (na predzadnjem mjestu od petnaest komponenti). U Hrvatskoj kvaliteta te komponente poduzetničke okoline je samo za jedno mjesto bolje pozicionirana (tablica 20). Rang Hrvatske s obzirom na kvalitetu transfera istraživanja i razvoja među GEM zemljama na 24. mjestu samo znači da ima još dosta lošijih od nas u tom području, što ne doprinosi zadovoljstvu. Osim toga, zaštita intelektualnog vlasništva vrlo je nisko ocijenjena, te sa 29. mjestom među GEM zemljama ne predstavlja doprinos kvaliteti poduzetničke okoline (slika 20).



Poslovna i stručna infrastruktura

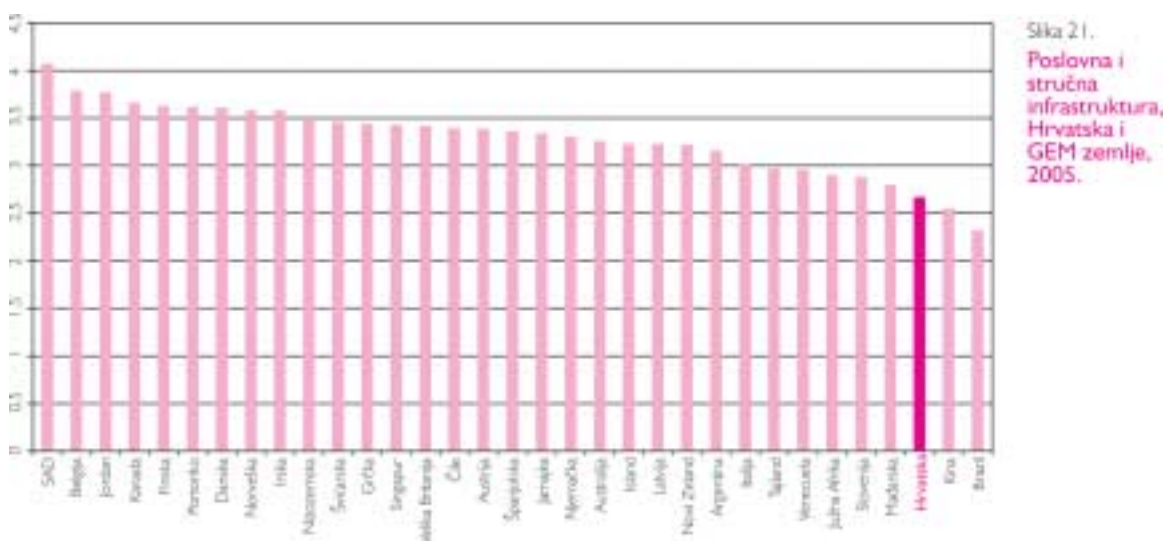
Pozicioniranost Hrvatske na 31. mjestu po kvaliteti poslovne i stručne infrastrukture može zvučati razočaravajuće zbog značajnih napora izgradnje te komponente poduzetničke okoline u okviru vladinih programa (slika 21). U GEM istraživanju ova komponenta opisana je kroz postojanje mreže poslovne i stručne infrastrukture, ali i time mogu li si poduzeća priuštiti takve usluge i radi li se o uslugama visoke kvalitete. Vladini programi fokusirani na razvoj poslovne i stručne infrastrukture bili su orijentirani na pokretanje poduzetničkih centara i razvoj pojedinih usluga (obuka, savjetovanje). Pomak u kvaliteti poslovne i stručne infrastrukture od 2002. godine (sa 2,43 u 2002. godini na 2,67 u 2005. godini, tablica 20) rezultat je napora za izgradnju institucija i dobro pokazuje kako se efekti takvih programa ne mogu mjeriti unutar jedne ili dvije godine. Pitanje izgradnje kvalitete poslovne i stručne infrastrukture, a to znači usluga edukacije, obuke i savjetovanja, ostalo je uglavnom izvan fokusa vladinih politika i programa, ali i obrazovnih institucija⁸.

Dobar primjer - edukativni program za vlasnike budućih hrvatskih gazela

Rast i razvoj Vašeg poduzeća www.razvoj.biz je program poslovnog razvoja, namijenjen isključivo poduzetnicima, čiji poslovni poduhvati imaju potencijal rasta i koji ih žele razvijati.

Program je dobar primjer pažljivog prilagođavanja uspješne svjetske prakse potrebama rastućih poduzetnika u Hrvatskoj. Triogodišnju pripremu programa uz pomoć partnerskih institucija **Durham Business School** iz Velike Britanije i **Curtin Business School** iz Australije, koji ovakav program uspješno provode već više od 20 godina, finansirali su omogućili European Training Foundation (ETF), tadašnje Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo i Institut Otvoreno društvo iz New Yorka, SAD. Grupu trenera koja izvodi program educirali su eksperti sa Durham Business School i Curtin Business School. Program čine 22 radionice, raspoređene u 14 termina u 7 mjeseci (travanj-studeni). Radionice pokrivaju osnovna područja poslovanja poduzeća (strategija, operacije, marketing i financije), ali i vještine, neophodne za uspjeh u poslovanju (komunikacija, pregovaranje, prodaja, te vještine pronalaska, motiviranja i zadržavanja kvalitetnih zaposlenika). Za vrijeme sudjelovanja u programu poduzetnici dobiju i deset sati savjetovanja, čime se u program unose aktualni problemi sudionika i rješavanje konkretnih pitanja i problema svakog pojedinog poduzeća.

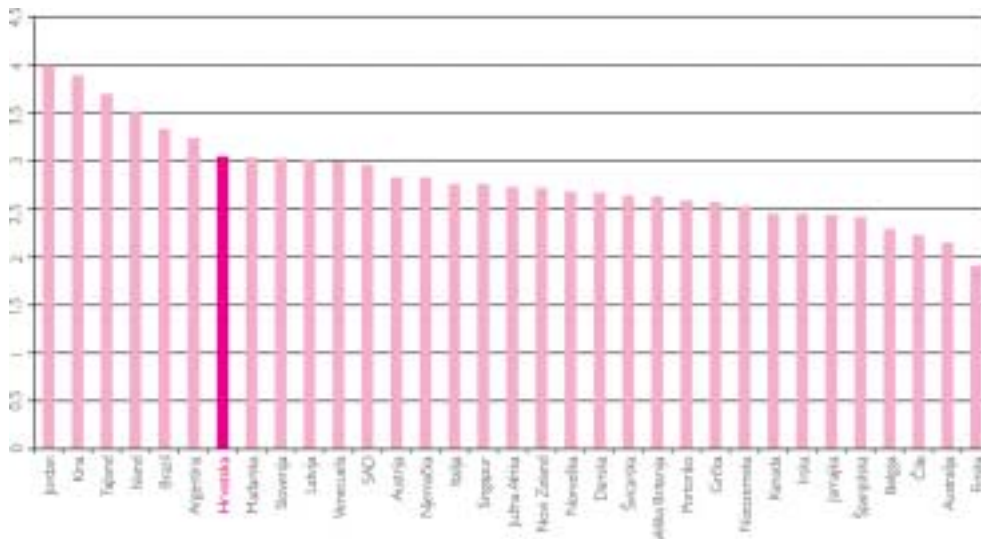
Program je pokrenut 2005. godine u Centru za poduzetništvo u Osijeku (www.poduzetništvo.org) kao poduzetnički iskorak samog Centra prema razvoju visoko kvalitetnih edukativnih programa fokusiranih na rastuća poduzeća. Od 2005. godine u program je uključeno 40 poduzetnika.



⁸ Od 2004. godine kada je sa dvije neovisne studije (USAID i GTZ) dijagnosticirano stanje na tržištu poslovnih usluga za mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj, pri Hrvatskoj agenciji za malo gospodarstvo (HAMAG) pokrenute su aktivnosti na izobrazbi i razvoju mreže konzultanata kao i njihovo certificiranje. Od 2000. godine jedino na poslijediplomskom studiju **PODUZETNIŠTVO** na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, postoji jedini predmet iz konzultantstva za mala i srednja poduzeća.

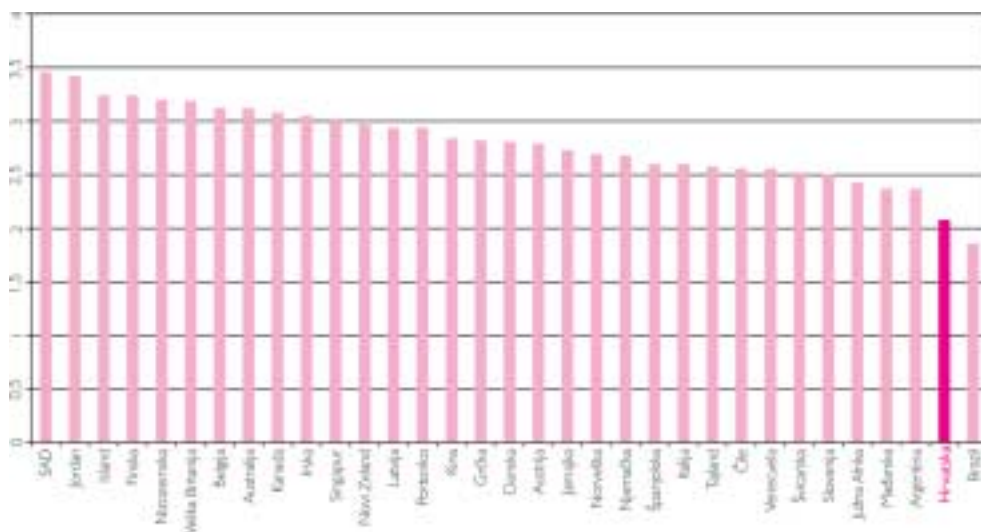
Tržišni mehanizmi

Tržišni mehanizmi promatraju se kroz dinamičnost promjena i prisutnost ulaznih barijera na unutarnjem tržištu. Vrlo je indikativna razlika između ranga te dvije dimenzije ove komponente: po brzini promjena na unutarnjem tržištu Hrvatska drži visoko 7. mjesto (slika 22), ali po prisutnosti barijera nalazi se na nezavidnom predzadnjem 32. mjestu (slika 23). Dok je dinamičnost promjena na unutarnjem tržištu uvijek stimulativna za nove poduzetničke pothvate, snažna prisutnost ulaznih barijera to poništava. Zbog toga oklijevanje s eliminiranjem kompliciranih i skupih procedura registracije poduzetničkih pothvata, te ignoriranje korupcije i neefikasnosti pravosuđa direktno blokira moguće dobre efekte koji proizlaze iz dinamičnosti promjena na unutarnjem tržištu. Nepripremljenost na iskorištavanje takvih poduzetničkih prilika (zbog nedovoljno poduzetničkih znanja i vještina) na izvjesni način stavlja ljude u pasivnu poziciju prema ulaznim barijerama, jer samo dobivaju dodatnu potvrdu da je poduzetnički pothvat "nemoguća misija".



Slika 22.

Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - brzina promjena, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.



Slika 23.

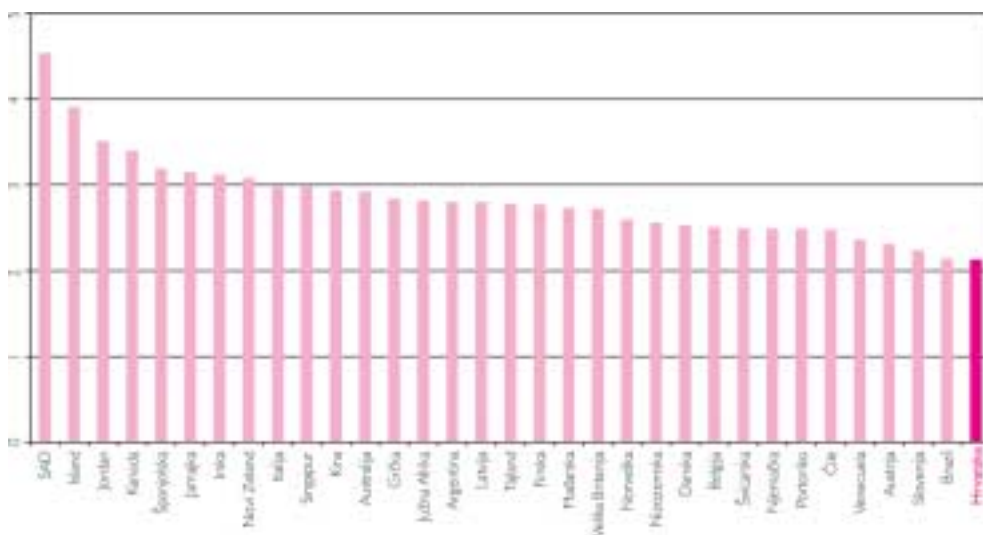
Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - ulazne barijere, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.

Kulturne i društvene norme

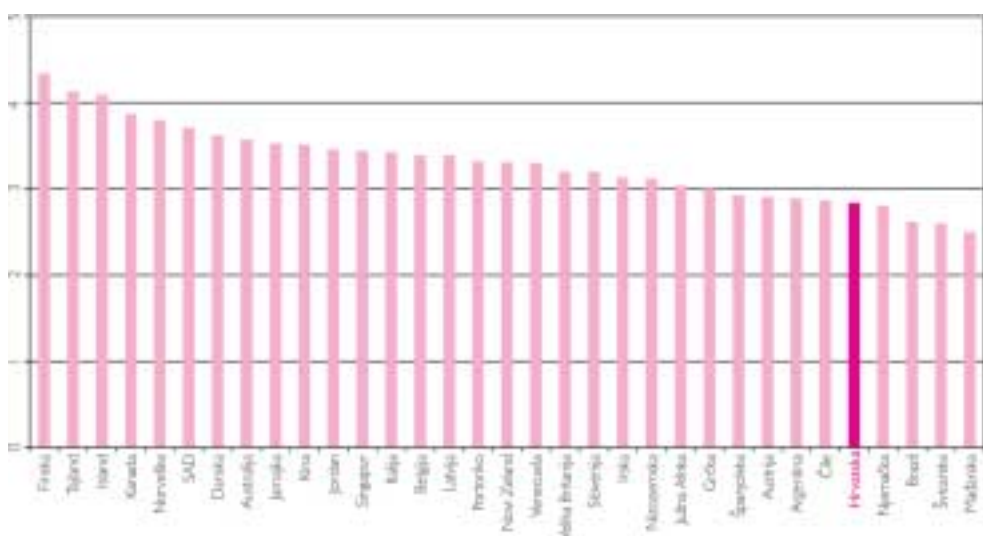
Kulturne i društvene norme koje podržavaju razvoj poduzetničke okoline u GEM istraživanju opisane su kroz samopouzdanje u vlastite snage, inicijativu, preuzimanje rizika, kreativnost i individualnu odgovornost. Izuzetno je zabrinjavajuće zadnje mjesto koje Hrvatska drži u kvaliteti te komponente poduzetničke okoline (slika 24), jer je promjena vrijednosnih sudova najdugotrajnija i zahtijeva suradnju različitih politika, programa i institucija (od obrazovanja do medija). Usporedba po godinama, ukazuje na izuzetnu stabilnost (ne)kvalitete ove komponente, ne samo u Hrvatskoj nego i u svim GEM zemljama. Promjena kvalitete ove komponente ne može biti ostvarena povremenim promotivnim kampanjama:

- Hrvatska: od 2,2 u 2002. godini, preko 2,15 (2003.), 2,17 (2004.) do 2,13 u 2005. godini
- GEM zemlje: od 2,79 u 2002. godini, preko 2,76 (2003.), 2,81 (2004.) do 2,83 u 2005. godini

Jedan test kulturnih i društvenih normi je i stav prema uključenosti žena u poduzetničko djelovanje: 29. mjesto, tek nešto iznad Mađarske (slika 25), samo potvrđuje potrebu za dobro osmišljenim i povezanim aktivnostima na promjeni vrijednosnih normi ali i na stvaranju uvjeta da se neke vrijednosne norme mogu i realizirati (npr. dobra mreža usluga koje olakšavaju obiteljski život).



Slika 24. Kulturne i društvene norme, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.



Slika 25. Odnos prema ženama u poduzetništvu, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.

Poduzetnička djelotvornost

Poduzetnička djelotvornost izvire iz osposobljenosti za prepoznavanje poslovnih prilika, poduzetničkog kapaciteta i stava prema rastućim poduzetničkim pothvatima, te predstavlja svojevrsni sinergijski efekt svih komponenti poduzetničke okoline.

Komponenta "prepoznavanje poslovnih prilika" opisana je u GEM istraživanju kroz prisutnost poslovnih prilika, raspoloživost informacija o njima i kroz sposobnost da se prepoznata prilika pretvori u pothvat.

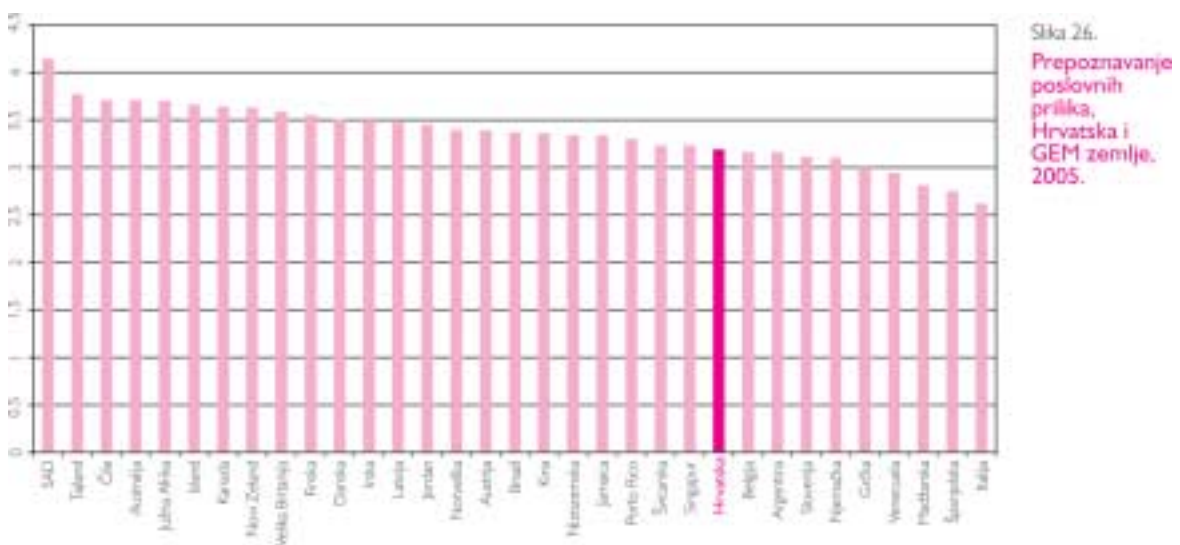
Poduzetnički kapacitet opisan je s dvije dimenzije:

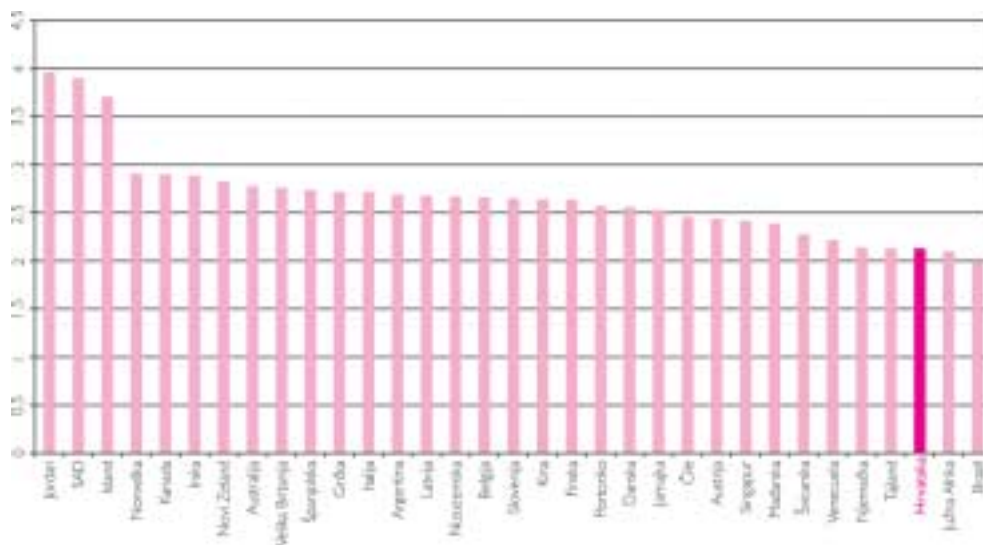
- dimenzija potencijala obuhvaća jednostavne procedure pokretanja poduzetničkog pothvata, postojanje znanja i vještina kako pothvat pokrenuti i brzinu reagiranja na prilike
- dimenzija motiviranosti obuhvaća vrijednosne norme prema poduzetništvu kao poželjnoj karijeri, visok društveni status poduzetnika i percepciju da su poduzetnici kompetentne osobe

Komponenta "stav prema rastućim poduzećima" opisana je kroz osviještenost kreatora nacionalnih politika o važnosti rastućih poduzetničkih pothvata, postojanje brojnih inicijativa potpore "skrojenih" za potrebe brzo rastućih pothvata i raspoloživost odgovarajućih kompetencija.

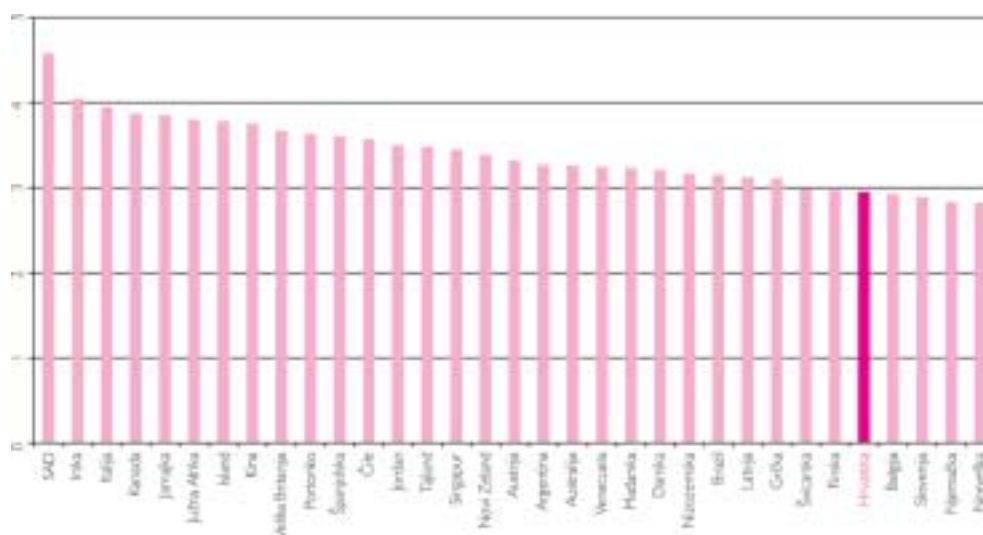
Dinamičnost promjena na tržištu (po čemu je Hrvatska na 7. mjestu GEM zemalja, slika 22) izvor je poslovnih prilika, što nije moglo proći nezapaženo - ali budući da "prepoznavanje poslovnih prilika" uključuje i pretvaranje uočenih prilika u pothvat, po kvaliteti te komponente Hrvatska se daleko pomakla na 24. mjesto (slika 26). Taj rang govori da se kapacitet poduzetničkih prilika, generiran dinamičnošću tržišta, istopio zbog ulaznih barijera, ali i niske razine poduzetničkog kapaciteta. Po obje dimenzije poduzetničkog kapaciteta (potencijal, motiviranost), Hrvatska se nalazi na začelju GEM zemalja: 31. mjesto po dimenziji potencijala (slika 27) i 29. mjesto po dimenziji motiviranosti (slika 28). Ovu sliku samo upotpunjava i potvrđuje 31. mjesto Hrvatske na ljestvici GEM zemalja po kriteriju "stav prema rastućim poduzećima" (slika 29).

Promjene u vrijednostima ove poduzetničke djelotvornosti vezane su za obrazovanje, medije, razvoj poslovne i stručne infrastrukture, pojednostavljivanje regulatornog okvira ... odnosno za promjene u kvaliteti SVIH komponenti poduzetničke okoline.

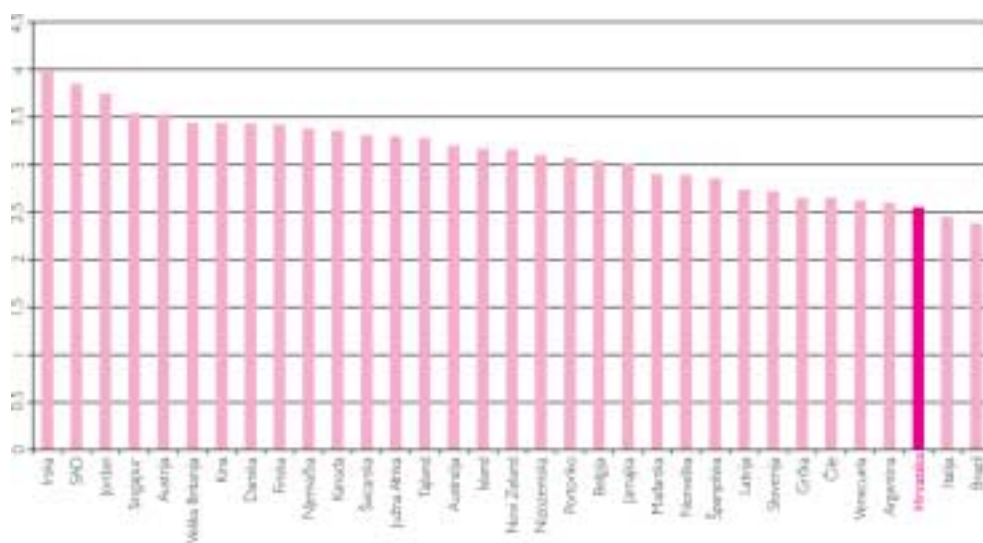




Slika 27.
Poduzetnički kapacitet - potencijal, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.



Slika 28.
Poduzetnički kapacitet - motivacija, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.



Slika 29.
Stav prema rastućim poduzećima, Hrvatska i GEM zemlje, 2005.

4 Zaključci i preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Bolje je, ali može i PUNO bolje

Kako povećati kvalitetu institucionalne strukture poduzetničkih uvjeta?

Kako ojačati ljudsku dimenziju poduzetničkog kapaciteta?

Razumijevanje anatomije poduzetničkog kapaciteta zemlje, uz praćenje promjena u vremenu (2002-2005.) i prostoru (kroz međunarodne usporedbe pojedinih ključnih dimenzija) neophodan je uvjet djelotvornog zagovaranja promjena i kreiranja efikasnih i utemeljenih policy intervencija.

Bolje je, ali može i PUNO bolje

Sudjelovanje Hrvatske u GEM istraživanju u razdoblju 2002-2005. omogućilo je praćenje promjena u poduzetničkom kapacitetu zemlje i poduzetničkoj djelotvornosti. Polazeći od konceptualnog okvira GEM istraživanja korišteno je nekoliko ključnih indikatora za vrednovanje promjena koje su se dogodile u tom razdoblju:

- ukupna poduzetnička aktivnost onih koji su kraće od 42 mjeseca aktivni (TEA indeks)
- motiviranost za poduzetničku aktivnost (TEA Prilika i TEA Nužnost)
- tranzicijska stopa "odrastanja" poduzetničkih pothvata
- učešće rastućih poduzeća

Poduzetnička aktivnost, mjerena TEA indeksom je povećana:

Od TEA 3,62% u 2002. godini, Hrvatska je u 2005. godini postigla TEA 6,11%, što znači da je u 2005. godini na svakih 16 odraslih osoba (iz radnog kontingenta) jedna osoba poduzetnički aktivna, dok je u 2002. godini taj odnos jedna poduzetnički aktivna osoba na 30 odraslih osoba. Po TEA indeksu smo čak i bolji od zemalja Europske unije s kojima činimo zajednički klaster u GEM istraživanju s obzirom na razinu BDP po stanovniku (od 20.000 USD, po paritetu kupovne moći): Slovenija (TEA 4,40); Latvija (TEA 6,60); Mađarska (TEA 1,90). Ali razlika je u tome iz ČEGA se sastoji TEA indeks kod nas. Skok u poduzetničkoj aktivnosti ostvaren je povećanjem TEA Nužnost, a istraživanja su pokazala da je motiviranost za poduzetničku aktivnost važan faktor poduzetničke uspješnosti. I tu može bolje i mora bolje: imamo previše nezaposlenih da bi se zadovoljili postignutim.

Motiviranost za poduzetničku aktivnost, mjerena odnosom TEA Prilika i TEA Nužnost pokazuje zabrinjavajuću tendenciju:

TEA Nužnost 3,09 je nadvladao TEA Prilika 2,92 i time je Hrvatska jedina zemlja s indeksom motiviranosti ispod 1 (0,9, a prosjek GEM zemalja je 5,9). Dobro je što su se mnogi nezaposleni opredijelili za poduzetničku aktivnost, ali je loše što nije značajnije porastao i TEA prilika. I tu može bolje.

Tranzicijska stopa "odrastanja" poduzetničkih pothvata:

Odluka o ulasku u poduzetničku aktivnost je važna, ali je isto tako važno znati uspješno voditi posao i dovesti ga do "odraslosti". U Hrvatskoj je za oko 1/3 niža razina indeksa "odrastanja" poduzetničkih pothvata, koja govori kakav je odnos između start-up poduzetnika (aktivni kraće od 42 mjeseca) i "odraslih" poduzetnika (poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca). I tu može bolje.

Učešće rastućih poduzeća raste, što je dobro, ali tu nikada nije kraj. I najrazvijenije zemlje su fokusirane na rastuća poduzeća i raznim programima potiču inovativnost u primjeni tehnologije, razvoju proizvoda, organizacije. Osim toga, u kategoriji start-up poduzetnika, tj. onih koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca, po učešću rastućih poduzeća Hrvatska značajnije zaostaje za GEM prosjekom. I tu može bolje.

Kako povećati kvalitetu institucionalne strukture poduzetničkih uvjeta?

Mogu li vladine politike postati konzistentne?

Od rascjepkanih programa do prioriteta

Transfer istraživanja i razvoja

Od osuđenosti na bankarske kredite do raznovrsnosti financijskih instrumenata

Poslovna i stručna infrastruktura

Poduzetnička okolina nije kompaktna cjelina i nije moguće mijenjati je jednom politikom, jednim programom, jednom intervencijom. Promjene u pojedinim kategorijama poduzetničke okoline međusobno su povezane: teško je mijenjati politike, ako ne postoje vrijednosne norme koje podržavaju promjene, teško je primjenjivati politike ako ne postoji regulatorni okvir i institucije.

Zbog toga efikasna izgradnja stimulirajuće poduzetničke okoline zahtijeva ISTOVREMENOST primjene nekih politika, UMBREŽENOST politika, programa i instrumenata, KOORDINACIJU između institucija (ministarstava, agencija, poduzetničkih asocijacija, sveučilišta, sindikata...), pri čemu intervencije moraju imati realnu procjenu vremenskog horizonta u kojem se efekti mogu očekivati, ali se moraju događati brže.

Mogu li vladine politike postati konzistentne?

Uspješnost svake vlade upravo se i temelji na tome koliko uspijeva u kratkom roku (mandatnom razdoblju) učiniti politike konzistentnim. U Hrvatskoj, procesi pridruživanja Europskoj uniji dodatno nameću obvezu svima koji u tim procesima sudjeluju da se efikasnom koordinacijom vladinih politika, što je moguće brže povećava poduzetnička djelotvornost zemlje (poduzetnički kapacitet, učešće rastućih poduzeća). Samo na taj način će se pojačana poduzetnička aktivnost pretočiti u stvaranje nove vrijednosti, odnosno u prosperitet Hrvatske. Nije nevažno ima li Hrvatska visoku poduzetničku aktivnost, a niski BDP po stanovniku, jer to može značiti da su poduzetnički pothvati bez potencijala rasta, bez konkurentnosti.

Brojne vladine politike fokusirane na poduzetničko djelovanje i sektor malih i srednjih poduzeća često su bile nedovoljno usklađene i međusobno povezane. Na primjer, poticanje inovativnosti i rasta, odgovornost je i Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva i Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, ali to može biti i ministarstvo pod čijom je nadležnošću poljoprivreda, ili turizam - ako se radi o sektorskim interesima.

Preporuka 1:

Preporuča se vladi korištenje instrumenta Radna Grupa (Task Force) s najvišim ovlaštenjima, na ministarskoj razini, kao otvorene koordinacije za definiranje zajedničkih principa na kojima razvijati zajedničke politike, posebno u području obrazovne politike, porezne politike, politike transfera znanja i istraživanja, socijalne politike, politike zapošljavanja.

Preporuka 2:

Preporuča se hitno nastaviti s daljnjim aktivnostima na pojednostavljenju regulatornog okvira i to ne samo za poduzetnike početnike, nego i za sve koji su već poduzetnički aktivni. Benchmark vrijednosti koje koristi i Europska unija u toj sferi bi trebale biti javno deklariran cilj.

Od rascjepkanih programa do prioriteta

U analizi poduzetničkog kapaciteta Hrvatske, korištena je struktura poduzetničke okoline strukturirane kroz 15 komponenti. Od 15 komponenti, samo 3 su ocijenjene ocjenom višom od tri, koja ukazuje na to da te komponente mogu stimulirajuće djelovati na poduzetničku aktivnost (dinamičnost domaćeg tržišta, pristup fizičkoj infrastrukturi, prepoznavanje poslovnih prilika). Sve ostale komponente ocijenjene su lošije, što u GEM istraživanju signalizira nedovoljni kapacitet takve komponente (ili kroz dostupnost ili kroz kvalitetu). Nekoliko primjera blokiranja pozitivnih aspekata, npr. dinamičnosti domaćeg tržišta, zbog neusklađenih komponenti poduzetničke okoline, dovoljno upozorava da kreiranje vladinih programa mora biti temeljeno na kriterijima utvrđivanja prioriteta. Korištenjem spoznaja iz GEM istraživanja mogu se izvući kriteriji prioriteta:

Najviši prioritet imaju programi koji eliminiraju ograničenja onim komponentama poduzetničke okoline koje "strše" po svojim mogućnostima, ali je njihova iskoristivost niska ili gotovo onemogućena zbog ovisnosti o drugim komponentama čiji kapacitet je znatno niži.

Preporuka 3:

Preporuča se koristiti GEM strukturu poduzetničkih uvjeta i ocjenu kvalitete svake pojedine komponente kao polazište za definiranje vladinih programa potpore razvoju poduzetničkog kapaciteta, temeljeno na prioritetima. Time će se izbjeći rascjepkanost programa, svima po malo, nego će se fokusiranjem na prioritete brže povećati poduzetnički kapacitet.

Preporuka 4:

Preporuča se hitno pokrenuti Radnu Grupu na koncipiranju statističkog praćenja sektora malih i srednjih poduzeća, prema Eurostatu. Povezivanjem svih mjesta na kojima se prikupljaju pokazatelji o malim i srednjim poduzećima, od registracije preko financijskih izvješća do statističkih izvješća, izvješća mirovinskom fondu i poreznim organima treba osigurati otklanjanje redundancije. Transparentnost informacija o poslovanju sektora po veličini poduzeća doprinjet će boljem odlučivanju onih koji ulaze u poduzetničku aktivnost i boljem vođenju pothvata onih koji su već poduzetnički aktivni.

Preporuka 5:

Preporuča se razviti transparentni sistem evaluacije vladinih programa, koji će omogućiti brže reagiranje na eventualne neefikasnosti i neracionalnosti.

Transfer istraživanja i razvoja

Rastuća poduzeća su najjači generator, ako ne i jedini, novog zapošljavanja. GEM istraživanja su pokazala da u Hrvatskoj raste broj malih poduzeća s očekivanjem intenzivnijeg zapošljavanja. Međutim, da bi se to i ostvarilo, poduzeća moraju svoj potencijal rasta temeljiti na novim tehnologijama i novim proizvodima. Za takav "splet" potencijala rasta, potreban je i djelotvoran transfer istraživanja i razvoja, odnosno intelektualnog vlasništva sa sveučilišta i istraživačkih institucija u svijet gospodarstva.

Za Hrvatsku je to od prioritetne važnosti, jer se strateški ciljevi Hrvatske o smanjenju nezaposlenosti i povećanju konkurentnosti bez toga neće moći realizirati.

Preporuka 6:

Preporuča se pokretanje državnog fonda rizičnog kapitala kojim bi se financirao transfer istraživanja i razvoja u mala poduzeća s potencijalom rasta, kao zajedničkog programa Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa i Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva.

Preporuka 7:

Preporuča se u vrednovanje društvene odgovornosti sveučilišta ugraditi kriterij javno-privatnog partnerstva u rješavanju razvojnih problema sredine u kojoj se sveučilišta nalaze, odnosno Hrvatske kao cjeline.

Od osuđenosti na bankarske kredite do raznovrsnosti financijskih instrumenata

I pored dostupnosti bankarskih kredita i brojnih vladinih kreditnih programa, GEM istraživanje je rangiralo Hrvatsku tek na 30. mjesto u kvaliteti financijske potpore. Taj rang rezultat je nedostatka ostalih financijskih instrumenata, tj. nerazvijenosti financijskog tržišta, jer ne postoji dovoljno rizičnog kapitala, nema regulatornog okvira za financijske anđele, mikrokreditiranje je izvan fokusa vladinih politika i programa, a znanje malih poduzeća o tome kako i kada koristiti IPO gotovo da i ne postoji. GEM istraživanje u Hrvatskoj kontinuirano signalizira da je poduzetnicima veći problem osiguranje garancije nego cijena kapitala.

Preporuka 8:

Preporuča se regulatorno osmišljavanje garancijskih fondova i preusmjeravanje vladinih kreditnih programa u tu namjenu.

Preporuka 9:

Preporuča se regulatorno definiranje djelovanja neformalnih investitora (financijskih anđela), te njihovo porezno stimuliranje.

Poslovna i stručna infrastruktura

GEM definira kvalitetu poslovne i stručne infrastrukture kroz postojanje mreže takvih institucija, dostupnosti njihovih usluga poduzetnicima (koliko si poduzetnici mogu priuštiti takve usluge), te kroz kvalitetu takvih usluga. Niski rang Hrvatske po kvaliteti te komponente poduzetničke okoline upozorava da je nakon značajnih ulaganja u broj potpornih institucija potrebno fokusirati se na kvalitetu usluga (obuke, savjetovanja) i mogućnost poduzetnika da si priušte te usluge.

Preporuka 10:

Preporuča se selektivno financijsko podržavanje razvoja usluga kojih nema ili čiju kvalitetu treba dovesti do razine standardizacije.

Preporuka 11:

Preporuča se financijskim potporama doprinositi boljem profiliranju potpornih institucija, specijaliziranih za pojedine usluge (povećanje konkurencije), ali i njihovo virtualno povezivanje u cilju popunjavanja ponude usluga poduzetnicima (povećanje suradnje).

Kako ojačati ljudsku dimenziju poduzetničkog kapaciteta?

Znanja i vještine

Motivacija

Žene

Osim institucionalne strukture poduzetničkih uvjeta (vladine politike, vladini programi, financijsko tržište, poslovna i stručna infrastruktura) ljudska dimenzija poduzetničkog kapaciteta je ta od koje sve počinje. Provedena analiza pokazala je da je obrazovanje jedno od najlošije ocjenjenih poduzetničkih uvjeta, iako su u razdoblju 2002-2005. zabilježeni pozitivni pomaci.

Znanja i vještine

Obrazovni sistem uvijek ima ključnu ulogu u razvoju sistema vrijednosti, ali i znanja i vještina koje ljude čine kompetentnim za upravljanje vlastitim životom i poslom. Jačanje otvorenosti i mobilnosti ljudi čini obrazovni sistem društveno odgovornijim nego ikada: obrazovni sistem će ili postati generator kreativnih, inovativnih i poduzetnih ljudi, ili će mladi ljudi takve usluge početi tražiti negdje drugdje. Promjene koje su započete u sve tri razine obrazovanja (primarna, sekundarna, tercijarna) daju dobar okvir i polazište za uključivanje poduzetničkih znanja i vještina, koje su važna sastavnica izgradnje osobne kompetencije, odnosno bez koje niti druga znanja i vještine ne mogu biti potpuno iskorištene.

Preporuka 12:

Preporuča se uvesti sadržaje iz poduzetništva u obrazovne programe u svim razinama obrazovanja, uz prethodno osposobljavanje nastavnika za rad s takvim sadržajima.

Preporuka 13:

Na tercijarnoj razini obrazovanja, svim studentima omogućiti poduzetničku karijeru, kroz osiguranje odgovarajućih znanja i vještina, posebno studentima tehničkih i prirodnih znanosti.

Motivacija

Motiviranost za poduzetničko djelovanje temelji se na osobnoj osnaženosti i izazovima koji dolaze iz okoline, koji mogu biti ugušeni preprekama, odnosno ne-kvalitetom poduzetničkih uvjeta. Obrazovni sistem prioritetno je odgovoran za razvoj osnaženog pojedinca, ali se dodatna motivacija može potaknuti i određenim poticajima izvana.

Preporuka 14:

Preporuča se uvođenje voucher sistema za stimuliranje poduzetnika za korištenje usluga, prvenstveno onih koje su fokusirane na poticanje ulaska u poduzetničku aktivnost, rasta poduzeća (inovativnost u tehnologiji, u proizvodima - korištenje industrijskog dizajna, izvoz), osposobljavanje za izlazak na tržište dionica itd.

Žene

Jednakost potencijala žena u prepoznavanju poslovnih prilika sa muškarcima "istopi" se zbog tradicionalnih vrijednosti dominantnih u hrvatskom društvu, ali i odsustva odgovarajućih usluga za efikasniju organizaciju obiteljskog života, koje bi omogućile ženama ulazak u poduzetničku karijeru. Problem nejednakosti žena je "tvrd" i traži velika i dugotrajna ulaganja u promjenu društvenih, kulturnih i političkih normi, ali i investiranja u usluge brige i odgoja djece.

Preporuka 15:

Preporuča se kontinuirana javna rasprava o problemu nedovoljne uključenosti žena u poduzetništvo, stalnim otvorenim pozivom za sudjelovanje nevladinog sektora, vlade i privatnog sektora. Raspravama će se ojačati javna osviještenost o tom problemu i dati putokazi za rješavanje problema.

Literatura i reference:

- Audreusch, D.B. and A. R. Thurik (2000) Capital and Democracy in the 21st century: from managed to the entrepreneurial economy, *Journal of Evolutionary Economics*, 10:17-34
- Autio, E. (2006) *Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship*, London Business School, Babson College, Mazars, USA
- Gartner, W.B. (1989) Who is an entrepreneur? is the wrong question, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 13, 47-64
- Hayek, F.A. (1948) *Individualism and Economic Order*, Routledge and Kegan Paul, London, UK
- Kirchhoff, B. (1994) *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism*, Westport, CT: Greenwood Publishing, Quorum Books
- Kirzner, I. (1973) *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, IL; USA
- Minniti, M. (2005) Entrepreneurship and network externalities, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 57(1):1-27
- Minniti, M; W.D. Bygrave, E. Autio (2006) *Global Entrepreneurship Monitor 2005, Executive Report*, Babson College, London Business School, UK, USA
- Nacionalno vijeće za konkurentnost (2004): 55 Preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske, Zagreb
- Rebernik, M., P. Tominc, K. Pušnik (2006), *Podjetništvo med željami in stvarnostjo*, *Global Entrepreneurship Monitor Slovenija 2005*, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, Ekonomsko-poslovna fakulteta, Univerza v Mariboru, Maribor, Slovenija
- Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia u N. Chin (2005) *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*; *Small Business Economics*, Vol. 24; No.3:205-231
- Singer, S., S. Pfeifer, Đ. Borozan, N. Šarlija, S. Oberman (2003) *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? - GEM 2002 Hrvatska rezultati*, Zagreb, CEPOR
- Storey, D.J. (1994) *Understanding the Small Business Sector*, London, UK: Routledge
- Schumpeter, J.A. (1943) *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA; USA

Dokumenti Europske unije

- Green Paper - Entrepreneurship in Europe, Commission Of The European Communities, Brussels, 2003. Str.26.
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

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

- Barković, I; Đ. Borozan (2004) Supporting Female Entrepreneurship in Transitional Economies: the Croatian Experience, 13th Nordic Conference on Small Business Research, Tromsø, Norway, pp. 1-17.
- 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.
- 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
- 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. (2006) Implications of EU Enlargement on FDI Inflows in the Central and Eastern Europe, Comparative Law Review, Vol. 13:33-53 (in print)
- 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
- Singer, S., Ž. Turkalj, M. Medić (2001) Business Development Market in Croatia, Proceedings, International Conference Enterprise in Transition: Competitiveness, Restructuring and Growth, Split-Hvar
- Singer, S. (2003) Education for Entrepreneurship - Missing Link in Economies 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., 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.

Prilog I, Metodološka objašnjenja

Metodologija

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

Uzorak odrasle populacije

Najznačajnih skup podataka u GEM projektu dobiven je anketiranjem odrasle populacije. Svake godine se na slučajnom uzorku odrasle populacije, primjenom posebno razvijenog upitnika, prikupljaju podaci u cilju mjerenja poduzetničke aktivnosti na nacionalnoj razini. Način prikupljanja podataka u Hrvatskoj u 2002., 2003. i 2004. godini bio je "face to face" dok je u 2005. godini provedeno telefonsko prikupljanje podataka.

Svaki uzorak podataka ponderira se odgovarajućim težinama po spolu i dobi kako bi se dobili podaci koji predstavljaju radno aktivnu populaciju u državi. Tako pripremljen uzorak podataka za svaku godinu šalje se GEM koordinacijskom timu (London Business School i Babson College) koji je zadužen za nadzor kvalitete podataka i harmonizaciju podataka. U postupku harmonizacije podataka, težine u uzorku se prilagođavaju s obzirom na strukturu po spolu i dobi u skladu s bazom podataka US Census International Population Data Base.

		2002	2003	2004	2005
Ukupni uzorak ispitanika		2001	2000	2016	2000
Spol	Žene	56,8%	58,4%	52,3%	52,5%
	Muškarci	43,2%	41,7%	47,7%	47,6%
Dob	< 18	2,6%	2,5%	5,9%	4,4%
	18-24	13%	11,5%	11,8%	12,8%
	25-34	18,6%	14,6%	15,4%	14,4%
	35-44	18,1%	18,8%	17,9%	18,6%
	45-54	16,4%	19,1%	17,3%	16,8%
	55-64	13,9%	15,1%	14,4%	15,3%
	> 64	17,2%	18,6%	17,5%	17,9%

Prilog I.
Struktura uzorka prema godinama istraživanja, s obzirom na spol i dob

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 okvir poduzetničkih uvjeta. Analiziranjem tako prikupljenih podataka kvantificiraju se stavovi eksperata te se na taj način mjeri percepcija odabranih komponenti poduzetničke okoline u državi. Uzorak eksperata izabire se na temelju njihove reputacije i iskustva i kao takav ne predstavlja reprezentativan uzorak eksperata iz područja poduzetništva. 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 makroekonomskih uvjeta, u GEM projektu se prikupljaju 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 na raspolaganju ti podaci za sve zemlje uključene u GEM projekt.

Prilog 2

Ime	Funkcija	Institucija
Babić Ante	Državni tajnik	Vlada RH, Ured za strategiju
Bakić Nenad	Direktor i osnivač	Moj Posao - Tau on line d.o.o.
Baršić Zoran	Predsjednik Uprave	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo - HAMAG
Bebek Sandra	Konzultantica	Suradnica časopisa CroatiaBiz
Begović Leo	Pomoćnik ministra	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Uprava za obrt
Belak Zoran	Direktor	Centar za poduzetništvo Šibensko-kninske županije
Blandžija Nikola	Direktor podružnice	Raffaelsen bank
Bohaček Zoran	Predsjednik	Hrvatska udruga banaka
Bračić Ivan	Pomoćnik ministra	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Cerovac Mladen	Zamjenik ravnatelja	Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
Crnković Požaić Sanja	Direktorica	Hrvatski zavod za zapošljavanje
Crnjak Mario	Direktor	Hrvatske autoceste d.o.o.
Čilić Lidija	Konzultantica	Tehnološki park Zagreb
Čolaković Esad	Glavni manager	Hrvatsko udruženje managera i poduzetnika - CROMA
Čorić Gordana	Predavačica poduzetništva, trenerica i savjetnica	Festina lente
Čučković Nevenka	Istraživač	Institut za međunarodne odnose
Čurunio Duško	Osnivač, vlasnik i direktor	Creativa d.o.o.
Davidović Drago	Poduzetnik	
Dokleja Mladen	Poduzetnik	Ekop d.o.o.
Dronjč Mira	Rukovoditeljica direkcije MSP	Hrvatska banka za obnovu i razvoj
Džapo Miro	Manager	Centar za transfer tehnologije
Đivić Ilija	Poduzetnik	WMD d.o.o.
Flegar Tomislav	Direktor	Štedno-kreditna zadruga NOA, Osijek
Franižević Vojmir	Sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Zagreb
Franić Zdenko	Zamjenik ministra	Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa
Fusek Gordana	Direktorica	Centar za poticanje poduzetništva i obrtništva - CEPOS
Gavranović Ante	Glavni urednik i direktor	Privredni vjesnik
Goić Srećko	Sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Split
Gredičak Tatjana	Direktorica	Centar za poduzetništvo Krapinsko-zagorske županije
Haznadar Zjlad	Sveučilišni profesor	Fakultet elektronike i računarstva Zagreb
Hanžek Lidija	Članica Uprave	Hrvatski registar obveznika po kreditima
Ivančević Željko	Ravnatelj	Hrvatska udruga poslodavaca
Ivanković Željko	Glavni urednik	Banika
Ivić Pave	Direktor	Centar za poduzetništvo Zadarske županije
Jakelić Bernard	Glavni direktor regionalnog ureda	Hrvatska udruga poslodavaca
Juričić Miroj	Direktor sektora za malo gospodarstvo	Hrvatska gospodarska komora
Karačić Dragica	Načelnica	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva

Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline, sudjelovali u GEM istraživanjima 2002-2005.

Ime	Funkcija	Institucija
Kernek Aja	Poduzetnica	Parek-Mix d.o.o.
Kesić-Šapić Tajana	Državna tajnica za poduzetništvo	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Konjodžić Indira	Voditeljica Ureda	Svjetska banka Hrvatska
Kordić Milena	Viši suradnik	Poglavništvo grada Osijeka
Kotlar Denis	Direktor	Erwak d.o.o.
Krajcar Slavko	Sveučilišni profesor	Fakultet elektronike i računarstva Zagreb
Krtelj Vjera	Ravnateljica	Centar za transfer tehnologije
Kukec Lijana	Poduzetnica	Promaturo d.o.o.
Lauc Boris	Direktor	Centar za poduzetništvo Osijek
Lenardić Mira	Glavna tajnica	Nacionalno vijeće za konkurentnost
Leppee Mijenko	Pomoćnik ministra	Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo
Lević Mario	Direktor	Poduzetnička zona Križevci
Lorencin Darko	Direktor	Istarska razvojna agencija
Lovričević Željko	Znanstveni suradnik	Ekonomski institut Zagreb
Majhen Robert	Poduzetnik	Green vector
Majković Nenad	Poduzetnik	MEDIUS
Marković Darko	Direktor	Zračna luka Osijek
Marković Ivan	Sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci
Mataga Željko	Predsjednik skupštine	Savez štedno kreditnih zadruga
Mavrović Željko	Vlasnik i direktor	Irokez
Mažuran Željko	Direktor	Kordun
McMaster Vjerica	Poduzetnica	Zagrebački puštek
Medić Igor	Direktor	BIOS - poduzetnički inkubator Osijek
Milović Aiša	Direktorica	Poticajna regionalna institucija malog poduzetništva PRIMA, Split
Mladinić Srdan	Vlasnik i direktor	SMS d.o.o.
Mikotin-Tomić Deša	Sveučilišna profesorica	Ekonomski fakultet Zagreb
Novak Marjan	Direktor	REDEA, razvojna agencija
Novak Tončica	Voditeljica projekta	Udruga hrvatskih institucija za poticanje poduzetništva
Nušinić Mustafa	Viši znanstveni suradnik	Ekonomski institut Zagreb
Njavro Đuro	Sveučilišni profesor	Zagrebačka škola ekonomije i managementa
Oberman Tomislav	Vlasnik i direktor	Hidrokonzaft d.o.o.
Orešković Šipe	Direktor	Europapress holding
Orsag Silvija	Sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Zagreb
Ott Katarina	Ravnateljica	Institut za javne financije
Pekanić Katarina	Poslovna tajnica	HGK Osijek
Perić Sanja	Poduzetnica	Digera d.o.o.
Popijač Đuro	Ravnatelj	Hrvatska udruga poslodavaca
Prpić Hrvoje	Direktor	Poslovno inovacijski centar BICRO
Račić Domagoj	Istraživač i konzultant	Ekonomski institut Zagreb
Radovanović Zorn	Manager	Escape d.o.o.
Rako Dijana	Direktorica	Centar za poticanje poduzetništva i obrtništva Split - CEPOS
Rakušić Spomenka	Načelnica	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Rjavec Majda	Sveučilišna profesorica	Učiteljska akademija Zagreb

Ime	Funkcija	Institucija
Rikman Ilija	Predsjednik	Društvo za zaštitu potrošača Hrvatske "Potrošač"
Samardžić Damir	Vlasnik i direktor	Grafoplast
Samardžija Mirja	Voditeljica odjela za europske integracije	Institut za međunarodne odnose
Singer Slavica	Sveučilišna profesorica	Ekonomski fakultet u Osijeku
Sokolović Dragan	Direktor	Publi centar za poduzetništvo
Spevec Olgica	Voditeljica agencije	Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
Srića Velimir	Sveučilišni profesor	Ekonomski fakultet Zagreb
Stanković Boja	Viša stručna suradnica	Hrvatska gospodarska komora, Županijska komora Osijek
Šaban Josip	Glavni urednik	Centar za management i savjetovanje, časopis "Poslovni savjetnik"
Šajstović Miodrag	Glavni urednik	Europapress holding d.o.o.
Šestan Alojzije	Suvlasnik i direktor	Šestan-Buch d.o.o.
Šelaj Zlatko	Direktor	Privatna klasična gimnazija
Šoljan Vice	Vlasnik i direktor	Ekološki inženjering d.o.o.
Štefanić Ivan	Sveučilišni profesor	Poljoprivredni fakultet Osijek
Švarc Jadranka	Načelnica odjela za tehnologije	Ministarstvo znanosti i tehnologije
Tadić Hrvoje	Direktor i dekan	HITA - privatna poslovna škola
Treznar Željko	Poduzetnik	Ferial d.o.o.
Tubiš Jovanka	Savjetnica za mala i srednja poduzeća	Centar za poduzetništvo Osijek
Turčunović Petar	Osniivač i voditelj znanstvene institucije;	LASO
Ukić Cerin Daniela	konzultantica Suvlasnica i direktorica	Cerini d.o.o.
Vavra Ivan	Zamjenik ministra	Ministarstvo prosvjete i športa
Vedrić Mladen	Direktor	SONDER
Vehovec Maja	Sveučilišna profesorica	Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci
Vrdoljak Tadija	Član uprave	Slavonska banka Osijek
Vrhovski Mijo	Dekan	Visoka škola za ekonomiju poduzetništva - VERN
Vučina Damir	Direktor	Tehnološki centar Split
Zuber Marija	Konzultantica	Društvo financijskih i računovodstvenih radnika
Žanić Vladimir	Šef odjela za gospodarski sustav i gospodarske odnose s inozemstvom	Hrvatska obrtnička komora
Želinski Matunec Sanja	Predsjednica Uprave	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo - HAMAG
Žepić Alan	Predsjednik	Hrvatska udruga poslodavaca, Udruga malih i srednjih poduzetnika
Ževrnja Zlatko	Voditelj projekta	Gospodarska zona Pod

Prilog 3

Popis GEM timova i sponzora, 2005.

List of GEM Teams and Sponsors 2005				
TITLE	LOCATION	MEMBERS		
GEM Interim Executive Director	London Business School	Mick Hancock		
GEM Research Director	Babson College	Mana Minniti		
GEM Operations Director	London Business School	Stephen Hunt		
GEM Coordination Team	Babson College	William D. Bygrave Stephen Spinelli Marcia Cole		
	London Business School	Michael Hay Tatiana Schofield Karl Hoffmann Ingvild Ritter		
TEAM	INSTITUTION	MEMBERS	FINANCIAL SPONSOR	APS VENDOR
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florencia Paulini Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio Siemens Banco Galicia	MORI Argentina
Australia	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Alan O'Connor	Westpac Banking Corporation	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Austria	FH JOANNEUM - University of Applied Sciences Graz Institute of International Management, University Graz Institute of Technology and Innovation Management, University Graz	Martin Sommer Christina Schweiger Ursula Schneider Soren Salomo	Government of the Province of Styria Federal Ministry of Economics and Labour of the Republic of Austria The Austrian Federal Economic Chamber	OGM Vienna
Belgium	Ghent University and Vlerick Leuven Gent Management School Université de Liège	Bart Clarysse Hans Crign Mirjam Knockaert Sophie Mangin Tom Vansicker Bernard Surlemont	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemenschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministry of Economic Affairs	SNT Belgium
Brazil	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade - IBQP (Brazilian Institute of Quality and Productivity) Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR	Marcos Mueller-Schlemm Simara Maria de S.S. Greco Paulo Albert Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochowski Joana Paula Machado Paula Ludwina Ninow Dias Guérios	SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEI) Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade - IBQP	Instituto Bonilha
Canada	HEC - Montréal The Sauder School of Business at UBC	Nathaly Rivest Louis-Jacques Filion Ilan Vertinsky Victor Cui Qiangjun Du Aviad Peter	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers - J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research Center The Sauder School of Business, The University of British Columbia	SOM
Chile	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander, Universidad Adolfo Ibáñez Centro para el Emprendimiento y la Innovación, Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amador German Echeopar Marina Schorr Pablo Cortés Tomás Flores	Grupo Santander Chile Universidad del Desarrollo	Benchmark
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Yanfu Jiang Jun Gao Yuan Cheng Wei Zhang Zhenjun Yan	Beijing Municipal Science and Technology Commission	Synovate China
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Eula Borozani Natalia Sorlija Sunčica Oberman-Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Plus, d.o.o., Zagreb

TEAM	INSTITUTION	MEMBERS	FINANCIAL SPONSOR	APS VENDOR
Denmark	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schett Torben Bager Lone Tibildt Kim Klyver	Danish Entrepreneurship Academy Erhvervs- og Byggestyrelsen Industriens Realkreditfond	
Finland	Turku School of Economics and Business Administration University of Lausanne Helsinki University of Technology	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukinen Markku Maula Erkko Autio	Ministry of Trade and Industry Turku School of Economics and Business Administration	TNS Gallup Oy
France	EM Lyon	Oliver Torres Aurélien Eminet Danielle Rousson	Caisse des Dépôts et Consignation Observatoire des PME	CSA
Germany	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover	Rolf Sternberg Udo Brixy Jan-Florian Schlapfner	KfW Bankengruppe Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)	Infes - Institute for Applied Social Sciences
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsoukanas	Bank of Attica and Chipta SA	Datapower SA
Hungary	University of Pécs George Mason University (US) Queensland University of Technology/ Max Planck	László Szerb Judít Károly Zoltán Ács Siri Terjesen	Ministry of Economy and Transport	Socio - Gráf Piac-és Közvélemény- kutató Intézet
Iceland	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Elin Dóra Halldórsdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Gallup - Iceland
Ireland	UCD Business School, University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradeIreland Forfís	Lansdowne Market Research Ltd.
Italy	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Bocconi University Ministry of Education, University and Research	Nomesis
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Garth Kiddoe Adelani Ogunrinade Dr. Claudette Williams-Myers Varetha Skeete	University of Technology, Jamaica National Commercial Bank Jamaica Limited Jamaica Producers Group Limited Jamaica National Foundation - GraceKennedy Limited Digital Planning Institute of Jamaica National Export-Import Bank of Jamaica Limited City of Kingstone Cooperative Credit Union	Koci Market Research & Data Mining Services
Japan	Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University Musashi University Keio University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsunao Yohagi	Venture Enterprise Center	SSRI
Jordan	Young Entrepreneurs Association Ministry of Planning and International Cooperation	Usama Ja'ar Khaled al Kundi Gala Alham Amjad Atar	Ministry of Planning and International Cooperation	Al Jedara Pro Group Consulting
Latvia	Stockholm School of Economics in Riga	Vladislav Dombrovskis Mark Chandler Karlis Kreslins	TeliaSonera NDB	Latvijas Fakti
Mexico	Tec de Monterrey, Business Development Centre Tec de Monterrey, EGAP Strategic Studies Centre	Arturo Torres Marcela Campos Elvira Naranjo	EGAP (Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública/School of Public Administration and Public Policy)	Aidunon y Asociados

TEAM	INSTITUTION	MEMBERS	FINANCIAL SPONSOR	APS VENDOR
Netherlands	EM Business and Policy Research	Jolanda Heesels Sander Wennekers Kathla Suddle André van Steel Niels Boema Roy Thunk Lorraine Uhlener Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Survey@
New Zealand	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship UNITEC New Zealand Te Wānanga o Raukawa	Howard Frederick Graeden Chittlock Dean Prebble Alex Maritz Francoen Raihana Mihopeka Sisley Helmut Modik	Te Puni Kōkiri (Ministry of Maori Development) and Te Wānanga o Raukawa	Digipol
Norway	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Gry Agnete Alsos	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodo Graduate School of Business Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship	TNS
Puerto Rico	University of Puerto Rico	Maries Aporte Edgardo Rodriguez		
Singapore	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Lena Lee Yuen Ping Ho	Standards, Productivity and Innovation Board (SPRING) Singapore and National University of Singapore (NUS) Enterprise	Joshua Research Consultants
Slovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Puznik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy Smart Com Chamber of Craft Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS
South Africa	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, The Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood Marlese von Broembzen	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation	AC Nielsen ZA
Spain	Co-ordination Team Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Rachida Justo Cristina Cruz Maria Pla Noguera	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCODE Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa	Opinómetro
Spain	Andalucía's Team Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro Daniel Lorenzo J. Aurelio Medina Álvaro Rojas Sakutiano Martínez Antonio R. Ramos	Junta de Andalucía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas Junta de Andalucía Centro de Estudios Andalucía Unicaja Eñesa Colaboración Grupo Joly	Opinómetro
Spain	Canarias Team Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	Rosa M. Batista Alicia M. Bolívar Alicia Correa	La Caja de Canarias	Opinómetro
Spain	Castilla y León Team Universidad de León	Mariano Nieto Constantino García Roberto Fernández Sergio del Cano Nuria González	Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León	Opinómetro
Spain	Catalonia's Team Universitat Autònoma de Barcelona IEMB Generalitat de Catalunya	Carlos Gualarte David Urbano Yancy Vallant Nuria Aguilár J. Miquel Fiqué	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Generalitat de Catalunya Conselleria de Treball i Indústria	Opinómetro
Spain	C. Valenciana Team Universidad Miguel Hernández Elche	J.M. Gínez Gras Ignacio Mira Jesús Martínez	Air Nastrum	Opinómetro

TEAM	INSTITUTION	MEMBERS	FINANCIAL SPONSOR	APS VENDOR
Spain	Extremadura Team Fundación Xavier de Sals Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández J. Carlos Díaz	Junta de Extremadura Cámara de Comercio de Badajoz SODIEZ SOFEX JOCA Aram Consultores Infostock Pinilla Grupo Alfonso Gallardo Caja Rural de Extremadura Unicasa, Servex, CCOO, Palarisa Fundación Academia Europea de Yuste El Periódico, CONYSER Caja Badajoz, UGT, Diario Hoy de Extremadura, Almaraz, UNEX	Opinómetro
Spain	Madrid Team Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Lidia Vilar Carlos Merino	Confederación Empresarial de Madrid Caja Madrid FUAM, IADE, CIC	Opinómetro
Spain	Basque Country Team Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	J. Iñaki Peña Juan J. Gboja Fj. Olarte M. José Aranguren Mikel Navarro Nuria Salz Arturo Rodríguez Saioa Arando	SPRI Diputación Foral de Bizkaia FESIDE Diputación Foral de Guipuzkoa	Opinómetro
Sweden	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson	Confederation of Swedish Enterprise ITPS (Swedish Institute for Growth Policy Studies) NUTEK (Swedish Agency for Economic and Regional Growth) VINNOVA (Swedish Governmental Agency for Innovation Systems)	SKOP
Switzerland	University of St Gallen and IMD	Thierry Volery Georges Haour Heiko Bergmann Benoit Leloux	KTI / CTI KMU - HSG IMD	GFS Bern
Thailand	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Office of Small and medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
United Kingdom	Co-ordination Team	Rebecca Harding Johanna Walker Michael Naumann	Small Business Service Barclays Bank plc East Midlands Development Agency Yorkshire Forward South East England Development Agency Blackburn with Darwen Borough Council Institute for Family Business (UK)	if
United Kingdom	Scottish Team Hunter Centre for Entrepreneurship University of Strathclyde	Jonathan Levie Sharon Eaton	Hunter Centre for Entrepreneurship	if
United Kingdom	Welsh Team National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan Cardiff University	David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Welsh Development Agency	if
United Kingdom	Northern Ireland Team Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland	if
United States	Babson College George Mason University	Elaine L. Allen Erlend Bulvaag Zoltan J. Acs William D. Bygrave Marcia Cole Stephen Spinelli, Jr.	Babson College	Opinion Research Corp.
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) - Centro de Emprendedores	Federico Fernández Rebeca Vidal Anamía Rodríguez	Mercantil Servicios Financieros Fundación IESA	Datanalisis

