



Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?

GEM HRVATSKA 2002-2011

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

Istraživački tim:

Slavica Singer,
voditeljica projekta GEM Hrvatska

Nataša Šarlija

Sanja Pfeifer

Sunčica Oberman Peterka

Zagreb, 14. prosinca 2012.



Global Entrepreneurship Monitor

www.gemconsortium.org

www.gemhrvatska.org

Najveće međunarodno istraživanje o
poduzetništvu, od 1999. godine

Hrvatska, od 2002. godine

2011.: 54 zemlje, 79% svjetskog BDP, 55% svjetskog
stanovništva



Temeljna istraživačka pitanja

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

Što GEM daje:

Usporedbe promjena unutar zemlje
(vertikalna usporedba)

Usporedbe razlika između zemalja
(horizontalna usporedba) – *benchmark*

- *sve zemlje*
- *po razvojnoj skupini – resursi, **efikasnost**, inovativnost*

Osnovni zahtjevi

- Institucije
- Infrastruktura
- Makroekonomska stabilnost
- Zdravlje i osnovno obrazovanje

Pojačivači efikasnosti

- Tercijarno obrazovanje
- Učinkovitost tržišta roba i rada
- Veličina tržišta
- Sofisticiranost financijskog tržišta
- Tehnološka spremnost

Inovacije i poduzetništvo

- Pristup novcima
- Vladine politike prema poduzetništvu
- Vladini programi za poduzetništvo
- Poduzetničko obrazovanje
- Transfer istraživanja i razvoja
- Poslovna i stručna infrastruktura
- Otvorenost unutarnjeg tržišta i konkurentnost
- Pristup fizičkoj infrastrukturi
- Kulturne i društvene norme

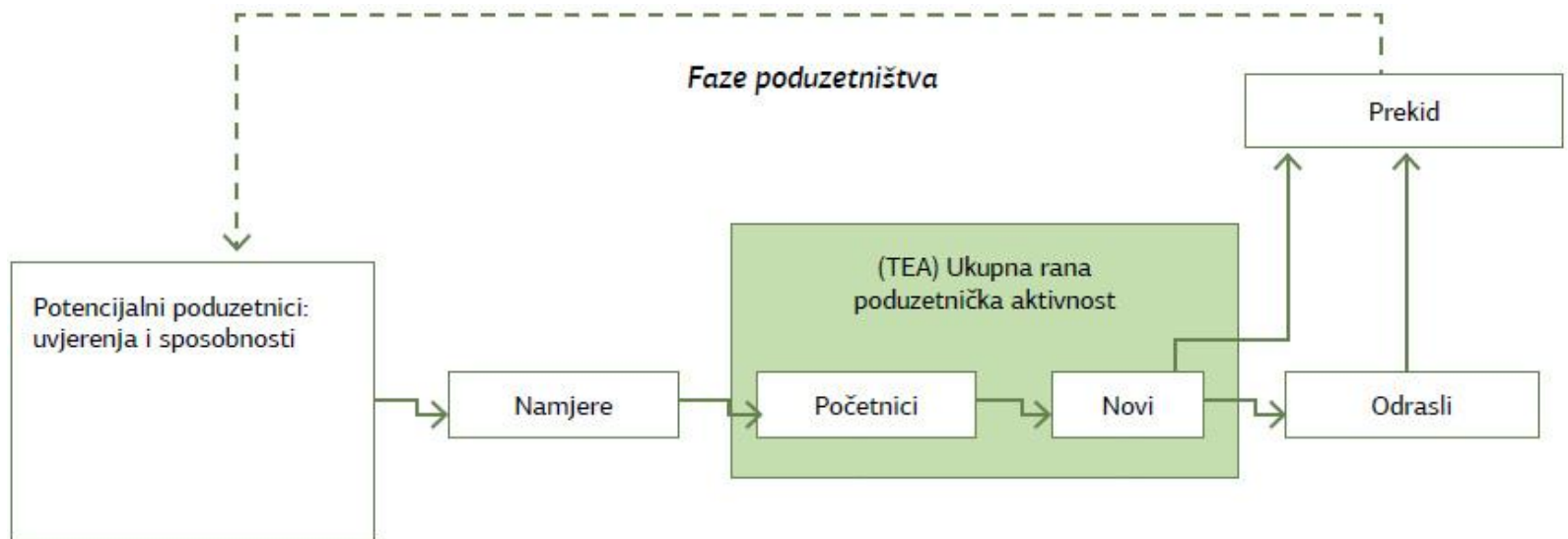
Izvor podataka

- Slučajno izabran uzorak odrasle populacije, 18-64 godine starosti
 - U Hrvatskoj, 2000
 - Puls
- Eksperti, najmanje 36
- Makroekonomski pokazatelji, iz međunarodnih izvora

GEM pokazatelji:

- TEA indeks
- Motiviranost za poduzetništvo
 - TEA Prilika i TEA Nužnost
- Struktura aktera poduzetničke aktivnosti
 - Početnik, novi poduzetnik, “odrasli” poduzetnik
- % rastućih poduzeća
- Poduzetnička aktivnost zaposlenika, od 2011. godine

Poduzetnički proces i GEM operative definicije



Potencijalnih poduzetnika još uvijek je malo – Hrvatska gubi kapacitet proaktivnog djelovanja

Percepcija o prilikama - značajniji pad u Hrvatskoj

	HRV	Prosjek*
2002.	17.9%	
2008.	44,4	40,6%
2011.	18,3	39,7

*svi prosjeci se odnose na zemlje čija gospodarstva su temeljena na efikasnosti

Ali... percepcija o sposobnostima za pokretanje poslovnog pothvata je veća

	HRV	Prosjek
2002.	39,6%	
2008.	59,8	53.5%
2011.	49,0	51,6

Pitanje: Kako obrazovne institucije doprinose kapacitetu ljudi u prepoznavanju prilike?

Niže učešće ljudi s poduzetničkim namjerama

	HRV	Prosjek
2002.	8,5%	
2008.	12,1	23.8%
2011.	21,6	26,3

Veće učešće ljudi sa strahom od promašaja

	HRV	Prosjek
2002.	32,1%	
2008.	38,2	37,8%
2011.	45,7	38,1

Percepcija o društvenom statusu 2011 (2008):

	HRV	Prosjek
Dobar izbor karijere	65%	71%
Visok status u društvu	47 (54)	70
Medijska pažnja	41 (61)	61

Pitanje: Uloga obrazovanja i medija u stvaranju stimilirajuće društvene atmosfere za poduzetničko djelovanje?

Nizak dinamizam poduzetničke strukture

- Malo novih poslovnih pothvata
- Nizak motivacijski koeficijent
- Malo „odraslih” poduzeća
- Niska razina obnavljanja poduzetničke strukture
- Malo rastućih poduzeća

Početnički i novi poslovni pothvati* (TEA indeks) rastu do 2006. godine

	HRV	Prosjek	
2002.	3,6%		
2008.	7,6	11,3%	
2011.	7,3	13,9	Kina 24,0

*do 42 mjeseca starosti, isplaćuju plaće!

Nizak motivacijski koeficijent – manje dugoročnosti, manje očekivanja novog zapošljavanja (TEA prilika/TEA nužda)

	HRV	Prosjek
2002.	2,6	
2008.	2,5	2,5
2011.	1,8	3,4

Slovenija	6,7	
Norveška	20,0	

Hrvatska: 0,94 (35/35), 2005.

Malo učešće “odraslih” poduzeća – tanka osnovica generiranja nove vrijednosti

	HRV	Prosjek
2002.	2,2%	
2008.	4,8	6,9%
2011.	4,2	6,3

70% odraslih poduzeća u odnosu na prosjek svoje usporedne skupine

Stabilnost gospodarstva ili status quo?

Visoki motivacijski koeficijent

vlastiti izbor i opredijeljenost —————> **važan**
emocionalni i ekspertske kapital —————> stabilniji
poslovni pothvati —————> manji broj izlazaka iz
poslovnog pothvata

Nizozemska, Danska, Francuska, Belgija, Švicarska

Stabilnost gospodarstva ili **status quo**?

- Niski motivacijski koeficijent
- Niska razina obnavljanja
- Niski intenzitet izlazaka iz poslovne aktivnosti

Gospodarstvo je talac poslovnih pothvata koji preživljavaju

Hrvatska, Mađarska, Grčka

Vitalnost gospodarske strukture

	Prilika/Nužda	TEA/"odrasla"	Izlazak
Hrvatska	1,8	1,7	2,1
Grčka	2,9	0,5	2,4
Mađarska	2,1	3,2	1,6
Slovenija	6,7	0,76	1,03
Nizozemska	9,4	0,9	1,4

Malo je rastućih poduzeća, a bez rastućih poduzeća nema novog zapošljavanja

Kriteriji:

- Inovativnost u korištenju novih tehnologija
- Inovativnost u razvoju novih proizvoda
- Izloženost konkurenciji
- Orijentiranost izvozu
- Kapacitet novog zapošljavanja

Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek malo novih proizvoda

Tehnološka opremljenost bolja od prosjeka, ali opada

Manje novih proizvoda od prosjeka, ali lagano raste

Nove tehnologije

	Start-up	“Odrasli”
2005.	30,1%	23,0%
2008.	20,1	16,7
2011.	16,5	6,9

Proizvodi nikome novi

2002.	83,2	88,2
2008.	77,9	72,3
2011.	62,2	78,8

Izloženost konkurenciji – velika, svi imaju iste proizvode, ali pomak prema tržištima “plavog oceana”

Tržište s puno ponuđača vs. Tržište s manje ponuđača

	Start-up	Odrasli
2002.	50 : 50	78 : 22
2011.	40 : 60	59 : 41

Internacionalizacija – neophodnost

- pozitivni pomaci
 - Smanjenje broja poduzeća bez međunarodnog tržišta (sa oko 50% u 2003. na 25% u 2011.)
- “odrasla” poduzeća slabija u jačanju međunarodne konkurentnosti

**Bez promjena u očekivanju novog zapošljavanja
10+ zaposlenih, uz 50% povećanje početne
zaposlenosti**

2011.:

Novi poduzetnici optimističniji od prosjeka skupine
HRV 26% vs. 20% SKUPINA

„Odrasli” poduzetnici pesimističniji od prosjeka
skupine

HRV 3,4% vs. 5,3% SKUPINA

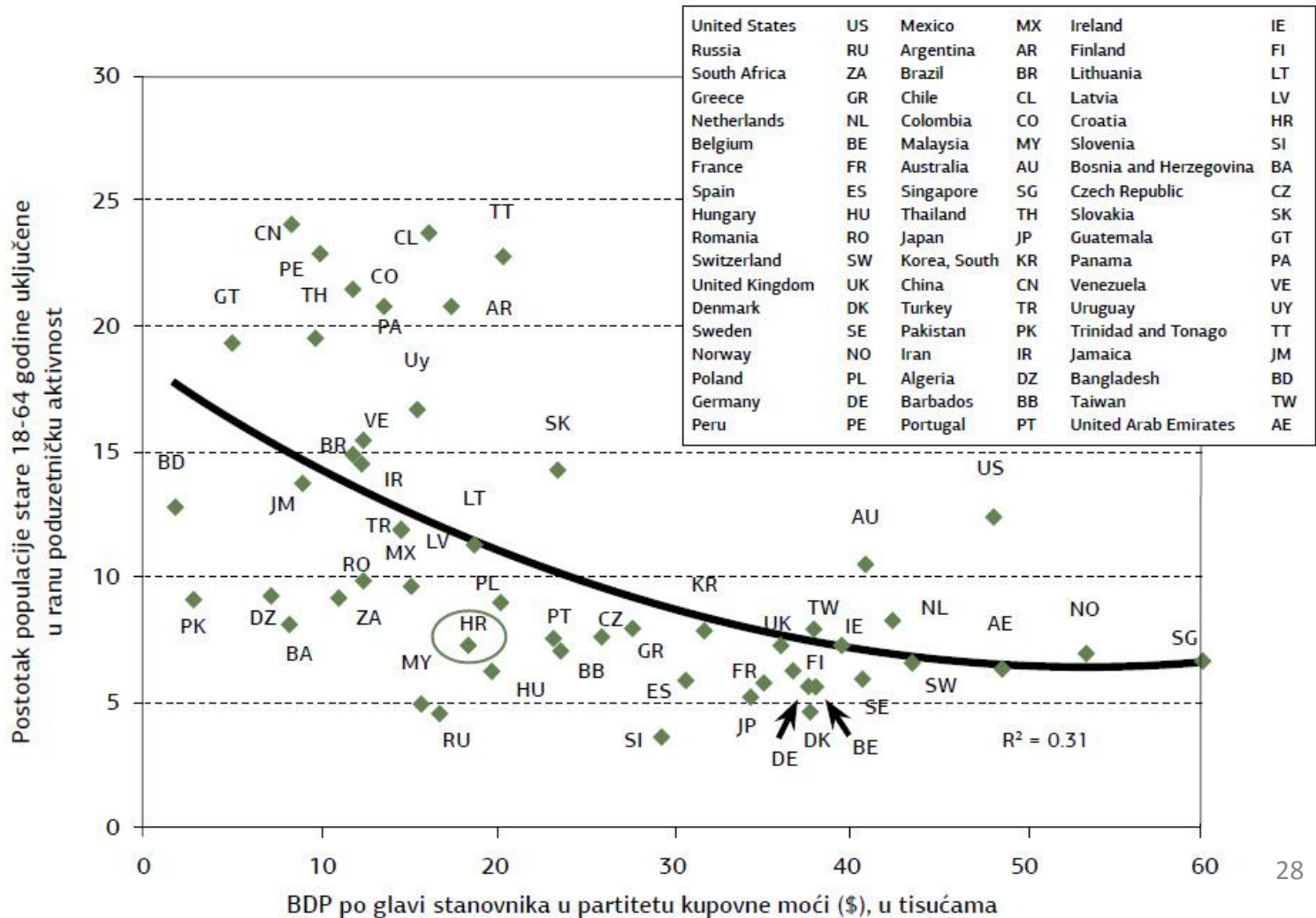
Poduzetnička aktivnost zaposlenika – skrivena komponenta poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Hrvatska	4,4%
Gospodarstva temeljena na efikasnosti	2,3
inovativnosti	5,5
Švedska	16,2
Danska	15,1
Gospodarstva s problemima	
Grčka	1,6
Španjolska	2,7

Poduzetnička aktivnost doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje

	TEA	BDPpc
Bosna i Hercegovina	8,1	8.174 USD ppp
Hrvatska	7,3	18.339
Irska	7,2	39.508

Rana poduzetnička aktivnost mjerena TEA pokazateljem i razinom BDP po stanovniku



Jača uključenost žena – TEA muškarci/TEA žene

	HRV	Prosjek
2002.	2,94	
2008.	2,40	1,86
2011.	2,13	1,70

Manje mladih (18-34 godine starosti)

	HRV	Prosjek
2002.	51,3%	
2008.	53,3	52,9%
2011.	41,1	48,3

Poduzetnički obrazovaniji, poduzetnički aktivniji, ali značajnije manje u svim obrazovnim kategorijama od prosjeka skupine (TEA), 2011.

	manje od srednje	srednja	više od srednje
HRV	1,69	6,30	9,91
Prosjek zemalja			
efikasnost	10,58	13,76	16,32
inovativnost	4,38	5,67	8,19

Regionalne razlike manje, ali razlike u motiviranosti velike, 2011.

	TEA	Prilika/Nužda
Zagreb i okolica	9,14	2,32
Sjeverna Hrvatska	5,17	1,13
Lika i Banovina	7,16	0,30
Istra, Primorje i Gorski Kotar	8,68	2,23
Dalmacija	8,57	2,12
Slavonija i Baranja	4,74	2,66

Poduzetnička okolina – bez promjena ekspertske ocjene, 1 do 5

- Otvorenost domaćeg tržišta iznad prosjeka
- Sve ostale komponente ispod prosjeka

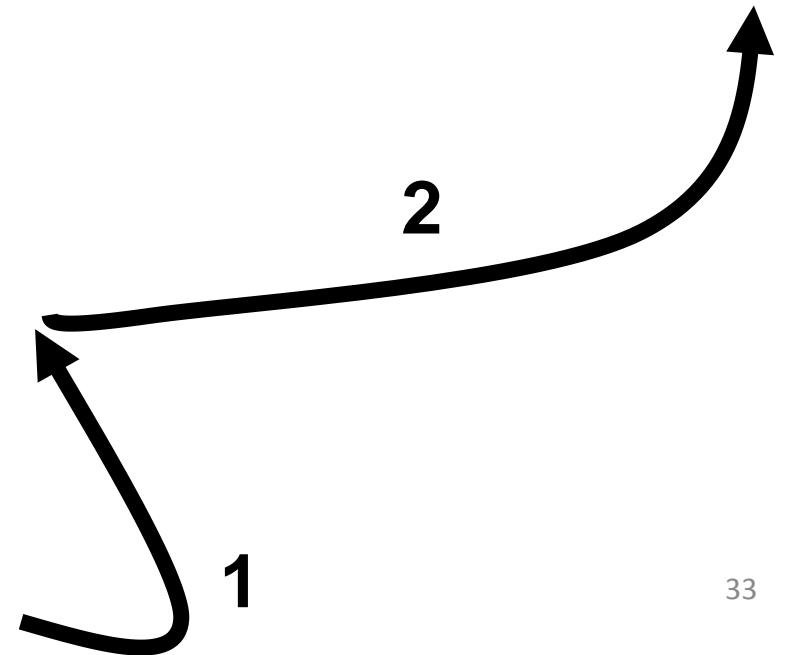
Pitanje: Kako se evaluiraju Vladine politike i programi prema poduzetničkoj okolini?

Ocjene ispod 3

- Poslovna i stručna infrastruktura 2,84
- Obrazovanje nakon srednje škole 2,73
- Zaštita intelektualnog vlasništva 2,61
- Vladini programi 2,36
- Financijska potpora 2,26
- Transfer I&R 2,25
- **Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu – ulazne barijere** 2,22
- Vladine politike – prioriteti i potpore 2,07
- Obrazovanje u osnovnim i srednjim školama 1,88
- **Vladine politike – regulativa** 1,84

Ocjene iznad 3

- Pristup fizičkoj infrastrukturi 3,65
- **Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu – dinamika promjena** 3,32



Zaključci - radikalne promjene su nužne

- Pad percepcije o prilikama
 - Niža percepcija - Grčka, Španjolska, Portugal
- Niska poduzetnička aktivnost zbog prilika
- Talac pothvata koji su pokrenuti zbog nužde
- „Odrasla” poduzeća bez novih proizvoda, s niskom internacionalizacijom i niskim očekivanjem novog zapošljavanja
- Povećanje BDP po glavi zahtijeva jaču i kvalitetniju poduzetničku aktivnost

Zaključci - radikalne promjene su nužne

- Poduzetnička aktivnost zaposlenika bolja od prosjeka
- Poduzetnička okolina više ograničavajuća nego stimulirajuća
- Niska medijska pažnja poduzetništvu
 - Niža medijska pažnja - Grčka
- Kulturološki problem
 - Društveni status poduzetnika je nizak

Preporuke – za promjene potrebna je volja, odlučnost i suradnja

Za individualne nositelje poduzetničke
aktivnosti

Za institucije

Preporuke za individualne nositelje poduzetničke aktivnosti

1. Zahtijevati od obrazovanja osiguranje stjecanja poduzetničkih kompetencija
2. Ne čekati – koristite neformalno obrazovanje
3. Samozapošljavanje, uz prethodno stjecanje odgovarajuće razine poduzetničke kompetencije

Preporuke za institucije – više proaktivnosti, inovativnosti i odgovornosti prema građanima

1. Suradnja i istovremenost politika, strategija, programa, instrumenata – inače, bačen novac poreskih obveznika (hrvatskih i/ili EU)
2. Pojednostavljenje regulatornog okvira – **PRIORITET** – onemogućava iskorištenje “prozora prilika” – dinamičnost promjena na domaćem tržištu
3. Državni fond rizičnog kapitala + porezne olakšice za poslovne anđele

4. Transparentni mehanizmi praćenja i vrednovanja Vladinih politika i programa
5. Statističko praćenje aktivnosti MSP
 - povezivanje statističke baze o poslovanju poduzeća, vlasništvu, uvozno-izvoznim aktivnostima, inovativnosti
6. Raznovrsnije i sofisticiranije usluge za pokretanje i rast poslovnog pothvata
 - uočavanje prilika, financijska pismenost, competitive intelligence, dizajn...
7. Odgovornost medija i obrazovanja za promjenu razine društvenih i kulturoloških normi poduzetničkog djelovanja

Učiti od drugih:

Najjednostavnije poslovati

Singapur

Najbolji vladini programi

Njemačka

Najbolji transfer I&R

Švicarska

Podrška MSP

SAD

Pristup novcima

SAD

Klub najboljih (5+)

SAD

Island

Singapur

Švicarska

Finska

Ujedinjeni Arapski Emirati

Irska

Kanada

Izrael

Hong Kong

Njemačka

Kina

Koreja

Možemo li se mi priključiti?



CEPOR Centar za politiku razvoja malih i srednjih
poduzeća i poduzetništva

Trg J.F. Kennedy-a 7, Zagreb
Phone: +385 1 2305 363
Fax: +385 1 2345 577

www.gemhrvatska.org
www.cepor.hr

