



Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom?

Rezultati Global Entrepreneurship Monitor
za Hrvatsku, 2006.



CCEPOR

CIP - Katalogizacija u publikaciji
GRADSKA I SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA OSUJEK

UDK 65.012(497.5)"200"

ŠTO čini Hrvatsku poduzetničkom
zemljom? : rezultati Global
Entrepreneurship Monitor za Hrvatsku,
2006. / <Slavica Singer... <et al.>. -
Zagreb : CEPOR - Centar za politiku
razvoja malih i srednjih poduzeća i
poduzetništva, 2007.

Bibliografija.

ISBN 978-953-99154-9-8

1. Singer, Slavica

111110054

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

Popis tablica	5
Popis slika	6
Riječ ministra gospodarstva, rada i poduzetništva	7
Predgovor	8
Ukratko o najvažnijem	9
I Uvod	11
Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja	11
Indikatori poduzetničke aktivnosti	12
Međunarodna dimenzija istraživanja	14
O uzorku u Hrvatskoj	14
GEM istraživački tim u Hrvatskoj	15
Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj	15
2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi	16
Hrvatska se penje u gornjoj polovici ljestvice TEA indeksa	17
Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog prilike nego nužnosti	22
Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi	26
3 Poduzetništvo u Hrvatskoj	28
Poduzetnički kapacitet Hrvatske se i dalje povećava	28
Još uvijek malo poduzeća s potencijalom rasta	29
Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda	30
Jaka konkurencija na istim proizvodima	33
Bez promjena u očekivanju novog zapošljavanja	33
Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti	34
Regionalne razlike u poduzetničkoj aktivnosti i dalje se smanjuju	36
Poduzetnička demografija Hrvatske (Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?)	47
Poduzetnička okolina u Hrvatskoj postaje bolja	52
Financijska potpora	58
Vladine politike i programi	59
Obrazovanje	61
Transfer istraživanja i razvoja	62
Poslovna i stručna infrastruktura	62
Tržišni mehanizmi	63
Pristup fizičkoj infrastrukturi	65
Kulturne i društvene norme	66
Poduzetnička djelotvornost	67

4 Zaključci i preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske	70
Zaključci u 2006. kao i u 2005.: bolje, ali može još bolje!	70
Preporuke – može li više zajedništva, više istovremenosti i brže?	71
Literatura	72
Prilog 1 Konceptualni okvir istraživanja i metodološka objašnjenja	75
Prilog 2 Eksperti za ocjenu kvalitete poduzetničke okoline	77
Prilog 3 GEM timovi	78

Popis tablica

Tablica 1: TEA indeksi - Hrvatska i sve GEM zemlje	17
Tablica 2: Stope poduzetničke aktivnosti u 2006., Hrvatska u međunarodnoj perspektivi - % u odnosu na sto odraslih	21
Tablica 3: Motivacijski indeks - TEA prilika/TEA nužda, 2006.	22
Tablica 4: Tranzicijske stope prelaska iz start-up faze u "odraslost" poslovnog pothvata, 2006.	23
Tablica 5: Razlike u poduzetničkoj aktivnosti, obzirom na spol, 2006.	25
Tablica 6: Hrvatska u europskoj perspektivi, izabrani pokazatelji poduzetničke aktivnosti, 2006.	26
Tablica 7: Razlike u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o ekonomskoj snazi zemlje, 2006.	27
Tablica 8: Poduzetnički kapacitet hrvatskog gospodarstva, 2006.	29
Tablica 9: Intenzitet očekivane konkurencije, 2006, u % (Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?)	33
Tablica 10: Očekivanja rasta kroz zapošljavanje, 2006., u % (Koliki broj novozaposlenih očekujete za 5 godina?)	33
Tablica 11: Regionalna dimenzija poduzetničkog kapaciteta Hrvatske - TEA indeksi, 2002.-2006.	43
Tablica 12: Motivacijski indeks, regionalne razlike, 2006.	44
Tablica 13: Razvojni profili "regija" u Hrvatskoj	45
Tablica 14: Poduzetnička demografija po regijama, 2006. (za početnike i nove poduzetnike, poduzetnički aktivni do 42 mjeseca), struktura u %	46
Tablica 15: Poduzetnička aktivnost i obrazovanost poduzetnika, 2006., struktura u %	47
Tablica 16: Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i dob poduzetnika, 2006.	48
Tablica 17: Poduzetnička aktivnost i prihod domaćinstva, 2006., struktura u %	49
Tablica 18: Faktori koji utječu na percepciju o poduzetničkoj okolini, 2006., struktura, u %	50
Tablica 19: Poduzetnička aktivnost ovisi o znanju, TEA indeksi, 2006.	50
Tablica 20: Sistem vrijednosti, 2006., struktura u %	51
Tablica 21: Komponente poduzetničke okoline i vrijednosne norme u Hrvatskoj - usporedba s GEM prosjekom, 2006.	54
Tablica 22: Deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2006.	57
Tablica 23: Deset najniže ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, 2006.	

Popis slika

Slika 1:	Start-up poduzetnička aktivnost (TEA indeksi) i BDP po stanovniku	19
Slika 2:	Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi - TEA indeksi, 2006.	19
Slika 3:	Odnos TEA indeksa muškarci i TEA indeksa žene, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006.	25
Slika 4:	Nove tehnologije, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - start-up poduzetnici, u % (Koliko poduzetnika koristi nove tehnologije?)	30
Slika 5:	Nove tehnologije, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - "odrasli" poduzetnici, u % (Koliko "odraslih" poduzetnika koristi nove tehnologije?)	31
Slika 6:	Novina proizvoda za kupce, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - start-up poduzetnici, u % (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?)	31
Slika 7:	Novina proizvoda za kupce, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - "odrasli" poduzetnici, u % (Kolikom broju kupaca je proizvod nov?)	32
Slika 8:	Sektorska distribucija poduzetničke aktivnosti, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - start-up poduzetnici, u %	34
Slika 9:	Sektorska distribucija poduzetničke aktivnosti, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - "odrasli" poduzetnici, u %	35
Slika 10:	Regionalna dimenzija motiviranosti za poduzetničko djelovanje u Hrvatskoj, TEA Prilika i TEA nužnost, 2006.	43
Slika 11:	Poduzetnička aktivnost (TEA indeksi), prema spolu i dobi, 2006.	48
Slika 12:	Razlika u percepciji vrijednosti TEA aktivnih poduzetnika, s obzirom na spol, 2006. - % DA odgovora	51
Slika 13:	Prosječna ocjena poduzetničke okoline u Hrvatskoj i prosjek za GEM zemlje, 2006.	55
Slika 14:	Ocjene poduzetničke okoline u Hrvatskoj, 2006. i 2005. godina	56
Slika 15:	Financijska potpora, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	59
Slika 16:	Vladine politike - stav prema rastućim i novim poduzećima, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	59
Slika 17:	Vladine politike - regulatorni aspekt, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	60
Slika 18:	Vladini programi, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	60
Slika 19:	Obrazovanje (osnovno i srednje), Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	61
Slika 20:	Obrazovanje nakon srednje škole, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	61
Slika 21:	Transfer istraživanja i razvoja, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	62
Slika 22:	Poslovna i stručna infrastruktura, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	63
Slika 23:	Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - brzina promjena, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	64
Slika 24:	Otvorenost i konkurentnost na unutarnjem tržištu - ulazne barijere, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	64
Slika 25:	Pristup fizičkoj infrastrukturi, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	65
Slika 26:	Kulturne i društvene norme, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	66
Slika 27:	Odnos prema ženama u poduzetništvu, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	66
Slika 28:	Prepoznavanje poslovnih prilika, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	68
Slika 29:	Poduzetnički kapacitet - potencijal djelovanja, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	68
Slika 30:	Poduzetnički kapacitet - motivacija, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	68
Slika 31:	Zaštita intelektualnog vlasništva, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	69
Slika 32:	Stav prema rastućim poduzećima, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.	69



Branko Vukelić,
ministar gospodarstva, rada i poduzetništva

Jedan od prioriteta Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva je realizacija Programa poticaja malog i srednjeg poduzetništva pri čemu se Europska povelja o malim poduzećima koristi kao svojevrsni vodič u identificiranju potrebnih politika i programa. Od uključivanje Hrvatske u GEM istraživanje 2002. godine, u mogućnosti smo mjeriti efekte naših politika i programa korištenjem konceptualnog modela u kojem se naglašava povezanost poduzetničkog kapaciteta zemlje i gospodarskog razvoja, izraženog kroz razinu zaposlenosti i bruto domaćeg proizvoda po stanovniku.

Izgradnja poduzetničkog kapaciteta zemlje ovisi o različitim polugama: od obrazovanja, preko transfera istraživanja i razvoja u poslovni sektor, zaštite intelektualnog vlasništva, mreže centara za poduzetništvo, inkubatora i poduzetničkih zona, do vladinih programa i politika. U 2006. godini postignute su bolje ocjene u SVIM polugama poduzetničke okoline nego što je to bilo u 2005. godini, što je dovelo do daljnjeg pomaka Hrvatske na rang listi zemalja s obzirom na razinu poduzetničke aktivnosti mjerene TEA indeksom. Pozicioniranost na 19. mjesto od 42 zemlje sudionice GEM istraživanja u 2006. godini daje nam potvrdu da se naponi Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva u ulaganja izgradnje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske isplate.

Dijagnoze i preporuke koje GEM istraživanje daje važan su nam oslonac u oblikovanju politika i programa kojima će Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, u suradnji s drugim ključnim ministarstvima, ustrajati na stvaranju poduzetnog i konkurentskog hrvatskog gospodarstva.

Branko Vukelić
 Ministar gospodarstva, rada i poduzetništva

Zagreb, 19. ožujka.2007.



prof. dr. sc. Slavica Singer,
voditeljica GEM Hrvatska

Za kreiranje vlastite budućnosti, uz viziju i ciljeve, važno je znati i gdje smo sada i kako želimo doći od SADA do VIZIJE. Uključenost Hrvatske u najveće međunarodno istraživanje poduzetništva Global Entrepreneurship Monitor od 2002. godine daje odgovore na ovakva pitanja. Godišnje praćenje poduzetničke aktivnosti kaže nam gdje smo sada i identificira razloge zašto smo tu gdje smo. Usporedba s boljim od sebe kaže nam gdje bi mogli biti, ako...eliminiramo razloge zašto smo tu gdje smo i ako... naučimo raditi neke stvari kako to rade oni koji su uspješniji od nas. Ujedno, usporedba s boljim nam kaže da je, na primjer, moguće imati jednostavniji i transparentniji regulatorni okvir (Island), da je moguće imati institucije koje pružaju visokokvalitetne usluge podrške poduzetnicima (SAD) i da je moguće razvijati poduzetničku kulturu (SAD). A ako to mogu drugi, možemo i mi.

Od 2005. godine, GEM Hrvatska naročito prati promjene u poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske kroz tri aspekta: rastuća poduzeća, regionalnu distribuciju poduzetničkih aktivnosti i sudjelovanje žena u poduzetničkim aktivnostima. Razlozi za takvu fokusiranost su utemeljeni na sljedećim stavovima:

- samozapošljavanje je važno za stvaranje poduzetničkog kapaciteta zemlje, ali rastuća poduzeća su elitistička gospodarska manjina koja stvara većinu novih radnih mjesta i najveći dio nove vrijednosti i o tome treba voditi računa u kreiranju vladinih politika i programa.
- poduzetništvo je mobilizator socijalne integracije, te se razlike u mogućnostima poduzetničkog djelovanja moraju otklanjati, bez obzira radi li se o regionalnim razlikama ili razlikama zbog spola, dobi, prihoda, etniciteta i sl.

Od 2002. do 2006. godine Hrvatska je napravila veliki pomak: sa 32. mjesta (od 37 zemalja) u 2002. godine na 18. mjesto (od 42 zemalja) u 2006. 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 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 finansijski je podržao i USAID kroz projekt CroNGO kojeg provodi Academy for Educational Development, sa ciljem jačanja regionalnog poduzetničkog kapaciteta.

Prof. dr. sc. Slavica Singer
voditeljica GEM Hrvatska

Ukratko o najvažnijem

Hrvatska sudjeluje u Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanju od 2002. godine. Temeljni ciljevi istraživanja su:

- 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, rezultati GEM istraživanja 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?

Od 1999. godine kada je GEM projektom bilo obuhvaćeno deset zemalja, u 2006. godini u GEM istraživanju sudjelovale su 42 zemlje, koje čine oko 68 % svjetskog stanovništva i oko 97 % svjetskog bruto domaćeg proizvoda. Istraživanje se temelji na utvrđivanju poduzetničke aktivnosti (pokretanje pothvata, novi pothvati - ne stariji od 42 mjeseca, "odrasli" pothvat - stariji od 42 mjeseca) u statistički reprezentativnom uzorku odraslih stanovnika, te ekspertske percepcije kvalitete poduzetničke okoline.

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Četiri su bitna zaključka o poduzetničkoj aktivnosti Hrvatske u 2006. godini:

- Dobre vijesti o napuštanju začelja ranga GEM zemalja s obzirom na razinu TEA indeksa u 2005. godini nisu bile slučajne. U 2006. godini nastavljeno je daljnje intenziviranje poduzetničke aktivnosti, te je Hrvatska s 8,58 TEA indeksom na 18. mjestu od 42. zemlje.
- Motivacijski indeks, tj. odnos TEA Prilika i TEA Nužnost, važan je pokazatelj poduzetničkog kapaciteta zemlje. Dok je Hrvatska u 2005. godini bila jedina GEM zemlja s motivacijskim indeksom ispod 1 (što govori o više poduzetnika koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog nužnosti a ne svojim izborom zbog uočene prilike), u 2006. godini motivacijski indeks od 1,16 govori o važnom obratu, ali još uvijek daleko od GEM prosjeka od 6,06.
- Stopa "odraštavanja" koja govori o prijelazu u status "odraslih" poduzetnika, s poduzetničkom aktivnosti dužom od 42 mjeseca, još uvijek je daleko od GEM prosjeka (Hrvatska 0,48; GEM zemlje 0,81).
- Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi važna je informacija za kreatora vladinih politika i programa: uspoređujući se sa prosjekom 16 zemalja Europske unije koje su uključene u GEM istraživanje, Hrvatska ima najvišu razinu TEA indeksa, ali i najvišu razinu TEA nužnost, a samo četiri zemlje imaju manje "odraslih" poduzetnika.

Još uvijek malo poduzeća s potencijalom rasta

U GEM istraživanju se rastuća poduzeća opisuju razinom inovativnosti u korištenju novih tehnologija, inovativnosti u razvoju novih proizvoda, izloženosti konkurenciji i kapacitetu novog zapošljavanja. U clusteru zemalja kojima pripada i Hrvatska po razini bruto domaćeg proizvoda po stanovniku, Hrvatska ima više poduzeća koja ulažu u nove tehnologije. To daje nadu da će se ulaganje u tehnologiju uskoro isplatiti kroz stvaranje novih ili inoviranih proizvoda, jer to još nije slučaj: čak 71 % novih poduzeća i 70 % "odraslih" ima proizvode koji nisu nikome novi, dok je u clusteru srednje razvijenih zemalja to slučaj kod 51 % novih poduzetnika i 63 % "odraslih" poduzetnika. Dok je 2005. godina bila godina u kojoj je skokovito poraslo očekivanje novog zapošljavanja u odnosu na prethodne godine, upravo u kategoriji od 20 i više zaposlenih (na 15 % kod novih poduzetnika i 18 % kod "odraslih" poduzetnika), očekivanja u 2006. godini su nepromijenjena.

Regionalna distribucija poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj

U razdoblju 2002-2006. godine značajno su smanjene regionalne razlike u poduzetničkoj aktivnosti, i to zbog snažnog jačanja poduzetničke aktivnosti u Slavoniji i Baranji, u Lici i Banovini, te Sjevernoj Hrvatskoj. Međutim, razlika u motivacijskom indeksu još uvijek upućuje na značajne razlike u poduzetničkom kapacitetu, jer Slavonija i Baranja, te Lika i Banovina su jedine regije s motivacijskim indeksom nižim od 1.

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj postaje sve bolja

U 2006. godini sve komponente poduzetničke okoline dobile su veće ocjene nego u 2005. godini, ali još uvijek, kao i u 2005. godini, samo dvije komponente imaju ocjene iznad 3, ali su ocjene više:

- pristup fizičkoj infrastrukturi (3,75 u 2006. godini, 3,35 u 2005. godini)
- otvorenost unutarnjeg tržišta - brzina promjena (3,47 u 2006. godini, 3,05 u 2005. godini)

Najslabije ocjenjene komponente poduzetničke okoline po kojima smo još uvijek u začelju su:

- otvorenost tržišta - administrativne barijere, 35. mjesto od 37 zemalja
- komercijalna i profesionalna infrastruktura, 31. mjesto od 37 zemalja
- kulturne i društvene norme, 30 mjesto od 37 zemalja
- transfer istraživanja i razvoja, 24 mjesto od 37 zemalja

Preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

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

- 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
- razvoja financijskog tržišta (neformalni investitori, fondovi rizičnog kapitala, garancijski fondovi, mikrokreditiranje)
- jačanje poduzetničke kulture (obrazovanje, mediji)
- jačanje učešća žena u poduzetničkim aktivnostima

I Uvod

Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

Indikatori poduzetničke aktivnosti

Međunarodna dimenzija istraživanja

O uzorku u Hrvatskoj

GEM istraživački tim u Hrvatskoj

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je najveći međunarodni empirijski istraživački pothvat za praćenje poduzetničke aktivnosti u vremenu i prostoru¹. U 2006. godini u GEM istraživanju sudjelovale su 42 zemlje, a Hrvatska sudjeluje od 2002. godine. Istraživanje polazi od pretpostavke da nacionalni ekonomski rast ovisi o razvojnom 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. Snažna empirijska komponenta istraživanja i konceptualni okvir istraživanja omogućavaju izgradnju konzistentne podloge za **policy** intervencije u cilju poboljšanja uvjeta o kojima ovisi poduzetnički kapacitet neke zemlje.

Konceptualni okvir i ciljevi istraživanja

Tradicionalno, analiza ekonomskog rasta fokusirana je na okvir makro-ekonomskih uvjeta i "primarno" gospodarstvo, zanemarujući ulogu 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, 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.

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

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, rezultati GEM istraživanja 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?

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

Prikaz konceptualnog okvira istraživanja i kratki opis metodologije istraživanja dat je u Prilogu 1².

Indikatori poduzetničke aktivnosti

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

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

- 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)
- "Odrasli" poduzetnici (vlasnici koji su poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca)

² Za širi prikaz istraživačke metodologije pogledati Reynolds, P.D., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. DeBono, I. Servais, P. Lopez-Garcia and N. Chin (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", Small Business Economics 24: 205-231.

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

Indikatori kojima se opisuje profil ljudi - nositelja poduzetničke aktivnosti:

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

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/obrtu, od 3 do 42 mjeseca starog	"Odrasli" poduzetnici Vlasnik poduzeća/obrtu, starijeg od 42 mjeseca
	Start up poduzetnici		

Međunarodna dimenzija GEM istraživanja

Od 1999. godine kada je projektom bilo obuhvaćeno deset zemalja, u 2006. godini u GEM istraživanje uključene su 42 zemlje, koje čine oko 68 % svjetskog stanovništva i oko 97 % svjetskog bruto domaćeg proizvoda:

Azija i Oceanija:

Australija, Filipini, Indija, Indonezija, Kina, Japan, Malezija, Singapur, Tajland, Ujedinjeni Arapski Emirati

Afrika

Južnoafrička Republika

Europa

Belgija, Češka, Danska, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Irska, Island, Italija, Latvija, Mađarska, Nizozemska, Norveška, Njemačka, Slovenija, Rusija, Španjolska, Švedska, Velika Britanija, Turska

Sjeverna Amerika

Jamajka, Kanada, Meksiko, SAD

Južna Amerika

Argentina, Brazil, Čile, Kolumbija, Peru, Urugvaj

O uzorku u Hrvatskoj

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

Uobičajeni uzorak je 2000 odraslih stanovnika, od 18-64 godine starosti - iako se neke zemlje, zbog želje za utvrđivanjem razlika u poduzetničkoj aktivnosti unutar zemlje i oblikovanjem politika ciljanih na jačanja poduzetničke aktivnosti, opredjeljuju za veći uzorak (kao npr. Velika Britanija, Njemačka, Švicarska, Španjolska, Kanada, Belgija...). Posebno treba istaknuti Španjolsku, koja je u 2006. godini imala uzorak od oko 250.000!

U Hrvatskoj, uzorak je u svim godinama bio 2000 odraslih ispitanika, pa tako i u 2006. godini, što znači da je slučajnim izborom u istraživanje do sada bilo uključeno 10.000 osoba. Izbor uzorka i anketiranje odrasle populacije u Hrvatskoj obavlja PULS.

U 2006. godini u okviru GEM istraživanja u Hrvatskoj anketirano je 36 eksperata. Izbor eksperata i anketiranja obavlja istraživački tim i CEPOR. U prilogu 2 je pregled eksperata koji su u 2006. godini svojim mišljenjem doprinijeli praćenju poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj i čiji stavovi su ugrađeni u izradu ove studije.

GEM istraživački tim u Hrvatskoj

GEM istraživanje koordinira Global Entrepreneurship Research Association (GERA) čije sjedište je na London Business School (London) i Babson College (Boston), a provode ga nacionalni istraživački timovi. Koordinacijski tim odgovoran je za cjelinu projekta, za prikupljanje standardiziranih podataka iz međunarodnih izvora i izradu sumarnog izvještaja s usporedbom razine poduzetničke aktivnosti među zemljama sudionicima projekta. Nacionalni istraživački timovi provode intervjue s ekspertima i istraživanje odrasle populacije, te izrađuje 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 2006. godini, Hrvatska sudjeluje po peti put u GEM istraživanju. Nositelj istraživanja je CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništvo. Istraživački tim čini grupa istraživača sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku: Slavica Singer (singer@efos.hr), voditeljica tima i članovi tima: Nataša Šarlija (natasaa@efos.hr), Sanja Pfeifer (pfeifer@efos.hr), Đula Borožan (borozan@efos.hr) i Sunčica Oberman Peterka (suncica@efos.hr). 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 2006. godini.

Financiranje GEM istraživanja u Hrvatskoj

Od početka uključenosti Hrvatske u GEM istraživanje, sudjelovanje Hrvatske sufinancira Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Institut Otvoreno društvo-Hrvatska (kroz CEPOR), te Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (kroz projekt Paradigma i praksa poduzetništva, financiranim od Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa). U 2005. i 2006. godini, istraživanje je financijski podržano i od USAID, Academy for Educational Development, CroNGO Program, upravo zbog promocije poduzetništva na regionalnoj razini.

2 Poduzetnička aktivnost Hrvatske u međunarodnoj perspektivi

Hrvatska se penje u gornjoj polovici ljestvice TEA indeksa

Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog prilike nego nužnosti

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi

Iako se u cjelini ovog izvještaja koriste međunarodne usporedbe pojedinih aspekata poduzetničkog kapaciteta Hrvatske, za usporedbu sa SVIM zemljama koje su sudjelovale u 2006. godini korišteni su sljedeći indikatori¹:

- Ukupna poduzetnička aktivnost onih koji su kraće od 42 mjeseca aktivni (TEA indeks)
- Povezanost poduzetničke aktivnosti (TEA indeks) i bruto domaćeg proizvoda **per capita**
- Motiviranost za poduzetničku aktivnost (TEA Prilika i TEA Nužnost)
- Struktura aktera poduzetničke aktivnosti (početnik, novi poduzetnik, "odrasli" poduzetnik)
- Tranzicijska stopa "odrastanja" poslovnih pothvata

Poduzetnička aktivnost, temeljena na pokretanju ("rojenju") novih poslovnih pothvata (izražena kroz TEA indeks) bitna je pretpostavka vitalnosti gospodarske strukture. Novi poslovni pothvati donose nove ideje, nove tehnologije, nove proizvoda, izlazak na nova tržišta i na taj način doprinose povećanju poslovne efikasnosti i konkurentnosti.

Sistemska povezanost između razine poduzetničke aktivnosti (TEA indeksa) i bruto domaćeg proizvoda **per capita**, potvrđena kroz GEM istraživanja, obvezuje nositelje makro-ekonomske politike da komplementarnost okvira makro-ekonomske politike i okvira poduzetničkih uvjeta pretoče u konzistentne politike u ostvarivanju ciljeva ekonomskog razvoja zemlje.

Poduzetnička aktivnost može biti pokrenuta zbog uočene prilike (TEA Prilika) ili silom prilike (TEA Nužnost). 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.). Ova razlika u motiviranosti za poduzetničku aktivnost ima izuzetno značenje za nositelje vladinih politika i programa, jer se efikasnost mehanizama potpore (a time i korištenja javnih resursa) može ostvariti samo ako su mehanizmi potpore diferencirani i ciljani prema potrebama različitih segmenata poduzetničke aktivnosti.

¹ Za međunarodnu usporedbu Hrvatske u cijeloj ovoj studiji korišteni su pokazatelji iz GEM Master Data Set i Bosma, N. and R. Harding: Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results; London Business School and Babson College, 2007.

Anatomija poduzetničke aktivnosti, ovisno o tipu aktera (početnik, novi poduzetnik, "odrasli" poduzetnik), važna je informacija nositeljima vladinih politika i programa kojima se djeluje na izgradnju potpomažuće okoline o specifičnim problemima pojedine kategorije poduzetnika.

Rođenje poduzetničkih pothvata, bez jake tranzicijske stope "odrastanja" poslovnih pothvata, nije dovoljno. Viša tranzicijska stopa znači bolju pripremljenost za poduzetničku aktivnost na individualnoj i institucionalnoj razini i govori o stopi preživjelih poslovnih pothvata, koja u sebi uključuje niz faktora (od motiviranosti, znanja i vještina do djelotvornosti poduzetničke okoline i makroekonomske politike). 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).

Hrvatska se penje u gornjoj polovici ljestvice TEA indeksa

Za Hrvatsku je 2005. godina bila godina zadovoljstva zbog značajne promjene pozicije sa začelja na sredinu ljestvice GEM zemalja, a u 2006. godini ima još više razloga za zadovoljstvo (tablica 1).

	2002	2003	2004	2005	2006
TEA	3.62	2.56	3.74	6.11	8.58
Rang	32/37	29/30	29/34	19/35	18/42
TEA Prilika	2.18	1.74	2.04	2.92	4.41
Rang	35/37	29/30	32/34	32/35	28/42
TEA Nužnost	0.85	0.59	1.57	3.09	3.81
Rang	25/37	22/30	12/34	6/35	9/42

Tablica 1.
TEA indeksi
- Hrvatska i sve
GEM zemlje

Zadovoljstvo iz 2005. godine, što se Hrvatska "odlijepila" od začelja, potvrđeno je daljnjim pomakom u gornji dio ljestvice u 2006. godini, što je rezultat intenzivirane aktivnosti i u kategoriji onih koji ulaze u poduzetničku aktivnost jer su uočili poslovnu priliku i u kategoriji onih koji to čine zbog nužnosti. Ali još je veće zadovoljstvo što se Hrvatska "odlijepila" od začelja po pokazatelju TEA Prilika, jer je to indikator promjene u motiviranosti za ulazak u poduzetničku aktivnost.

Međutim, zadovoljstvo će biti potpuno kada se poduzetnička aktivnost transformira u stvaranje nove vrijednosti, tj. rasta bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. GEM istraživanja su potvrdila da zemlje sa sličnom razinom bruto domaćeg proizvoda **per capita** imaju tendenciju ostvarivanja slične razine poduzetničke aktivnosti, ali da postoje značajne razlike među zemljama s različitim razinama bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. Tri se zakonitosti pojavljuju²:

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

Poduzetnička aktivnost od 8,58 % (TEA indeks) je razlog za zadovoljstvo za Hrvatsku, ali još je dugi put "pretakanja" ove poduzetničke aktivnosti i u prosperitet Hrvatske mjereno BDP po stanovniku (slika 1 i slika 2).

² Bosma, N. and R. Harding: Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results; London Business School and Babson College, 2007., str. 12-13

Struktura aktera poduzetničke aktivnosti daje i svojevrсни odgovor na izazov "pretakanja" poduzetničke aktivnosti u rast bruto domaćeg proizvoda po stanovniku. Jaka poduzetnička aktivnost u sferi pokretanja poslovnih pothvata mora biti praćena i jaćom stopom "odrastanja" poslovnih pothvata i jaćim ućešćem rastućih poduzeća u gospodarskoj strukturi Hrvatske. Hrvatska naroćito zaostaje u stopi poduzetničke aktivnosti "odraslih" poduzetnika (aktivnih duće od 42 mjeseca) (4,12 % prema 6,97 % u svim GEM zemljama). Promatrajući stope poduzetničke aktivnosti prema pojedinim kategorijama poduzetnika, najveće odstupanje Hrvatske od prosjećnih stopa svih GEM zemalja je upravo u kategoriji "odraslih" poduzetnika (sveća 59%), dok je stopa poduzetničke aktivnosti poćetnika i novih poduzetnika na razini od 90% GEM prosjeka (tablica 2).

	Početnici, do 3 mjeseca aktivni	Novi poduzetnici, od 3 do 42 mjeseca aktivni	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike	Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	Ukupna poduzetnička aktivnost
Argentina	6,44	4,1	10,24	6,96	17,2
Australija	7,33	5,72	11,96	9,12	21,08
Belgija	1,82	1,11	2,73	2,12	4,85
Brazil	3,5	8,62	11,65	12,09	23,74
Četka	6,41	1,98	7,85	5,41	13,26
Čile	5,74	3,89	9,19	6,79	15,98
Danska	2,88	2,75	5,32	5,28	10,6
Filipini	4,98	15,62	20,44	19,72	40,16
Finska	2,94	2,41	4,99	8,23	13,22
Francuska	3,76	0,7	4,39	1,33	5,72
Grčka	5,67	2,26	7,9	8,24	16,14
Hrvatska	6,38	2,49	8,58	4,12	12,7
Indija	5,42	5,31	10,42	5,6	16,02
Indonezija	9,63	11,51	19,28	17,62	36,9
Irska	4,46	2,93	7,35	7,82	15,17
Island	8,13	3,78	11,26	7,43	18,69
Italija	2,23	1,37	3,47	3,03	6,5
Jamaika	11,64	9,21	20,32	10,3	30,62
Japan	1,59	1,37	2,9	4,76	7,66
Južna Afrika	3,55	1,74	5,29	1,72	7,01
Kanada	4,07	3,17	7,12	5,11	12,23
Kina	4,86	12	15,71	12,14	27,85
Kolumbija	10,92	12,55	22,48	10,41	32,89
Latvija	4,03	2,65	6,57	5,69	12,26
Mađarska	3,18	3	6,04	6,72	12,76
Malezija	4,88	6,21	11,09	7,31	18,4
Meksiko	4,12	1,19	5,26	2,27	7,53
Nizozemska	3,56	1,86	5,42	6,59	12,01
Norveška	5,25	4,34	9,14	5,98	15,12
Njemačka	2,9	1,7	4,21	3,03	7,24
Peru	30,01	15,14	40,15	12,37	52,52
Rusija	3,46	1,71	4,86	1,19	6,05
SAD	7,47	3,26	10,03	5,42	15,45
Singapur	2,74	2,52	4,85	3,37	8,22
Slovenija	2,91	1,79	4,63	4,44	9,07
Španjolska	3,01	4,41	7,27	5,45	12,72
Švedska	2,23	1,39	3,45	4,99	8,44
Tajland	4,05	11,49	15,2	17,42	32,62
Turska	2,2	4,01	6,07	11,45	17,52
UAE	1,71	2,2	3,74	1,39	5,13
UK	3,19	2,78	5,77	5,41	11,18
Urugvaj	8,37	4,58	12,56	6,91	19,47
Prosjek	5,32	4,59	9,46	6,97	16,43

Tablica 2.
Stope poduzetničke
aktivnosti u 2006.,
Hrvatska u
međunarodnoj
perspektivi
- % u odnosu na
100 odraslih
stanovnika u uzorku

Motiviranost za poduzetničko djelovanje, više zbog prilike nego nužnosti

Razlike u motiviranosti za poduzetničko djelovanje prate se u GEM istraživanju kroz dva različita TEA indeksa iz kojih se izvodi motivacijski indeks (odnos TEA Prilika prema TEA Nužnost). Motivacijski indeks iznad 1 znači da ima više onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti. Motivacijski indeks ispod 1 znači da ima više onih koje je situacija natjerala na poduzetničku aktivnost, ali koji to nisu željeli. Što je motivacijski indeks veći, to je bolje za nacionalno gospodarstvo: veći optimizam, veća spremnost (znanje) za pokretanje poslovnog pothvata.

Dok je u 2005. godini Hrvatska bila jedina zemlja s većim TEA Nužnost nego TEA Prilika, u 2006. godini motivacijski indeks je veći od 1, ali još uvijek smo na dnu ljestvice (tablica 3).

Država	Odnos TEA Prilika / TEA Nužda	Rang	Država	Odnos TEA Prilika / TEA Nužda	Rang
Norveška	26,13	1	Italija	3,35	22
Danska	26	2	Grčka	3,07	23
Malezija	19,09	3	Meksiko	2,91	24
Nizozemska	14,97	4	Argentina	2,85	25
Belgija	12,42	5	Peru	2,8	26
Švedska	12,04	6	Čile	2,54	27
Island	10,33	7	Rusija	2,35	28
UAE	9,22	8	Indija	2,35	29
Slovenija	8,62	9	Južna Afrika	2,3	30
Australija	8,31	10	Četka	2,27	31
Irska	8,16	11	Tajland	2,15	32
Indonezija	6,36	12	Turska	2,03	33
Singapur	6,31	13	Jamaika	1,96	34
SAD	6,25	14	Urugvaj	1,72	35
Kanada	5,88	15	Njemačka	1,62	36
Španjolska	5,51	16	Francuska	1,59	37
Japan	5,44	17	Kolumbija	1,57	38
UK	5,28	18	Kina	1,53	39
Finska	5,27	19	Filipini	1,19	40
Latvija	4,86	20	Hrvatska	1,16	41
Mađarska	3,49	21	Brazil	1,08	42
			Prosjek	6,06	

Tablica 3.
Motivacijski
indeks
- TEA prilika/
TEA nužda,
2006.

Niski motivacijski indeks, koji upućuje na značajno prisustvo ljudi koji su postali poduzetnički aktivni silom prilika, a ne svojom voljom, povezan je i sa sposobnošću vođenja poslovnog pothvata kroz transformaciju mladih u "odrasla" poduzeća (starija od 42 mjeseca). Odnos između postotka "odraslih" poduzeća i start up poduzeća može biti korišten kao gruba aproksimacija uspješne tranzicije iz start-up faze u fazu odraslosti. Niska tranzicijska stopa iz start-up faze u fazu odraslosti pozicionira Hrvatsku na 35. mjesto u 2006. godini, s tranzicijskom stopom koja je značajno ispod prosjeka svih GEM zemalja (Hrvatska 0,48, GEM zemlje 0,81) (tablica 4).

Država	Stope	Država	Stope
Turska	1,89	Čile	0,74
Finska	1,65	Njemačka	0,72
Japan	1,64	Kanada	0,72
Švedska	1,45	Singapur	0,69
Nizozemska	1,22	Češka	0,69
Tajland	1,15	Argentina	0,68
Mađarska	1,11	Izland	0,66
Irska	1,06	Malezija	0,66
Grčka	1,04	Norveška	0,65
Brazil	1,04	Urugvaj	0,55
Danska	0,99	SAD	0,54
Filipini	0,96	Indija	0,54
Slovenija	0,96	Jamajka	0,51
UK	0,94	Hrvatska	0,48
Indonezija	0,91	Kolumbija	0,46
Italija	0,87	Meksiko	0,43
Latvija	0,87	UAE	0,37
Belgija	0,78	Južna Afrika	0,33
Kina	0,77	Peru	0,31
Australija	0,76	Francuska	0,30
Španjolska	0,75	Rusija	0,24
		Prosjek	0,81

Tablica 4.
Tranzicijske stope prelaska iz start-up faze u "odraslost" poslovnog pothvata, 2006. (odnos broja "odraslih" poduzetnika, duže od 42 mjeseca aktivnih prema broju početnika i novih poduzetnika, aktivnih do 42 mjeseca)

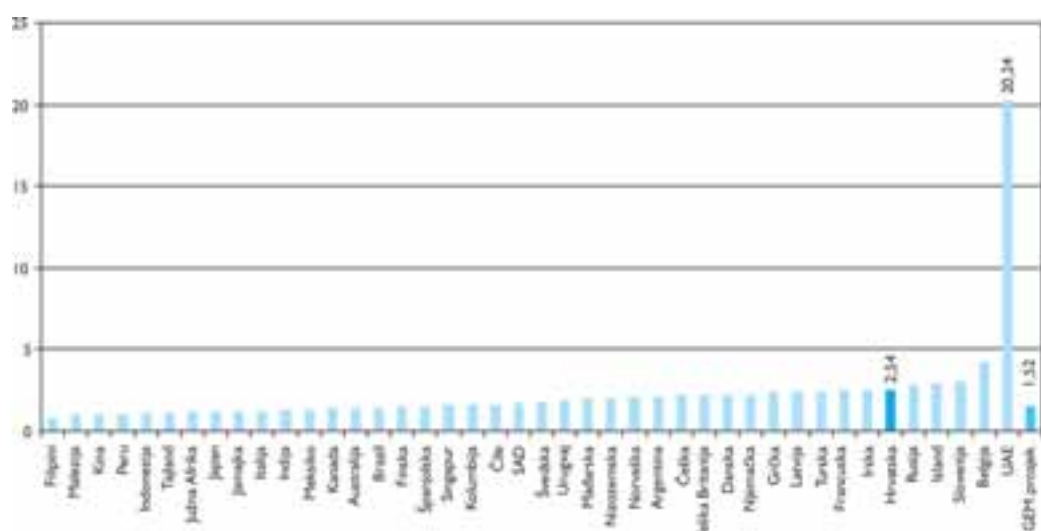
Grozdovi zemalja s najvišim motivacijskim indeksom i najvišim stopama "odrastanja" poduzeća se u velikoj mjeri preklapaju, što također daje važne signale nositeljima vladinih politika i programa. Jačanje motivacijskog indeksa (više onih koji u poduzetničku aktivnost ulaze zbog uočenih prilika) kroz bolju osposobljenost za poduzetničko djelovanje i stvaranje stimulativne okoline za poduzetničko djelovanje (npr. eliminiranje administrativnih barijera) dovest će i do veće uspješnosti poduzetničkih pothvata, pa time i do njihovog "odrastanja".

Slovensko pozicioniranje na 9. mjesto s obzirom na motivacijski indeks motiviranosti (8,62 puta više TEA Prilika od TEA Nužnost) i na 13. mjestu s obzirom na odnos "odraslih" poduzeća prema start-up poduzećima, može i dalje biti dobar **benchmark** za Hrvatsku u traženju odgovarajućih politika i programa kojima bi se te dvije komponente poduzetničkog kapaciteta Hrvatske bitnije promijenile i ojačale.

U jačanju poduzetničkog kapaciteta zemlje važno je osigurati iste mogućnosti svima u odlučivanju za poduzetničko djelovanje. GEM istraživanje prati i analizira razlike u poduzetničkoj aktivnosti muškaraca i žena. Uključenost žena u poduzetničku aktivnost ovisi o kulturološkim ali i mnogim drugim pretpostavkama (npr. pristup obrazovanju, pristup financijskim resursima, ponuda usluga za organiziranje obiteljskog života i sl.). Hrvatska se nalazi na začelju zemalja po jazu između uključenosti žena i uključenosti muškaraca u poduzetničku aktivnost (37. mjesto od 42 zemlje), što znači da postoje ogromne rezerve u jačanju poduzetničkog kapaciteta kroz izjednačavanje pristupa poduzetničkim prilikama ženama i muškarcima (tablica 5 i slika 3):

Zemlja	TEA žene	TEA muškarci	Zemlja	TEA žene	TEA muškarci
Argentina	6,55	13,93	Kolumbija	17,3	27,97
Australija	9,87	14,02	Latvija	3,92	9,41
Belgija	1,04	4,39	Mađarska	4,05	8,09
Brazil	9,61	13,74	Malezija	11,13	11,05
Češka	4,93	10,75	Meksiko	4,48	6,1
Čile	7,02	11,38	Nizozemska	3,6	7,2
Danska	3,3	7,31	Norveška	5,87	12,31
Filipini	22,45	18,4	Njemačka	2,58	5,79
Finska	4,04	5,92	Peru	39,27	41,02
Francuska	2,53	6,26	Rusija	2,57	7,33
Grčka	4,69	11,12	SAD	7,36	12,73
Hrvatska	4,87	12,35	Singapur	3,75	6
Indija	9,16	11,6	Slovenija	2,29	6,93
Indonezija	18,73	19,84	Španjolska	5,7	8,83
Irska	4,2	10,51	Švedska	2,43	4,44
Island	5,73	16,65	Tajland	14,18	16,25
Italija	3,06	3,87	Turska	3,53	8,53
Jamajka	18,14	22,58	UAE	0,29	5,87
Japan	2,6	3,2	UK	3,61	7,88
Južna Afrika	4,83	5,79	Urugvaj	8,6	16,61
Kanada	5,99	8,25	Prosjek	7,51	11,38
Kina	15,73	15,7			

Tablica 5
Razlike u
poduzetničkoj
aktivnosti,
obzirom na
spol, 2006.



Slika 3.
Odnos
TEA indeksa
muškaraca i
TEA indeksa
žena,
Hrvatska u
međunarodnoj
perspektivi,
2006.

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi

Proces priključivanja Hrvatske Europskoj uniji obvezuje Hrvatsku na stalno vrednovanje djelotvornosti svojih politika, programa, regulatornog okvira i instrumenata usmjerenih ka povećanju poduzetničkog kapaciteta zemlje, u odnosu na inicijative koje se događaju u Europskoj uniji. 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 6).

Indikator		Hrvatska		Sve GEM EU zemlje		
		Rang	Vrijednost	Prosjeak	Najviši	Najmanji
TEA - poduzetnici, kraće od 42 mjeseca aktivni		1 od 17	8,58	5,46	7,9 Grčka	2,73 Belgija
Motiviranost	TEA Prilika	10 od 17	4,41	4,25	6,3 Irska	2,36 Belgija
	TEA Nužnost	1 od 17	3,81	0,96	2,4 Češka	0,19 Danska
Spol	TEA muškarci	1 od 17	12,35	7,42	11,12 Grčka	3,87 Italija
	TEA žene	3 od 17	4,87	3,5	5,7 Španjolska	1,04 Belgija
"Odrasli" poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni, %		13 od 17	4,12	5,24	8,24 Grčka	1,13 Francuska
Poslovni anđeli, %		10 od 17	2,12	2,59	5,29 Latvija	0,72 Mađarska
Očekuju pokrenuti poslovni pothvat u razdoblju do 3 godine, %		6 od 17	11,12	9,79	15,99 Latvija	5,64 Nizozemska
Prekinuli poslovnu aktivnost u zadnjih 12 mjeseci - ne računa se prodaja poduzeća, %		9 od 17	1,81	1,85	3,8 Češka	0,84 Nizozemska

Tablica 6.
Hrvatska u europskoj perspektivi, izabrani pokazatelji poduzetničke aktivnosti, 2006.

U 2006. godini u GEM istraživanje uključeno je 16 EU zemalja: Češka, Grčka, Irska, Latvija, Francuska, Nizozemska, Velika Britanija, Mađarska, Španjolska, Finska, Slovenija, Njemačka, Danska, Italija, Švedska, Belgija. Prosjeak je izračunat na temelju vrijednosti tih zemalja.

Rang Hrvatske prema grupaciji zemalja iz Europske unije uključene u GEM istraživanje jasnije otvara "slabe" točke poduzetničkog kapaciteta Hrvatske i gotovo je direktivan za vladine politike i programa:

- iako je Hrvatska prva po razini TEA indeksa (početnici i nova poduzeća), 1. mjesto drži i po razini TEA nužnost
- Hrvatska ima niži postotak "odraslih" poduzetnika (duže od 42 mjeseca aktivnih) od prosjeka GEM EU zemalja, što upućuje na potrebu stvaranja pretpostavki za poticanje razvoja rastućih poduzeća (odgovarajuća znanja, inovativne aktivnosti, rizični fondovi...)
- Hrvatska ima manje poslovnih anđela od prosjeka GEM EU zemalja, što upućuje na potrebu stimuliranja razvoja neformalnih financijskih izvora podržavanja poduzetničke aktivnosti

Daljnje homogeniziranje uzorka korištenjem *cluster*a zemalja kojima pripada i Hrvatska s obzirom na razinu BDP po stanovniku, čini te usporedbe još korisnijim (tablica 7).

Država	Početnici, do 3 mjeseca aktivni	Nova poduzetnici, od 3 do 42 mjeseca aktivni	TEA indeks za početnike i nove poduzetnike	"Odrasli" poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	Ukupna poduzetnička aktivnost
Cluster EU zemalja, s BDP ispod 20.000 USD per capita, uključeni u GEM	4,13	2,36	6,27	5,57	11,84
Hrvatska	6,38	2,49	8,58	4,12	12,7
Slovenija	2,91	1,79	4,63	4,44	9,07
Mađarska	3,18	3	6,04	6,72	12,76
Latvija	4,03	2,65	6,57	5,69	12,26

Tablica 7: Razlike u poduzetničkoj aktivnosti ovisno o ekonomskoj snazi zemlje, 2006.

Zanimljivo je kako su Hrvatska i Slovenija na suprotnim rubovima istočnoevropskog clustera (slika 1), u kojem je Hrvatska opisana sa 8,58 % poduzetničke aktivnosti (TEA indeks) i 8.722 USD BDP po stanovniku, a Slovenija sa 4,63 % poduzetničke aktivnosti (TEA indeks) i 17.400 USD BDP po stanovniku. Latvija i Mađarska iako imaju nižu razinu poduzetničke aktivnosti, imaju više razine BDP po stanovniku.³ Vrijednosti bruto domaćeg proizvoda po stanovniku preračunate su u paritet kupovne moći.

³ Bosma, N. and R. Harding: Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results; London Business School and Babson College, 2007., str. 13

3 Poduzetništvo u Hrvatskoj

Poduzetnički kapacitet Hrvatske se i dalje povećava

Još uvijek malo poduzeća s potencijalom rasta

Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti

Regionalne razlike u poduzetničkoj aktivnosti i dalje se smanjuju ...

Poduzetnička demografija Hrvatske

Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj postaje bolja

Poduzetnički kapacitet Hrvatske, promatran kroz definicije GEM istraživanja (početnici, novi poduzetnici, "odrasli" poduzetnici), analiziran je sa stanovišta demografsko-ekonomskih obilježja populacije, sistema vrijednosti koji oblikuje (ne)poduzetničko ponašanje ljudi, te percepcije eksperata o pojedinim komponentama poduzetničke okoline (pristup financijskim resursima, edukaciji, vladinim politikama, vladinim programima, ...). Integrativni karakter poduzetništva zahtijeva poznavanje svih komponenti interakcije pojedinca i okoline radi oblikovanja efikasnih politika i programa kojima se ta interakcija pospješuje i čini održivom, tj. konkurentnom u uvjetima globalizacije. Održivost poduzetničkog kapaciteta zemlje temelji se na rastu udjela poduzeća s potencijalom rasta, zbog čega se posebno analizira potencijal rasta s aspekta inovativnosti i kapaciteta novog zapošljavanja.

Poduzetnički kapacitet Hrvatske se i dalje povećava

Poduzetnički kapacitet rezultat je intenziteta pokretanja poslovnih pothvata i njihove vitalnosti. Intenzitet pokretanja poslovnih pothvata mjeri se razinom TEA indeksa, ali i motivacijskog indeksa (tj. odnosa između TEA Prilika i TEA nužnost), a vitalnost poslovnih pothvata izražava indeks "odrastanja" i udjel rastućih poduzeća u strukturi poduzeća.

U 2006. godini zabilježen je daljnji rast TEA indeksa (sa TEA 6,11 u 2005. godini na TEA 8,58 u 2006.), kao i rast motivacijskog indeksa (sa 0,95 na 1,16), koji govori o većem udjelu poduzetnika koji ulaze u poduzetničku aktivnost zbog uočene prilike a ne zbog nužnosti. Iako je taj motivacijski indeks još uvijek vrlo nizak, ipak je signal dobrih promjena. Međutim, indeks "odrastanja" je ostao na razini prošlogodišnjeg, odnosno čak je nešto i niži (0,48 u 2006. vs. 0,60 u 2005.) (tablica 8).

		2006
Motivacijski indeks(1)	Hrvatska	1,16
	GEM	6,06
Indeks "odrastanja"(2)	Hrvatska	0,48
	GEM	0,81

Tablica 8.
Poduzetnički kapacitet
hrvatskog gospodarstva, 2006.

¹ odnos između TEA prilika i TEA nužnost

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

Iako poduzetnička aktivnost raste, mjerena svim kategorijama TEA indeksa (TEA ukupni, TEA Prilika, TEA Nužnost - tablica 1), udaljenost od GEM prosjeka u motivacijskom indeksu i indeksu "odrastanja" je upozoravajuća.

Još uvijek malo poduzeća s potencijalom rasta¹

Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda

Jaka konkurencija na istim proizvodima

Bez promjene u očekivanju novog zapošljavanja

Značaj rastućih poduzeća za kreiranje novih zaposlenja potvrđen je različitim istraživanjima koja su konstatala da je velika manjina takvih poduzeća (u pravilu ispod 10% svih poduzeća nekog nacionalnog gospodarstva) odgovorna za više od 50 % zaposlenosti (npr. Storey, 1994; Kirchoff, 1994.). U GEM 2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship ova ranija istraživanja su potvrđena, s konstatacijom da visoko rastuća poduzeća predstavljaju samo 6 % svih poduzeća, ali da omogućavaju 60% zaposlenja. Europska unija kroz Competitiveness and Innovation Framework Programme, 2007-2013 naglašava svoju političku i financijsku spremnost da poveća konkurentnost gospodarstva kroz stvaranje takve poduzetničke okoline (obrazovanje, financijsko tržište, zaštita intelektualnog vlasništva, ...) koja će djelovati potpomažuće za jačanje segmenta rastućih poduzeća.

U GEM istraživanju u 2006. godini rastuća poduzeća se promatraju s obzirom na sljedeća četiri 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)
- Kapacitet novog zapošljavanja (očekivano novo zapošljavanje u roku od 5 godina: ništa, 1-5, 6-19, više od 20 zaposlenika)

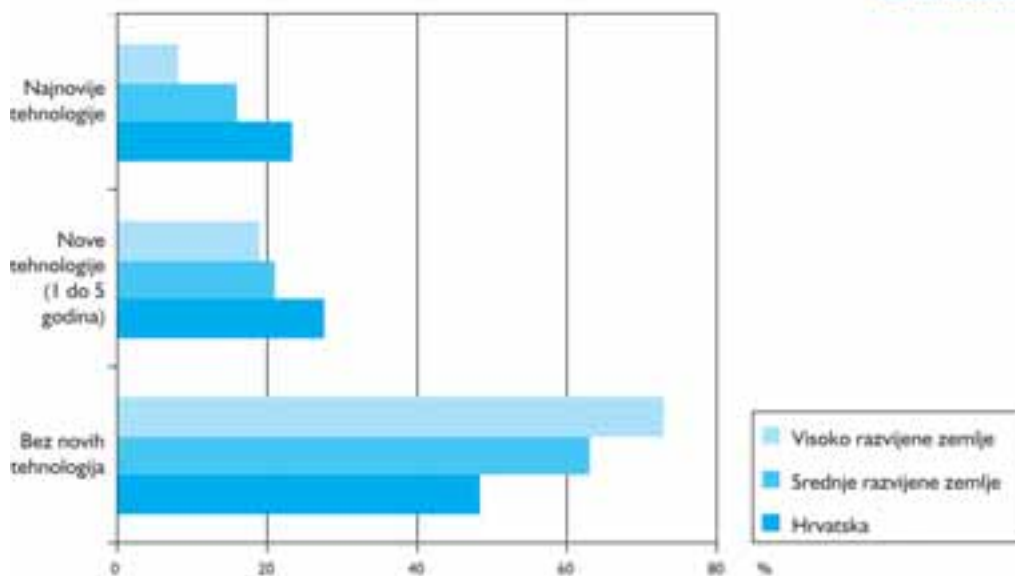
¹ Zahvaljujući činjenici da je Hrvatska uključena u GEM istraživanja od 2002. godine a i zbog interesa za bolje razumijevanje povezanosti segmenta rastućih poduzeća s razinom bruto domaćeg proizvoda po stanovniku, Hrvatska je uključena u GEM 2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship, koji će biti prezentiran javnosti tokom travnja 2007. godine.

Ulaganja u tehnologiju, ali još uvijek nema novih proizvoda

Ocjenjujući da su primjena novih tehnologija i kapacitet stvaranja novih proizvoda temeljne pretpostavke stvaranja rastućih poduzeća, na slikama 4 do 7 opisane su razlike u strukturi poduzeća u Hrvatskoj, u usporedbi s *clusterom* srednje razvijenih i visoko razvijenih zemalja. Razdjelnica između ova dva *cluster*a je bruto domaći proizvod po stanovniku, izražen kroz paritet kupovne moći, od 20.000 USD. Posebno se uspoređuju razlike između poduzetnika koji su poduzetnički aktivni do 42 mjeseca (start-up poduzetnici) i onih koji su poduzetnički aktivni duže od 42 mjeseca ("odrasli" poduzetnici).

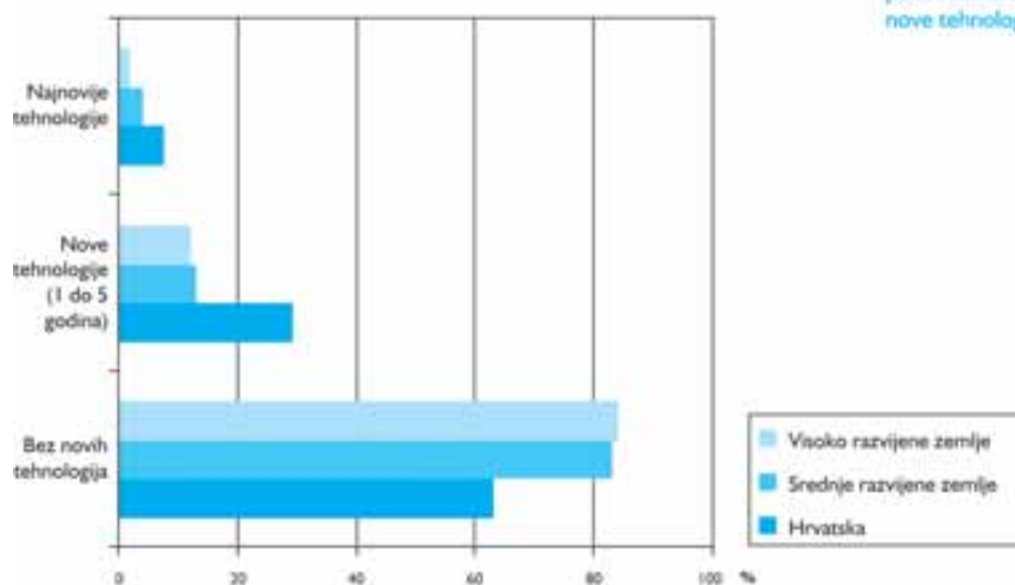
	Hrvatska	Srednje razvijene zemlje	Visoko razvijene zemlje
Bez novih tehnologija	48	63	73
Nove tehnologije (1 do 5 godina)	28	21	19
Najnovije tehnologije	24	16	8

Slika 4.
Nove tehnologije,
Hrvatska u međunarodnoj
perspektivi, 2006.
- start-up poduzetnici,
u %
(Koliko poduzetnika
koristi nove tehnologije?)



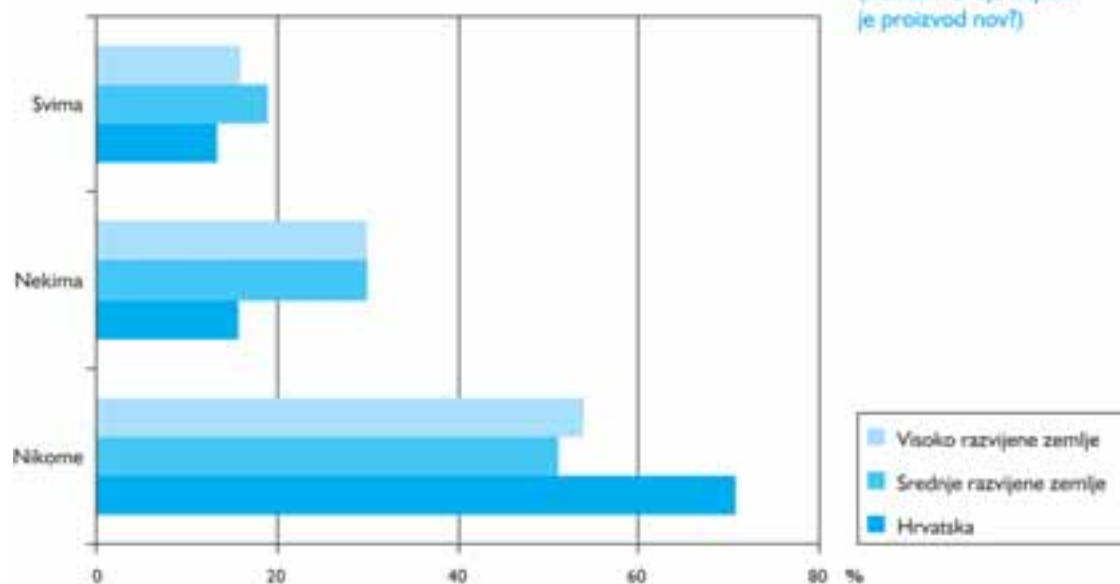
	Hrvatska	Srednje razvijene zemlje	Visoko razvijene zemlje
Bez novih tehnologija	63	83	84
Nove tehnologije (1 do 5 godina)	29	13	12
Najnovije tehnologije	8	4	2

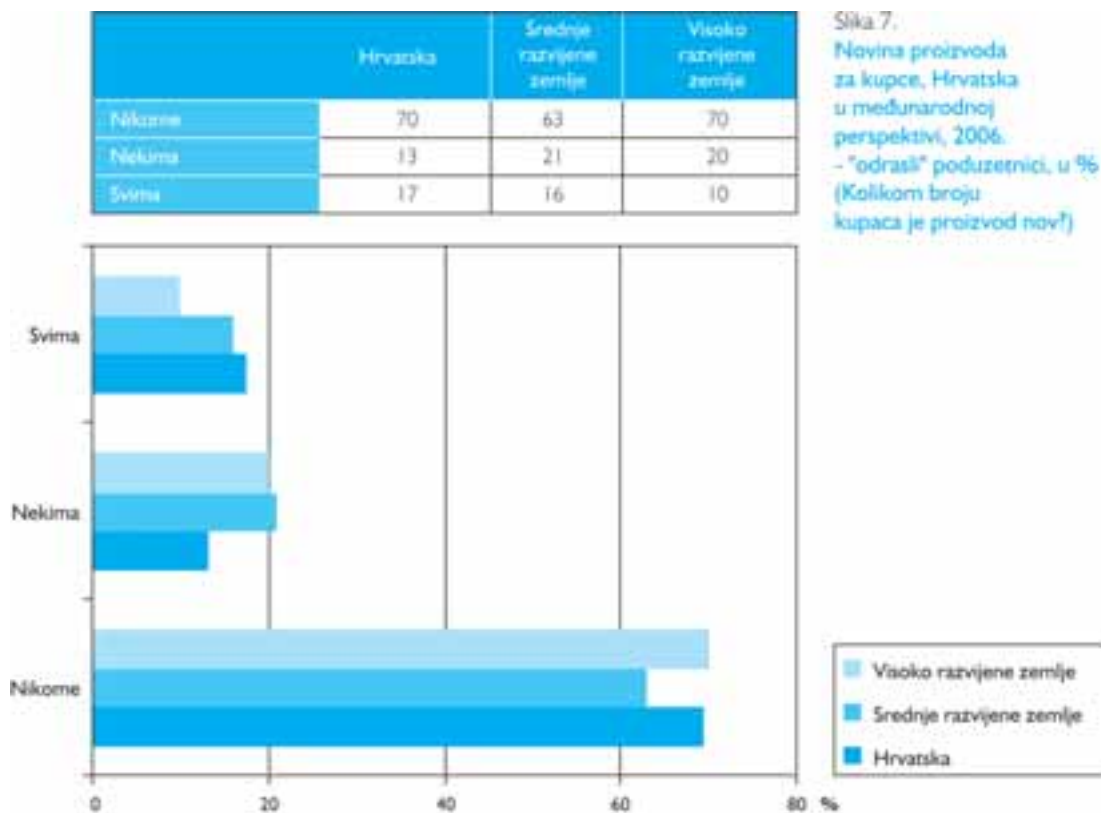
Slika 5.
Nove tehnologije.
Hrvatska u međunarodnoj
perspektivi, 2006.
- "odrasli" poduzetnici,
u %
(Koliko "odraslih"
poduzetnika koristi
nove tehnologije?)



	Hrvatska	Srednje razvijene zemlje	Visoko razvijene zemlje
Nikome	71	51	54
Nekima	16	30	30
Svima	13	19	16

Slika 6.
Novina proizvoda
za kupce. Hrvatska
u međunarodnoj
perspektivi, 2006.
- start-up poduzetnici,
u %
(Kolikom broju kupaca
je proizvod nov?)





U 2006. godini start-up poduzetnici češće koriste najnovije tehnologije nego "odrasli" (slika 4 i slika 5), ali je posebno značajno što obje kategorije poduzetnika u Hrvatskoj više ulažu u nove tehnologije nego takva poduzeća u *clusteru* kojem Hrvatska pripada (srednje razvijenim zemljama) ili čak u *clusteru* visoko razvijenih zemalja: 24 % hrvatskih start-up poduzeća ima najnovih tehnologije i 8 % "odraslih", dok je u *clusteru* srednje razvijenih zemalja 16 % takvih novih poduzetnika i 4 % "odraslih". To daje nadu da će se ulaganje u tehnologiju uskoro isplatiti kroz stvaranje novih ili inoviranih proizvoda, jer to još nije slučaj: čak 71 % start-up poduzeća i 70 % "odraslih" ima proizvode koji nikome nisu novi, dok je u *clusteru* srednje razvijenih zemalja to slučaj kod 51 % start-up poduzetnika i 63 % "odraslih" poduzetnika (slika 6 i slika 7).

Jaka konkurencija na istim proizvodima

U 2006. godini se nastavlja gotovo ista situacija kao i u 2005. godini: jaču konkurenciju očekuju "odrasli" poduzetnici. Znatno niže očekivanje oštre konkurencije kod start-up poduzetnika, kao ni u 2005. godini, nije utemeljeno u razini inovativnosti proizvoda, te i dalje upućuje na možda nedovoljno poznavanje funkcioniranja tržišta i svojevrsnu početničku zaslijepljenost vlastitim proizvodima.

	2006.
Start-up poduzetnici	%
Mnogo	53
Nekoliko	38
Nitko	9
"Odrasli" poduzetnici	
Mnogo	76
Nekoliko	23
Nitko	1

Tablica 9.
Intenzitet očekivane konkurencije, 2006., u %
(Koliko poduzetnika nudi isti proizvod?)

Bez promjene u očekivanju novog zapošljavanja

Dok je 2005. godina bila godina u kojoj je skokovito poraslo očekivanje novog zapošljavanja u odnosu na prethodne godine, upravo u kategoriji od 20 i više zaposlenih (na 15% kod start-up poduzetnika i 18% kod "odraslih" poduzetnika), u 2006. godini nema promjena (tablica 10).

	2006.
Start-up poduzetnici	%
Ništa	10,7
1-5	45,5
6-19	28,7
20 i više	15
"Odrasli" poduzetnici	
Ništa	14,5
1-5	41,0
6-19	27,0
20 i više	17,5

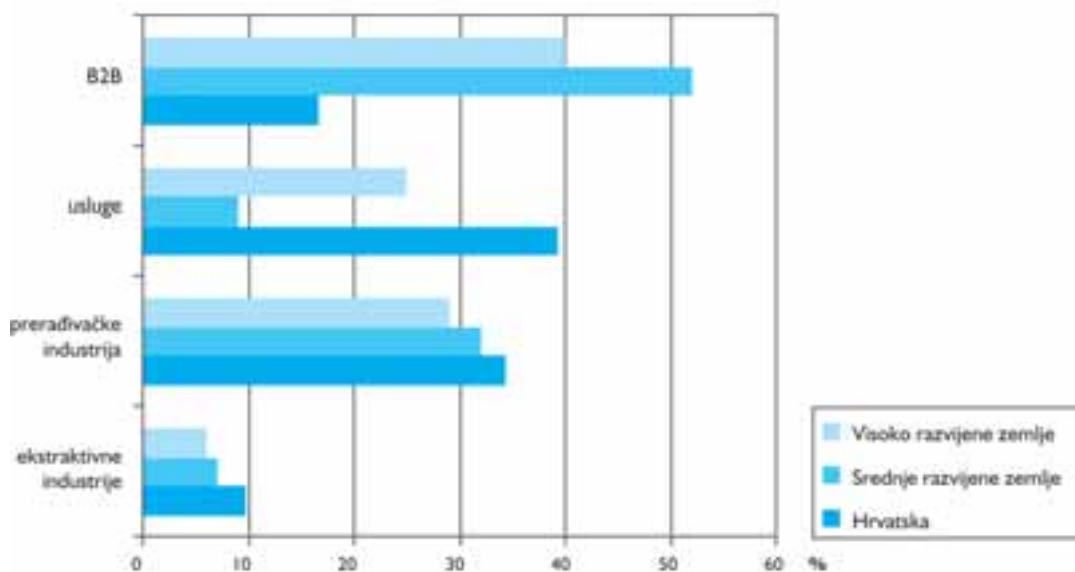
Tablica 10.
Očekivanja rasta kroz zapošljavanje, 2006., u %
(Kolik broj novozaposlenih očekujete za 5 godina?)

Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti

Pokazatelji o distribuciji poduzetničke aktivnosti po sektorima govore kako poduzetnici procjenjuju poduzetničke prilike u pojedinim sektorima.² Dva su značajna odstupanja sektorske distribucije poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj od clustera srednje razvijenih zemalja, kojem i Hrvatska pripada: u obje kategorije poduzetnika (start-up i "odrasli") znatnije je više poduzetničke aktivnosti u B2B³ i značajnije manje u uslugama⁴.

	Hrvatska	Srednje razvijene zemlje	Visoko razvijene zemlje
ekstraktivne industrije	9,81	7	6
prerađivačke industrije	34,26	32	29
usluge	39,35	9	25
B2B	16,58	52	40

Slika 8.
Sektorska distribucija poduzetničke aktivnosti, Hrvatska u međunarodnoj perspektivi, 2006. - start-up poduzetnici, u %



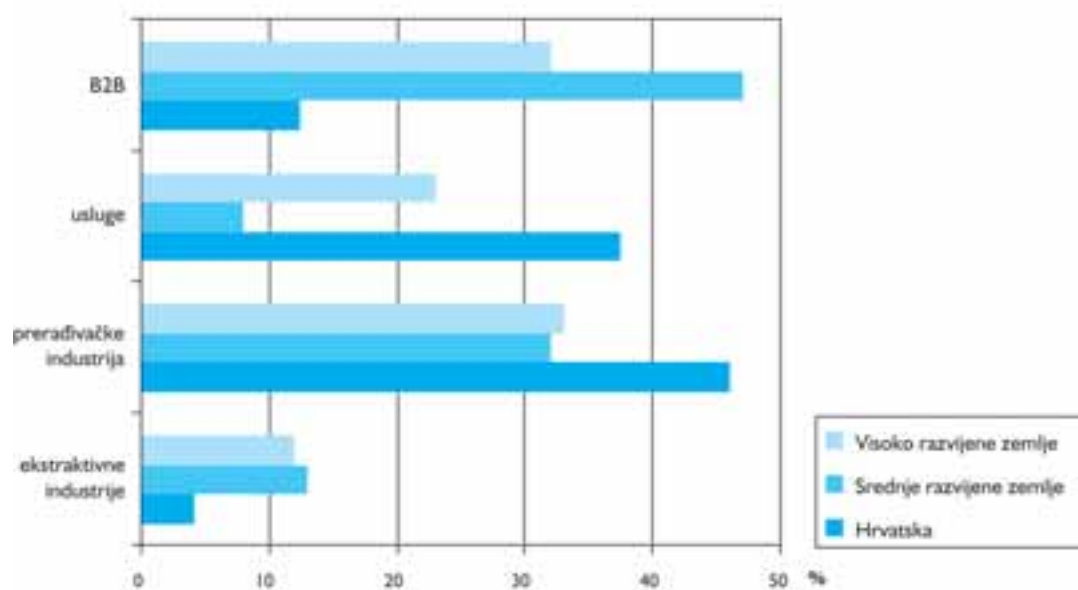
² Za potrebe razvrstavanja poduzetničkih aktivnosti, u GEM istraživanju korišteni su kodovi International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities IISICI.

³ B2B djelatnosti su one u kojima je primarni kupac neko drugo poduzeće.

⁴ Pod djelatnostima usluga podrazumijevaju se djelatnosti gdje je primarni kupac fizička osoba (od obrazovanja, zdravstva, do restorana, maloprodaje...).

	Hrvatska	Srednje razvijene zemlje	Visoko razvijene zemlje
ekstraktivne industrije	4,19	13	12
prerađivačke industrije	46	32	33
usluge	37,47	8	23
B2B	12,33	47	32

Slika 9:
Sektorska distribucija
poduzetničke aktivnosti,
Hrvatska u međunarodnoj
perspektivi, 2006.
- "odrasli" poduzetnici, u %



Regionalne razlike u poduzetničkoj aktivnosti i dalje se smanjuju...

Razlike u poduzetničkoj aktivnosti unutar neke zemlje u pravilu su povezane i sa razlikama u razvijenosti pojedinog područja - to vrijedi i za Hrvatsku. Zbog toga su pokazatelji o TEA indeksima po "regijama" Hrvatske⁵ komplementarni s "tvrdim" pokazateljima opće (ne)razvijenosti tih područja, mjereno BDP po stanovniku, efikasnošću korištenja intelektualnog kapitala (ICE), razinom nezaposlenosti i podacima o obratnoj strukturi stanovništva⁶.

U GEM istraživanju županije i Grad Zagreb grupirani su u šest "regija":

Zagreb i okolica

Slavonija i Baranja

Sjeverna Hrvatska

Lika i Banovina

Istra, Primorje i Gorski Kotar

Dalmacija

Radi bojeg uvida u povezanost poduzetničke aktivnosti i pokazatelja razvijenosti, za svaku "regiju" izrađena je osobna karta "tvrdih" pokazatelja opće razvijenosti.

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

⁶ Izvori podataka: za bruto domaći proizvod per capita i ICE: Centar za intelektualni kapital: Intelektualni kapital - izvješće 2005.; za stopu nezaposlenosti: HZZ: Godišnjak 2005., Zagreb; za podatke o stanovništvu: Popis stanovništva 2001.

Zagreb i okolica

Županije:
Grad Zagreb
Zagrebačka županija

Površina:
 3.719 km²

Ukupan broj stanovnika: 1.088.841



	BDP po u USD	ICE
	2004.	2005.
Grad Zagreb	23.361,00	2,30
Zagrebačka županija	5.081,00	2,61
Prosjeak	14.221,00	2,46
Rang	1	1

	%
Grad Zagreb	7,80
Zagrebačka županija	16,70
Prosjeak	12,25
Rang	5

Nezaposlenost,
 31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva stari 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s terciarnim obrazovanjem
Grad Zagreb	779.145	0,62	25,10	22,60
Zagrebačka županija	309.696	1,51	43,55	7,94
Ukupno/Prosjeak	1.088.841	1,07	34,33	15,27

Ljudski kapital,
 2001.

Slavonija i Baranja

Županije:

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

Površina:

10,488 km²



	BDP po gl. USD	ICE
	2004.	2005.
Požeško-slavonska županija	2.634,00	1,91
Brodsko-posavska županija	2.113,00	1,77
Osječko-baranjska županija	3.600,00	2,03
Vukovarsko-srijemska županija	2.070,00	1,91
Prosjek	2.604,25	1,91
Rang	6	5

Požeško-slavonska županija	30,90
Brodsko-posavska županija	29,50
Osječko-baranjska županija	26,10
Vukovarsko-srijemska županija	32,10
Prosjek	27,15
Rang	1

Nezaposlenost,
31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva stari 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s niskim obrazovanjem
Požeško-slavonska županija	85.831	3,00	53,35	6,78
Brodsko-posavska županija	176.765	2,43	46,69	6,95
Osječko-baranjska županija	330.506	1,99	46,55	9,23
Vukovarsko-srijemska županija	204.768	3,17	51,49	6,69
Ukupno/prosjek	535.274	2,65	49,52	7,41

Ljudski kapital,
2001.

Sjeverna Hrvatska

Županije:

Bjelovarsko-bilogorska Krapinsko-zagorska

Koprivničko-križevačka

Međimurska

Varaždinska

Virovitičko-podravska

Površina:

9.681 km²

	BDP po gl. u USD	ICE
	2004.	2005.
Krapinsko-zagorska županija	3.482,00	2,13
Varaždinska županija	5.306,00	1,96
Koprivničko-križevačka županija	5.367,00	2,06
Bjelovarsko-bilogorska županija	3.300,00	1,86
Virovitičko-podravska županija	2.352,00	1,69
Međimurska županija	4.995,00	1,97
Prosjeak	4.133,67	1,95
Rang	3	4

Krapinsko-zagorska županija	14,70
Varaždinska županija	14,20
Koprivničko-križevačka županija	16,80
Bjelovarsko-bilogorska županija	25,60
Virovitičko-podravska županija	29,60
Međimurska županija	15,50
Prosjeak	19,40
Rang	4

Nezaposlenost,
31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva stari 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s terciarnim obrazovanjem
Krapinsko-zagorska županija	142.432	1,54	53,04	5,84
Varaždinska županija	184.769	1,04	46,00	8,40
Koprivničko-križevačka županija	124.467	1,38	58,21	7,03
Bjelovarsko-bilogorska županija	133.084	2,31	54,88	6,61
Virovitičko-podravska županija	93.389	2,16	56,84	5,79
Međimurska županija	118.426	0,87	48,26	6,57
Ukupno/prosjek	211.815	1,55	52,87	6,71

Ljudski kapital,
2001.

Lika i Banovina

Županije:
Karlovačka
Ličko-senjska
Sisačko-moslavačka

Površina:
 13.435 km²

Ukupan broj stanovnika: 195.464



	BDP po gl. u USD	ICE
	2004.	2005.
Sisačko-moslavačka županija	2.689,00	1,63
Karlovačka županija	5.126,00	1,97
Ličko-senjska županija	2.169,00	2,03
Prosjeak	3.328,00	1,88
Rang	5	6

	%
Sisačko-moslavačka županija	29,90
Karlovačka županija	27,60
Ličko-senjska županija	22,40
Prosjeak	26,63
Rang	2

Nezaposlenost,
 31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva stari 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s terciarnim obrazovanjem
Sisačko-moslavačka županija	185.387	3,35	48,73	7,61
Karlovačka županija	141.767	2,91	47,25	8,68
Ličko-senjska županija	53.677	3,20	52,16	7,12
Ukupno/prosjeak	195.464	3,15	49,38	7,80

Ljudski kapital,
 2001.

Istra, Primorje i Gorski Kotar

Županije:

Istarska županija

Primorsko-goranska županija

Površina:

6.402 km²

Ukupan broj stanovnika: 511.849



	BDP po gl. u USD	ICE
	2004.	2005.
Primorsko-goranska županija	6.931,00	1,84
Istarska županija	9.628,00	2,37
Prosjek	8.279,50	2,11
Rang	2	3

	%
Primorsko-goranska županija	13,40
Istarska županija	8,00
Prosjek	10,70
Rang	6

Nezaposlenost,
31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva staro 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s terciarnim obrazovanjem
Primorsko-goranska županija	305.505	0,60	30,20	15,29
Istarska županija	206.344	0,89	36,93	12,60
Ukupno/prosjek	511.849	0,75	33,57	13,95

Ljudski kapital,
2001.

Dalmacija

Županije:

Dubrovačko-neretvanska

Splitsko-dalmatinska

Šibensko-kninska

Zadarska

Površina:

12.896 km²

Ukupan broj stanovnika: 586.546



	BDP po gl. u USD	ICE
	2004.	2005.
Zadarska županija	3.943,00	2,43
Šibensko-kninska županija	2.370,00	2,13
Splitsko-dalmatinska županija	4.268,00	1,90
Dubrovačko-neretvanska županija	4.854,00	2,13
Prosjeak	3.858,75	2,15
Rang:	4	2

Zadarska županija	20,90
Šibensko-kninska županija	26,50
Splitsko-dalmatinska županija	22,30
Dubrovačko-neretvanska županija	18,30
Prosjeak	22,00
Rang	3

Nezaposlenost,
31. 12. 2005.

	Broj stanovnika	Udio (%) nepismenih u stanovništvu starom 10 i više godina	Udio (%) stanovništva stari 15 i više godina	
			s niskim obrazovanjem	s niskim obrazovanjem
Zadarska županija	162.045	3,20	40,80	10,77
Šibensko-kninska županija	112.891	5,13	42,84	9,51
Splitsko-dalmatinska županija	463.676	1,95	33,98	13,58
Dubrovačko-neretvanska županija	122.870	1,13	34,53	14,03
Prosjeak	586.546	2,85	38,04	11,97

Ljudski kapital,
2001.

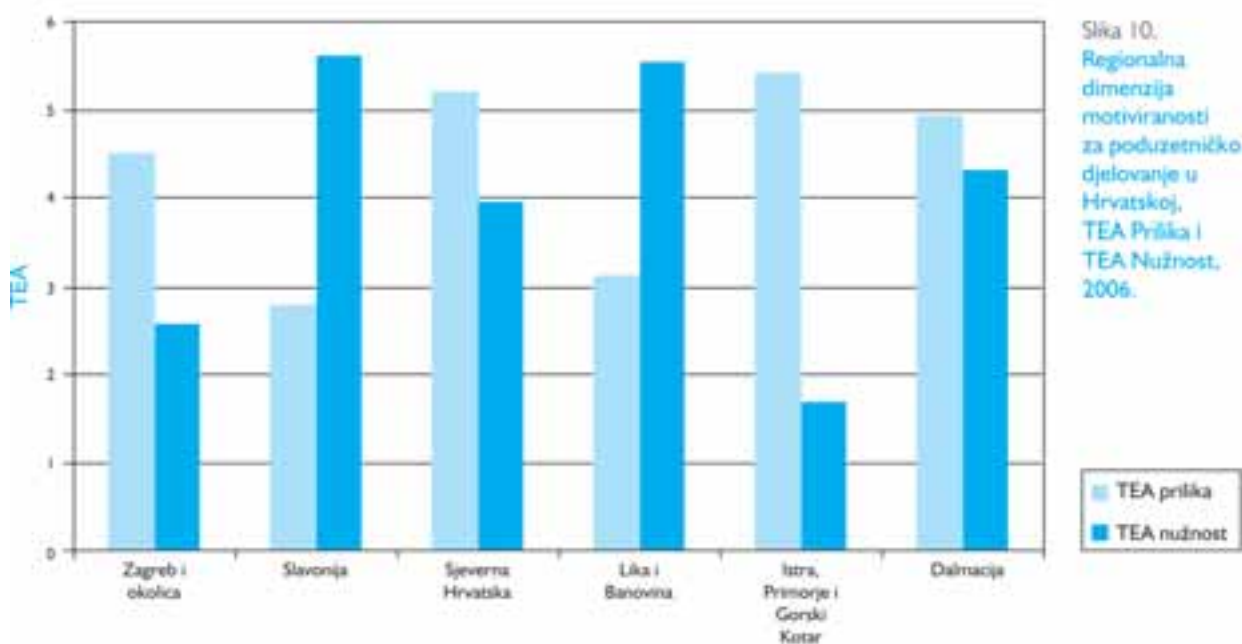
U razdoblju 2002-2006. poduzetnička aktivnost u svim regijama pokazuje pozitivne promjene, najviše u Slavoniji i Baranji, u Lici i Banovini, te u Sjevernoj Hrvatskoj, što dovodi do smanjivanja razlika između regija (tablica 11).

	2002	2003	2004	2005	2006
Zagreb i okolica	4,89	4,30	4,42	8,43	7,77
Slavonija i Baranja	2,11	1,00	4,44	4,91	8,84
Sjeverna Hrvatska	2,83	1,99	3,00	4,40	9,15
Lika i Banovina	2,71	1,78	3,99	5,11	8,69
Istra, Primorje i Gorski Kotar	4,47	3,05	5,29	5,74	7,10
Dalmacija	3,95	2,43	1,68	6,34	9,85
Ukupno	3,62	2,56	3,74	6,11	8,58

Tablica 11.
Regionalna dimenzija
poduzetničkog
kapaciteta Hrvatske
- TEA indeksi,
2002.-2006.

Sliku regionalne distribucije poduzetničke aktivnosti dopunjuje informacija o razlozima pokretanja poslovnih pothvata, tj. o TEA Prilika i TEA Nužnost (slika 10), te o motivacijskom indeksu koji proizlazi iz odnosa TEA prilika i TEA nužnost (tablica 12).

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



Slika 10.
Regionalna dimenzija
motiviranosti
za poduzetničko
djelovanje u
Hrvatskoj,
TEA Prilika i
TEA Nužnost,
2006.

Regija	TEA	motivacijski indeks (TEA prilika/TEA nužda)
Zagreb i okolica	7,77	1,74
Slavonija i Baranja	8,84	0,5
Sjeverna Hrvatska	9,15	1,32
Lika i Banovina	8,69	0,57
Istra, Primorje i Gorski Kotar	7,10	3,2
Dalmacija	9,85	1,14
Hrvatska	8,58	1,16

Tablica 12.
Motivacijski indeks,
regionalne razlike, 2006.

Uravnoteženje regionalne distribucije poduzetničkih aktivnosti (visina TEA indeksa) rezultat je različitih motivacija za ulazak u poduzetništvo (zbog prilike ili silom prilike). Motivacijski indeks daje važnu informaciju o razlikama u poduzetničkom potencijalu, jer postoje značajne razlike u očekivanjima onih koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog prepoznate prilike (dugoročnije, optimističnije) od onih koji su to učinili jer ih je situacija na to prisilila. Korištenjem motivacijskog indeksa, rang poduzetničkog kapaciteta hrvatskih regija ostao je uglavnom nepromijenjen. Prvo i drugo mjesto imaju Istra, Primorje i Gorski Kotar, te Zagreb i okolica, a na začelju su Slavonija i Baranja, te Lika i Banovina.

Analiza regionalne distribucije poduzetničke aktivnosti i "tvrdih" pokazatelja regionalne razvijenosti pokazuje visoku razinu međusobnog dopunjavanja (tablica 13). Ujednačavanje poduzetničke aktivnosti po regijama, s vremenskom zadržkom, vjerojatno će se odraziti na promjene u vrijednostima bruto domaćeg proizvoda po stanovniku i smanjenju nezaposlenosti (što će ovisiti i u kojoj mjeri će pokrenute poduzetničke aktivnosti biti dovoljno vitalne da se razviju u "odrasle" pothvate). Motivacijski indeks je u najužoj vezi s postojećom razinom razvijenosti, jer je najveći za najbogatije "regije" i najniži za najsiromašnije "regije". Najviši motivacijski indeksi za najbogatije "regije" znači da u tim sredinama ljudi pokreću poslovne pothvate zato što je to njihov izbor temeljen na prepoznatim poslovnim prilikama. Motivacijski indeks ispod 1, koji je prisutan u dvije najsiromašnije "regije" (Lika i Banovina, Slavonija i Baranja) govori o značajnoj dominaciji ljudi koji u poduzetničku aktivnost ulaze iz nužnosti, jer nemaju drugi izbor, iz čega proizlaze i niže procjene očekivanja razvoja pothvata.

Regija	BDC pc. 2004.		ICE, 2005.		Nezaposlenost, 2005.		Poduzetnička aktivnost, 2006.			
	USD	Rang	Vrijednost	Rang	%	Rang	TZA	Rang	Poduzetnički indeks	Rang
Zagreb i okolica	14.221	1	2,46	1	12,35	5	7,77	5	1,74	2
Slavonija i Baranja	2.604	6	1,91	5	27,15	1	8,84	3	0,5	6
Sjeverna Hrvatska	4.133	3	1,95	4	19,4	4	9,15	2	1,32	3
Lika i Baranjska	3.328	6	1,88	6	26,63	2	8,69	4	0,57	5
Istra, Primorje i Gorski Kotar	8.279	2	2,11	3	10,7	6	7,10	6	3,2	1
Dalmacija	3.858	4	2,15	2	22	3	9,85	1	1,14	4

Tablica 13.
Razvojni
profili
"regija" u
Hrvatskoj

Za razumijevanje regionalnih razlika u poduzetničkoj aktivnosti korisne su i informacije o poduzetničkoj demografiji (tablica 14). U najrazvijenijim "regijama" (Zagreb i okolica; Istra, Primorje i Gorski kotar) razlike između muškaraca i žena su najmanje, najviše ima visokoobrazovanih ljudi poduzetnički aktivnih, najčešće su u dobnoj skupini 25 - 34 godine starosti i najviše ih je sa najvećim mjesečnim prihodima. U najsiromašnijim "regijama", poduzetnički su aktivni češće ljudi sa srednjim obrazovanjem i sa znatno nižim mjesečnim prihodima. Zanimljivo je da je u Sjevernoj Hrvatskoj najmanje žena poduzetnički aktivno.

		Zagreb	Slavonija i Baranja	Sjeverna Hrvatska	Lika i Banovina	Izora, Primorje i Gorski Kotar	Dalmacija
Spol	žene	38,7	37,5	11,5	27,3	38,5	25
	muškarci	61,3	62,5	88,5	72,7	61,5	75
Obrazo- vanje	Niže od srednje škole	6,3	17,4	12	10	0	0
	Srednja škola	50	73,9	76	80	69,2	71,4
	Fakultet ili više	43,8	4,3	8	10	30,8	28,6
	Bez odgovora	0	4,3	4	0	0	0
Dob	18 - 24	12,9	13	30,8	27,3	42,9	10,7
	25 - 34	38,7	30,4	30,8	27,3	35,7	35,7
	35 - 44	25,8	30,4	23,1	18,2	14,3	17,9
	45 - 54	16,1	21,7	7,7	9,1	7,1	21,4
	55 - 64	6,5	4,3	7,7	18,2	0	14,3
Mjesečni prihodi, kune	Bez prihoda	0	20,8	3,7	27,3	0	10
	do 1000	6,7	9	0	0	0	3,3
	1001 do 2000	3,3	12,5	11,1	27,3	7,1	6,7
	2001 do 3001	3,3	25	11,1	9,1	28,6	13,3
	3001 do 4000	6,7	12,5	33,3	9,1	14	10
	4001 do 5000	20	8,3	14,8	18,2	14,3	10
	više od 5000	50	11,9	14,9	9	36	36,7
	Bez odgovora	10	0	11,1	0	0	10

Tablica 14.
Poduzetnička
demografija po
regijama, 2006.
(za početnike i
nove poduzetnike,
poduzetnički aktivni
do 42 mjeseca),
struktura u %

Poznavanje regionalnih razlika u poduzetničkoj aktivnosti unutar zemlje neophodno je za bolje sagledavanje efikasnosti okvira poduzetničkih uvjeta i djelotvornosti pojedinih vladinih politika i programa.

Poduzetnička demografija Hrvatske

GEM prati promjene u poduzetničkoj demografiji kao signale za potrebne intervencije kako bi se osiguralo pravo na pristup poduzetničkim prilikama svima, bez obzira na spol, dob, obrazovanost, prihode. U tablicama 15 - 17 prikazane su strukture poduzetnika početnika i novih (tj. onih koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca), ovisno o spolu, dobi i prihodu domaćinstva.

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), a u GEM zemljama dominiraju ljudi sa sveučilišnim obrazovanjem (dodiplomskim i poslijediplomskim).

	2006.
Poduzetnici, kraće od 42 mjeseca aktivni	%
Više od srednje škole	23,0
Srednja škola	67,6
Manje od srednje škole	7,8
Bez odgovora	1,7
Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni ("odrasli")	%
Više od srednje škole	31,5
Srednja škola	41,0
Manje od srednje škole	3,5
Bez odgovora	0

Tablica 15.
Poduzetnička aktivnost
i obrazovanost poduzetnika,
2006., struktura u %

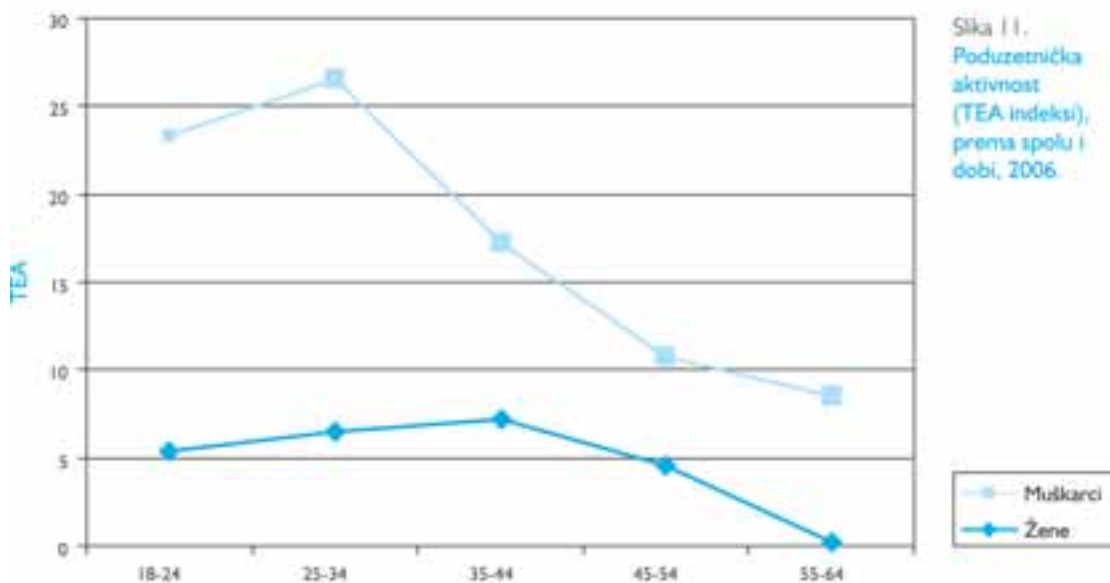
Povećanje motivacijskog indeksa u korist poduzetnika koji su se odlučili za poduzetničku aktivnost zbog prilike a ne zbog nužnosti, dovelo je i do promjene u strukturi poduzetnika s obzirom na dob. Dok je u 2005. godini najčešća starosna skupina bila između 35 i 44 godine (kada su dominirali oni koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog nužnosti), u 2006. godini najčešća starosna skupina je između 25 i 34 godine.

Dob	Poduzetnici, kraće od 42 mjeseca aktivni
18 - 24	12,00
25 - 34	13,00
35 - 44	8,81
45 - 54	5,36
55 - 64	4,11

Tablica 16:
Poduzetnička aktivnost
(TEA indeksi) i dob
poduzetnika, 2006.

Spol utječe na razlike u dobi u kojoj se postaje poduzetnički aktivan: najveća razlika u poduzetničkoj aktivnosti je do 34 godine starosti, a najmanje razlike su između 35 - 54 godine (slika 11).

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64
Žene	5,35	6,52	7,21	4,52	0,2
Muškanci	18	20	10	6,22	8,27



Struktura poduzetnika koji su poduzetnički aktivni kraće od 42 mjeseca u odnosu na kriterij prihoda domaćinstva znatno se promijenila u Hrvatskoj u razdoblju 2002. - 2006. godine. Učešće poduzetnika čija domaćinstva su imala prihod u donjoj trećini bio je u 2002. godini 77,6%, da bi u 2006. godini pao na 19,7% za početnike i nove poduzetnike, odnosno 21,4 % za "odrasle" poduzetnike, uz povećanje broja poduzetnika sa višim prihodima domaćinstva (tablica 17). Promjena strukture u Hrvatskoj ide u pravcu obrasca koji postoji u prosjeku GEM zemalja, u kojima u poduzetničku aktivnost ulaze ljudi s višim prihodima. U poduzetničkoj strukturi u Hrvatskoj još uvijek su značajno, iako ne dominantno, prisutni oni koji se za poduzetničku aktivnost opredjeljuju zbog nužde, a ne zbog uočene prilike, što je povezano i s njihovom financijskom snagom.

Prihod domaćinstva	2006.
Poduzetnici, kraće od 42 mjeseca aktivni	96
Donja trećina	19,7
Srednja trećina	33,7
Gornja trećina	29,9
Bez odgovora	16,7
Poduzetnici, duže od 42 mjeseca aktivni	96
Donja trećina	21,4
Srednja trećina	33
Gornja trećina	28
Bez odgovora	17,7

Tablica 17.
Poduzetnička aktivnost
i prihod domaćinstva,
2006., struktura u %

Što pokreće poduzetnike u Hrvatskoj?

Poduzetnička aktivnost uvjetovana je osobnom odlukom, koja se temelji na kapacitetu procjene prilika, znanju i vještinama osobe, te sistemu vrijednosti o kojima ovisi percepcija prilika i rizika.

U GEM istraživanju polazi se od 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 (tablica 18). Dobru poslovnu priliku značajnije češće uočavaju oni koji su poduzetnički aktivni, a poslovni promašaj ih češće ne bi odvratio od ponovnih pokušaja.

Na području gdje žive, vide dobru poslovnu priliku u sljedećih 6 mjeseci	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	57,1	36,4
Ne	32,3	45,5
Ne zna	10,6	18,1

Tablica 18.
Faktori koji utječu na percepciju o poduzetničkoj okolini, 2006., struktura, u %

Strah od neuspjeha odvratit će ih od pokretanja poslovnog pothvata	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	24,1	35,4
Ne	72,1	60,3
Ne zna	3,8	4,3

Imati odgovarajuća znanja i vještine, kao i biti u doticaju s tuđim iskustvom značajno doprinosi odluci o poduzetničkoj aktivnosti. Među onima koji imaju odgovarajuća znanja i vještine značajnije je više poduzetnički aktivnih (TEA 20) nego među onima koji nemaju takva znanja (TEA 2,62). Oni koji osobno poznaju poduzetnika koji je pokrenuo vlastiti posao u zadnje dvije godine češće su pokrenuli vlastiti poslovni pothvat (TEA 20) nego oni koji nemaju takav kontakt (TEA 6,59).

Imaju potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca
Da	20
Ne	2,62

Tablica 19.
Poduzetnička aktivnost ovisi o znanju, TEA indeksi, 2006.

Osobno znaju poduzetnika koji je pokrenuo vlastiti posao u zadnje dvije godine	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca
Da	20
Ne	6,59

Percepcija poduzetničke okoline temelji se na vrijednosnim stavovima 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.

Dok su u procjeni poslovnih prilika i stava prema riziku vidljive značajnije razlike između poduzetnika i ne-poduzetnika, u stavu prema tvrdnjama iz skupa sistema vrijednosti, nema značajnih razlika između start-up poduzetnika (onih koji su poduzetnički aktivni do 42 mjeseca) i ne-poduzetnika (tablica 20). To upućuje na zaključak da je sistem vrijednosti koji bi oblikovao poduzetničku kulturu tek u nastajanju.

U Hrvatskoj većina ljudi bilo bi draže da svi imaju podjednak životni standard	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	77,4	70
Ne	12,8	21,2
Ne zna	9,8	8,8

Tablica 20.
Sistem vrijednosti,
2006., struktura u %

U Hrvatskoj većina ljudi smatra da je pokretanje poslovnog pothvata poželjni izbor karijere	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	68,4	65,9
Ne	26,4	23
Ne zna	5,3	11,1

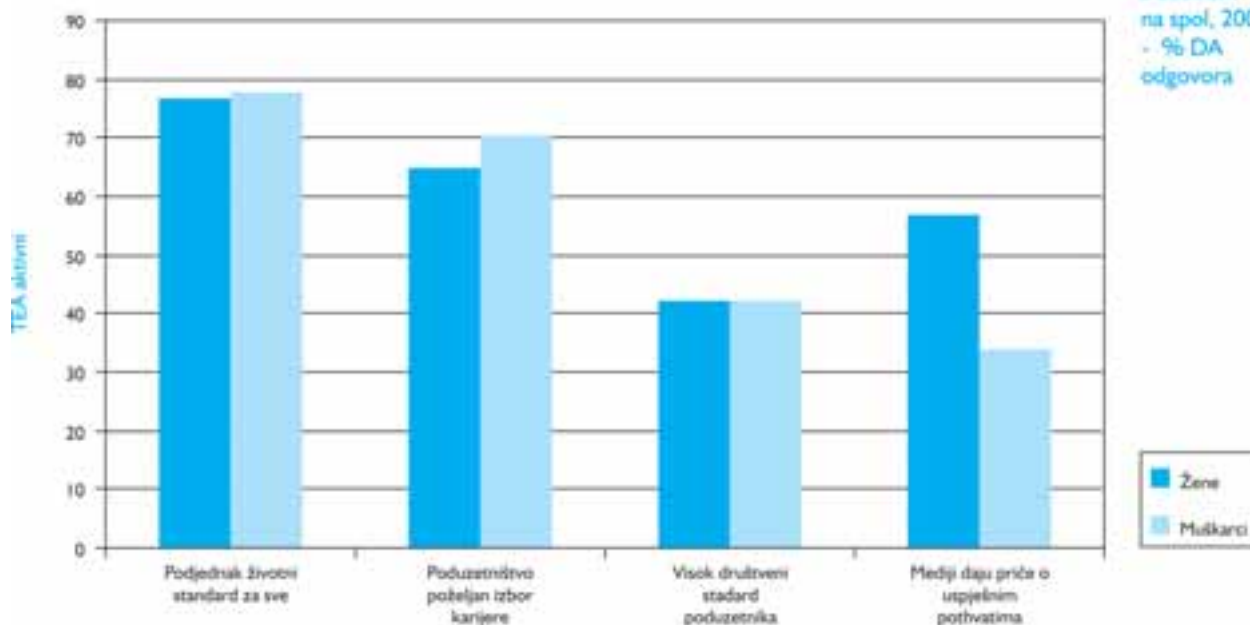
U Hrvatskoj se smatra da oni koji su uspješno pokrenuli poslovni pothvat imaju visok društveni status	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	44,4	48,7
Ne	45,1	38,6
Ne zna	10,5	12,6

U Hrvatskoj se u medijima često vide priče o uspješnim poslovnim pothvatima	Poduzetnici, aktivni do 42 mjeseca	Ne-poduzetnici
Da	58,6	53,5
Ne	36,8	37,1
Ne zna	4,5	9,3

U 2006. godini "istopile" su se razlike u vrijednosnim stavovima o poduzetničkoj kulturi između žena i muškaraca, osim što žene češće smatraju da mediji prezentiraju uspješne pothvate (slika 12). S obzirom da su žene manje poduzetnički aktivne, još više 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 poduzetima?
Žene	76,9	64,9	42,1	56,8
Muškarci	77,7	70,5	42,1	33,7

Slika 12.
Razlika u percepciji vrijednosti TEA aktivnih poduzetnika, s obzirom na spol, 2006. - % DA odgovora



Poduzetnička okolina u Hrvatskoj postaje bolja

Financijska potpora

Vladine politike i programi

Obrazovanje

Transfer istraživanja i razvoja

Poslovna i stručna infrastruktura

Tržišni mehanizmi

Pristup fizičkoj infrastrukturi

Kulturne i društvene norme

Poduzetnička djelotvornost

Poduzetnička okolina u GEM istraživanju opisana je okvirom poduzetničkih uvjeta koji u interakciji s okvirom općih nacionalnih uvjeta stvara pretpostavke za ekonomski rast (kratki opis konceptualnog okvira istraživanja dat je u prilogu I).

Ukoliko su uvjeti poduzetničke okoline raspoloživi i kvalitetni, tada stimuliraju poduzetničku aktivnost, ako su ograničeni i nekvalitetni tada predstavljaju prepreku poduzetničkoj aktivnosti. U 2006. godini, od 42 zemlje obuhvaćene istraživanjem poduzetničke aktivnosti, pet zemalja nije bilo uključeno u ocjenjivanje kvalitete poduzetničke okoline, te se rangiranje zemalja po kvaliteti poduzetničke okoline obavlja unutar 37 zemalja.

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. U 2006. godini u Hrvatskoj je 36 eksperata ocjenjivalo kvalitetu okvira poduzetničkih uvjeta.

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

Tvrdnje su grupirane tako da formiraju mjerne instrumente¹ kojima je moguće interpretirati percepciju eksperata u pogledu:

- raspoloživosti i strukture izvora financiranja za poduzetnike,
- vladinih politika,
- vladinih programa usmjerenih poticanju poduzetništva,
- doprinosa obrazovnih programa u stvaranju poduzetničkih kapaciteta mladih,
- prijenosa znanja i tehnologije,
- kvalitete profesionalnih i potpornih institucija,
- otvorenosti tržišta,
- raspoloživosti fizičke infrastrukture,
- kulturnih i društvenih normi koje oblikuju poduzetničku kulturu,

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),
- odnos prema ženama u poduzetništvu,
- stav prema rastućim poduzećima.

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

Ekspertske 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 negativnu vrijednost pojedine komponente (destimulirajuća okolina)
- usporedbe promjena u ocjeni kvalitete pojedinih komponenti poduzetničke okoline u vremenu (u Hrvatskoj, od 2002. godine)
- usporedbe razlika između percepcije kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u prostoru (tj. između zemalja sudionica GEM istraživanja)

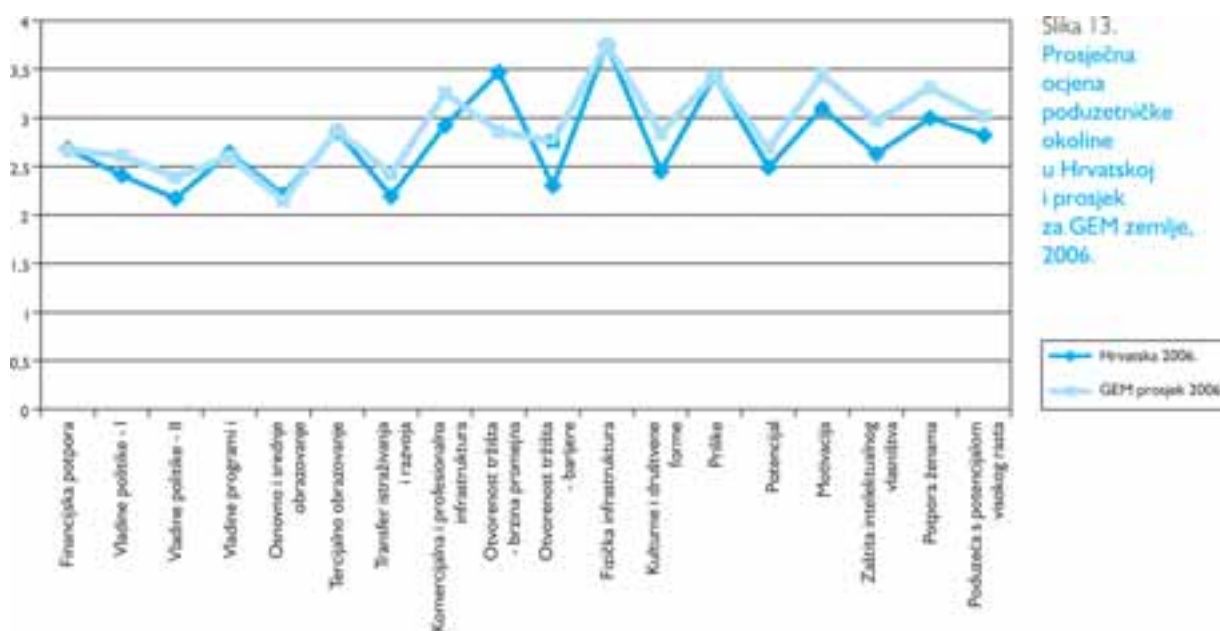
Tablicom 21 prikazane su ocjene svih komponenti poduzetničke okoline i vrijednosne norme, s usporedbom s GEM prosjekom u 2006. godini, te s identifikacijom najboljih i najlošijih ocjena za pojedinu komponentu:

Komponente poduzetničke okoline	Hrvatska		GEM zemlje				
	Ocjena	Rang	Prosjeak	Min		Max	
Financijska potpora	2,68	19	2,67	1,76	Tunika	3,91	SAD
Vladine politika - potpore	2,41	22	2,61	1,91	Tunika	3,58	UAE
Vladine politika - regulativa	2,17	22	2,39	1,38	Brazil	4,27	Island
Vladini programi	2,64	16	2,6	1,82	Argentina	3,4	Njemačka
Osnovno i srednje obrazovanje	2,21	15	2,15	1,51	Brazil	3,1	Singapur
Tercijarno obrazovanje	2,86	19	2,87	2,3	Danska	3,6	SAD
Transfer istraživanja i razvoja	2,19	24	2,42	1,74	Peru	3,26	SAD
Komercijalna i profesionalna infrastruktura	2,92	31	3,25	2,46	Peru	4,06	SAD
Otvorenost tržišta - brzina promjena	3,47	5	2,86	1,86	Finska	3,84	UAE
Otvorenost tržišta - barijere	2,3	35	2,76	2,11	Urugvaj	3,46	Nizozemska
Pristup fizičkoj infrastrukturi	3,75	19	3,76	2,76	Italija	4,65	SAD
Kulturne i društvene norme	2,45	30	2,84	1,93	Urugvaj	4,47	SAD
Prepoznavanje poslovnih prilika	3,43	20	3,43	2,48	Urugvaj	4,46	UAE
Poduzetnički kapacitet - potencijal	2,49	26	2,69	2,13	JAR	3,68	SAD
Poduzetnički kapacitet - motivacija	2,1	31	3,44	2,45	Urugvaj	4,56	SAD
Zaštita intelektualnog vlasništva	2,63	22	2,97	1,93	Rusija	4,26	Australija
Odnos prema ženama u poduzetništvu	3	31	3,31	2,49	Mađarska	4,29	Island
Šcar prema različitim poduzetima	2,82	22	3,02	2,12	Urugvaj	4,11	Irski

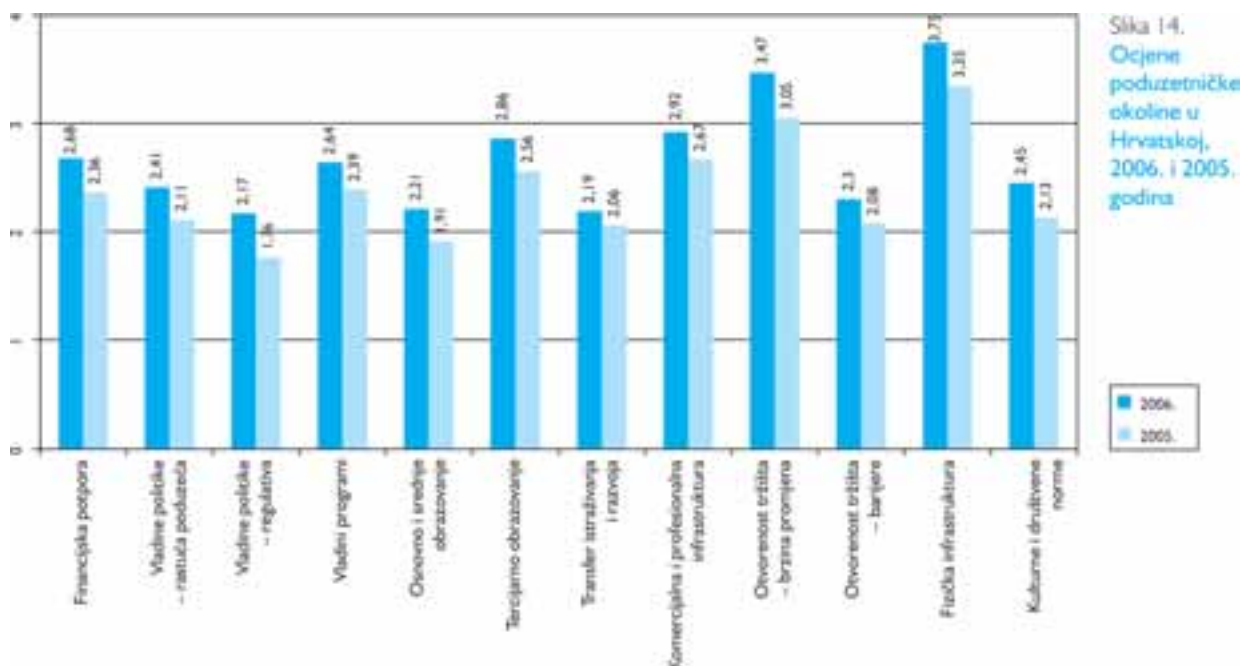
Tablica 21.
Komponente poduzetničke okoline i vrijednosne norme u Hrvatskoj - usporedba s GEM prosjekom, 2006.

Od 12 komponenti poduzetničke okoline i 6 komponenti vezanih za poduzetnički kapacitet i vrijednosne stavove, čak u 8 slučajeva SAD imaju najveće ocjene, Ujedinjeni Arapski Emirati u 3 slučaja, Island u 2 slučaja, te po jedan slučaj Australija, Irska, Nizozemska, Njemačka i Singapur. Upravo su to i izvori učenja, ali i **benchmark** za one koji imaju slabije ocjene u tim komponentama poduzetničke okoline.

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, s dobrom tendencijom približavanja GEM prosjeku. U 2006. godini, Hrvatska po prvi puta ima nekoliko komponenti ocjenjenih na razini prosjeka GEM zemalja: financijska potpora, vladini programi, osnovno i srednje obrazovanje, tercijarno obrazovanje, pristup fizičkoj infrastrukturi, dok je otvorenost tržišta - brzina promjena značajnije bolje ocjenjena komponenta od GEM prosjeka. Tri su komponente izrazitije lošije ocjenjene (Vladine politike - regulativa; Otvorenost tržišta - administrativne barijere; Transfer istraživanja i razvoja) (slika 13).



Pomak u ocjeni raspoloživosti i kvalitete pojedine komponente poduzetničke okoline u 2006. godini u odnosu na 2005. godinu prikazan je na slici 14 :



U 2006. godini sve komponente poduzetničke okoline dobile su veće ocjene nego u 2005. godini, ali još uvijek, kao i u 2005. godini, samo dvije komponente imaju ocjene iznad 3, uz više ocjene u 2006.:

- pristup fizičkoj infrastrukturi (3,75 u 2006. godini, 3,35 u 2005. godini)
- otvorenost unutarnjeg tržišta - brzina promjena (3,47 u 2006. godini, 3,05 u 2005. godini)

Najslabije ocjenjene komponente poduzetničke okoline po kojima smo još uvijek u začelju su:

- otvorenost tržišta - administrativne barijere, 35. mjesto od 37 zemalja
- komercijalna i profesionalna infrastruktura, 31. mjesto od 37 zemalja
- kulturne i društvene norme, 30 mjesto od 37 zemalja
- transfer istraživanja i razvoja, 24 mjesto od 37 zemalja

Svaku od dvanaest komponenti poduzetničke okoline opisuje nekoliko tvrdnji koje eksperti ocjenjuju ocjenama od 1 do 5. Za finiju dijagnozu stanja, ali i dobivanje orijentacije na što treba djelovati, potrebno je znati zbog čega je pojedina komponenta dobila dobru ili lošu ocjenu. U tablici 22 prikazano je deset najviše ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj, a u tablici 23 deset najniže ocijenjenih tvrdnji.

Deset najniže ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini u Hrvatskoj u 2006. godini (neke od tih tvrdnji bile i na listi najniže ocijenjenih u 2005. godini), upozoravaju na potrebu hitne intervencije (npr. da vladine mjere i politike ne daju sustavno podršku novim poduzećima u sferi javnih nabavki, problem administrativnih barijera, nepostojanja alternativnih financijskih instrumenata za financiranje rasta poduzeća itd).

Pokretanje HITRO.HR projekta 2006. godine je primjer dobrog početka rješavanja problema neadekvatnog regulatornog okvira poduzetničkog djelovanja i prepreka koje otežavaju ulazak u poduzetničku aktivnost.

	Šifra	Ocjena
U Hrvatskoj, postoji mnoštvo dobrih prilika za stvaranje novih poduzeća.	ki06a01	3,42
U Hrvatskoj, novo ili rastuće poduzeće može dobiti komunalne priključke za oko mjesec dana (priključenje na plinsku, vodovodnu, električnu, i kanalizacijsku mrežu).	ki06h05	3,48
U Hrvatskoj, novo i rastuće poduzeće može podnijeti troškove osnovnih komunalnih usluga (plin, voda, električna energija, kanalizacija).	ki06h04	3,54
U Hrvatskoj, tržište robe i usluga namijenjenih krajnjim potrošačima dramatično se mijenja iz godine u godinu.	ki06g01	3,57
U Hrvatskoj je, novim i rastućim poduzećima, lagano dobiti dobre bankarske usluge (takvi: računi, devizne transakcije, krediti, i sl.).	ki06i05	3,58
U Hrvatskoj je više povoljnih prilika za stvaranje novih poduzeća, nego ljudi koji te prilike mogu iskoristiti.	ki06a02	3,61
U Hrvatskoj, fizička infrastruktura (ceste, komunalne usluge, komunikacija, odlaganje otpada) osiguravaju dobru potporu novim i rastućim poduzećima.	ki06h01	3,63
U Hrvatskoj, za novo ili rastuće poduzeće nije suviše skupo dobiti dobar pristup komunikacijskoj mreži (telefon, Internet, itd.).	ki06h02	3,69
U Hrvatskoj, povoljne prilike za stvaranje novih poduzeća značajno su se povećale u posljednjih pet godina.	ki06a03	3,89
U Hrvatskoj, novo ili rastuće poduzeće može otvoriti telefonsku liniju ili dobiti pristup Internetu za oko tjedan dana.	ki06h03	4,12

Izvor: Anketni upitnik za eksperte, 2006.

Tablica 22.
Deset najviše
ocijenjenih tvrdnji
o poduzetničkoj
okolini u Hrvatskoj,
2006. godine

	Šifra	Ocjena
U Hrvatskoj, vladine mjere i politike (na primjer javne nabavke) sustavno daju prednost novim poduzećima.	ki06b01	1,85
U Hrvatskoj, postoji adekvatna potpora raspoloživa inženjerima i znanstvenicima kojima se olakšava komercijalizacija njihovih ideja kroz nova i rastuća poduzeća.	ki06e06	1,94
U Hrvatskoj, nova poduzeća mogu dobiti sve potrebne dozvole i potpore u roku od tjedan dana.	ki06b04	2
U Hrvatskoj nije u visokoj mjeri prisutna ilegalna prodaja "piratskog" softvera, video-kazeta, CD-ova, i ostalih proizvoda zaštićenih autorskim pravom ili robnom markom.	ki06n03	2,03
U Hrvatskoj, novim i rastućim poduzećima nije preterano teško nositi se sa birokracijom, pravnom i regulatornim zahtjevima.	ki06b07	2,06
U Hrvatskoj, osnovna i srednje školsko obrazovanje povećuje adekvatnu poziciju poduzetništva i otvaranje novih poduzeća.	ki06d03	2,09
U Hrvatskoj, nova i rastuća poduzeća imaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao i velika poduzeća.	ki06e02	2,09
U Hrvatskoj, privatne osobe (osim vlasnika) važan su izvor financijske pomoći novim poduzećima i poduzećima koja rastu.	ki06a04	2,12
U Hrvatskoj mnogo ljudi zna kako pokrenuti i upravljati brzo rastućim poduzećima.	ki06d01	2,14
U Hrvatskoj, nova i rastuća poduzeća imaju dovoljno novaca za probijanje barijera pri ulasku na tržište.	ki06g04	2,17

Izvor: Anketni upitnik za eksperte, 2006.

Tablica 23.
Deset najniže
ocijenjenih tvrdnji
o poduzetničkoj
okolini u
Hrvatskoj,
2006. godine

Još uvijek jedan loš primjer - princip administrativne suradnje, na naš način

U Zakonu o općem upravnom postupku u Republici Hrvatskoj (NN 53/91, 103/96), članci 171 i 172 utvrdi kažu da državni organi koji izdaju uvjerenja odnosno druge isprave (certifikate, potvrde i dr.) **NEMORAJU** 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.

Isto to je bilo napisano i 2006. godine u što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? Rezultati GEM 2002-2005 za Hrvatsku, str. 48, ali je i ove godine naš izbor za loš primjer. Ništa se nije dogodilo, zar je to tako teško promijeniti?

Rezultati jedne dobre inicijative

Kada je Nacionalno vijeće za konkurentnost u 55 preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske (2004) posebno naglasilo prioritet skraćivanja administrativnih procedura prilikom registracije poduzeća, čime će se smanjiti vrijeme i troškovi registracije. Vlada Republike Hrvatske i FINA našle su rješenje tog problema u projektu HITRO.HR.



HITRO.HR je servis Vlade Republike Hrvatske za ubrzanu komunikaciju građana i poduzetnika sa tijelima državne uprave. Servis je baziran na one-stop-shop konceptu pružanja više usluga na jednom mjestu i sa jednog mjesta.

Usluge koje pruža HITRO.HR su: osnivanje tvrtke, otvaranje obrta, e-Mirovinsko (elektronska prijava u sustav Mirovinskog osiguranja), e-PDV (elektronska prijava poreza na dodanu vrijednost), e-Katastar (elektronska baza katastarskih čestica), e-REGOS (elektronska prijava uplata za dobrovoljni stup mirovinskog osiguranja), e-Čarter (elektronska prijava posade i brodova u naulici). Sve su te usluge dostupne putem interneta, zahvaljujući elektroničkoj infrastrukturi koju je u suradnji s partnerima (HZZMO, Regos, Ministarstvo financija) razvila FINA. Ključnu ulogu u tom procesu igra FINA-ina e-kartica sa certifikatnim elektroničkim potpisom, koja predstavlja univerzalnu platformu za elektroničko poslovanje u Hrvatskoj.

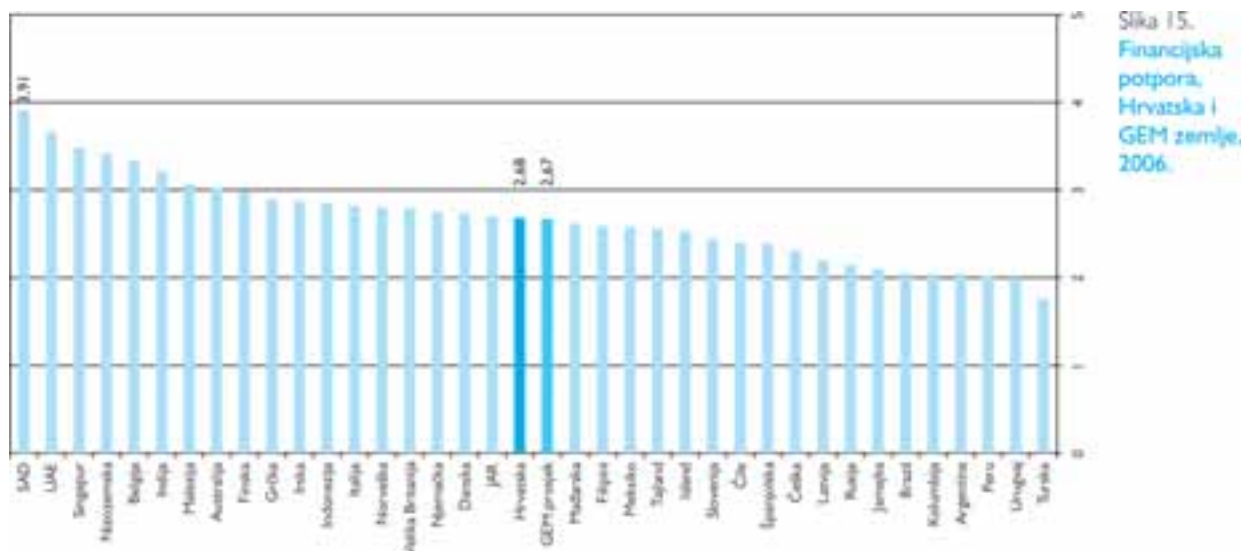
Prvi ured servisa počeo je sa radom u svibnju 2005. u Zagrebu. Tijekom 2005. i 2006. godine otvoreni su uredi u svim većim hrvatskim gradovima i županijskim središtima. Do sada je preko HITRO.HR osnovano preko 15 000 tvrtki i obrta, a od toga gotovo 500 tvrtki stranih osnivača, što čini oko 30% osnovanih tvrtki.

U suradnji sa Središnjim državnim uredom za e-Hrvatsku i tijelima državne uprave, priprema se i uvođenje novih usluga za poduzetnike i građane. U projektu HITRO.HR predviđeno je uvođenje 20 e-usluga od kojih će i 2 biti dostupno građanima, a 8 poslovnim subjektima.

Financijska potpora

Devetnaesto mjesto Hrvatske u kvaliteti financijske potpore odražava značajni pomak u 2006. godini u odnosu na 2005., ali još uvijek je među najlošije ocijenjenim aspektima financijske potpore nedovoljna prisutnost financijskih anđela (među najniže ocijenjenim tvrdnjama - ki06a04, tablica 23). Još uvijek ne postoji odgovarajući regulatorni okvir za razvoj neformalnog oblika financiranja, što uz gotovo potpuno nepoznavanje značaja takvog financiranja poduzetničkih pothvata otežava razvoj financijskog tržišta.²

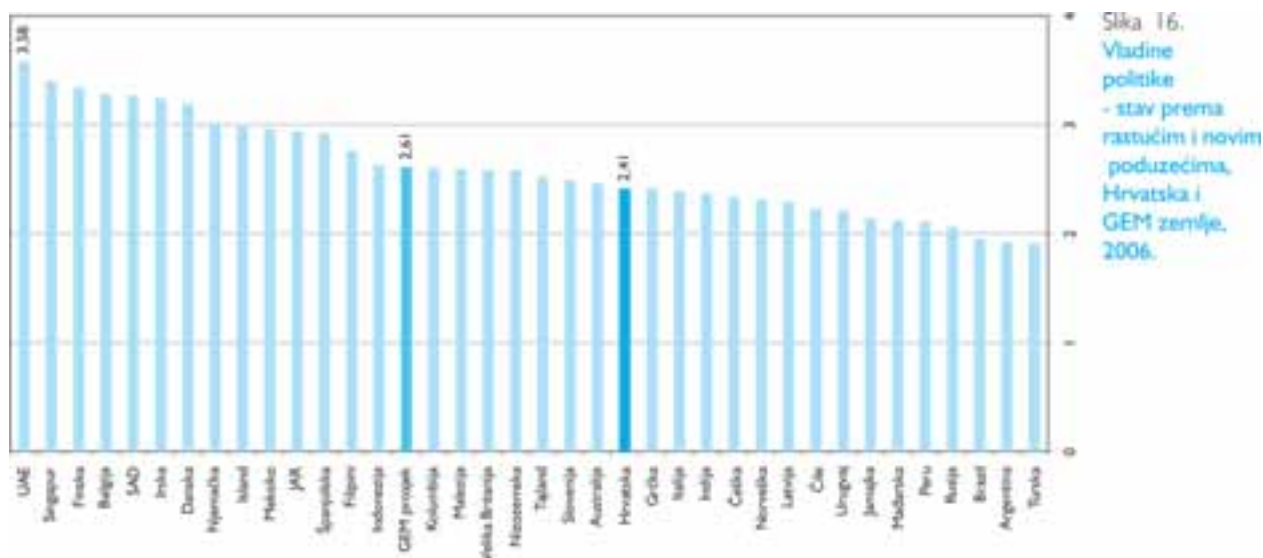
² CEPOR je u suradnji sa američkim CDVCA - Community Development Venture Capital Alliance i ekspertom za poslovne anđele profesorom Colin Masonom sa Strathclyde University iz Glasgova organizirala još 2003. godine okrugli stol **Investiranje "strpljivog" kapitala** na kojem su sudjelovali i predstavnici ministarstva financija, predstavnici fondova rizičnog kapitala u Hrvatskoj, asocijacije poduzetnika. Cilj je bio upoznati se sa strategijama razvoja fondova rizičnog kapitala kao potpore razvoja rastućih malih poduzeća, te uloji neformalnih oblika financiranja pokretanja novih pothvata i podrške rastućim poduzećima. Tada je pokrenuta i inicijativa o stvaranju regulatornog okvira za razvoj neformalnog financiranja, ali još uvijek se ništa nije dogodilo.

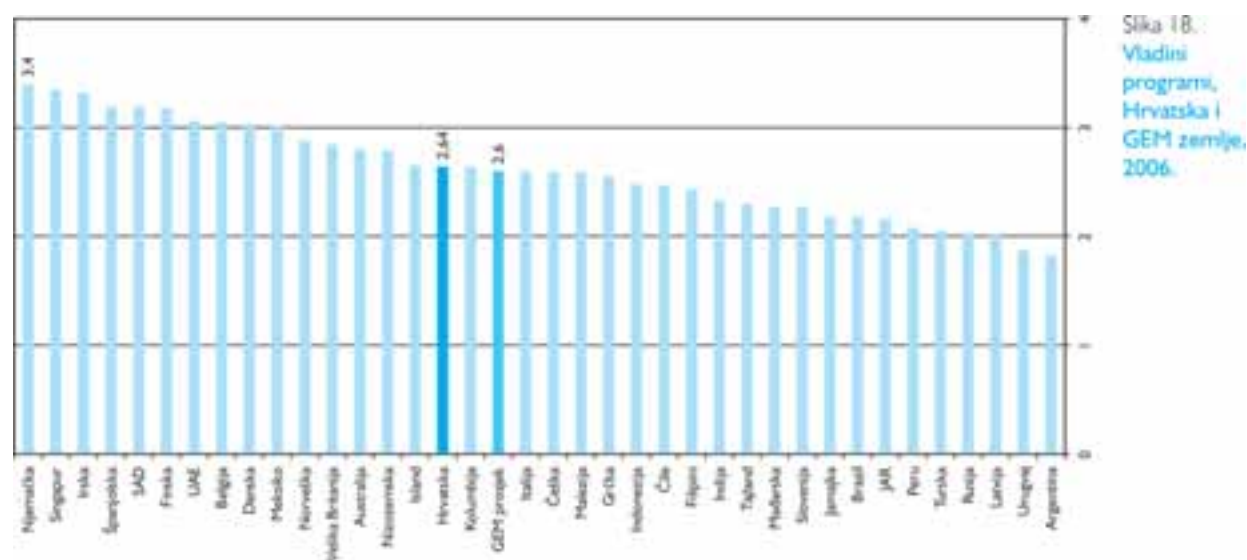
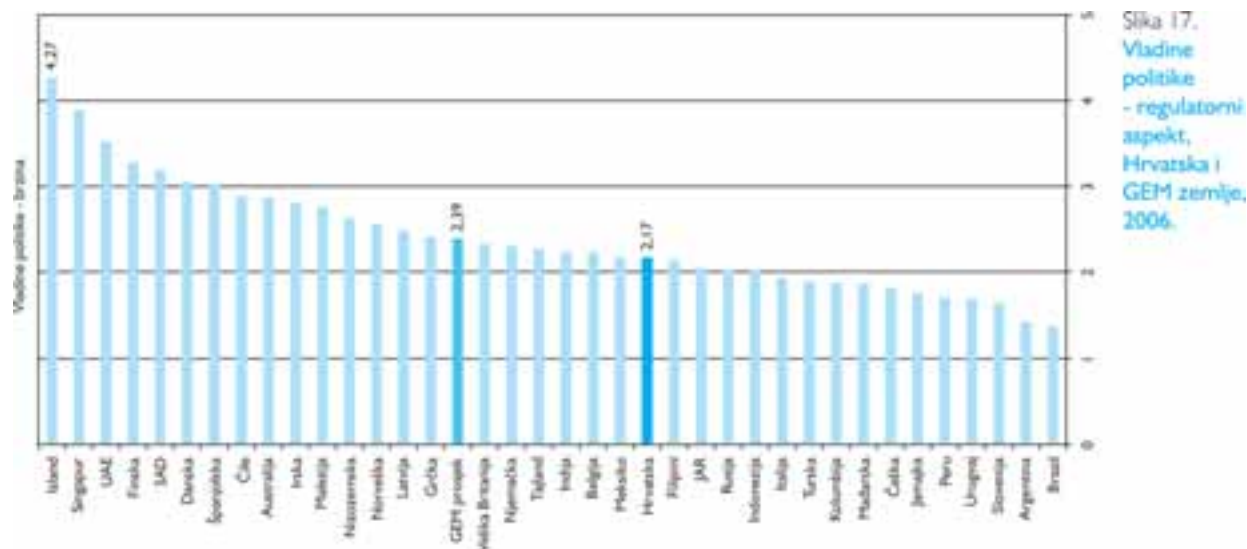


Vladine politike i programi

U 2006. godine vladine politike u području potpora i vladine politike u području regulative zauzele su isto 22. mjesto, u svojim kategorijama. Značajan skok u percepciji kvalitete vladinih politika u području kvalitete (sa 1,76 u 2005. godini na 2,17 u 2006. godini) vjerojatno ima uporište u nizu aktivnosti usmjerenih eliminiranju administrativnih barijera i olakšanja poduzetnicima komunikaciju s javnom upravom (HITRO.HR, projekt giljotine propisa i procedura). Ipak, još uvijek u deset najbolje ocijenjenih tvrdnji o poduzetničkoj okolini nema niti jedne vezane za vladine politike, a među deset najniže ocijenjenih su i tri tvrdnje vezane za vladine politike ponovo, kao i 2005. godine, što upućuje signal hitnosti za promjenu i traži odgovarajuću **policy** intervenciju.

Hrvatska je u 2006. godini još bolje rangirana po kriteriju vladinih programa (16. mjesto) kojim se vrednuje raspoloživost programa za podršku razvoja poduzetničkog kapaciteta u zemlji. .

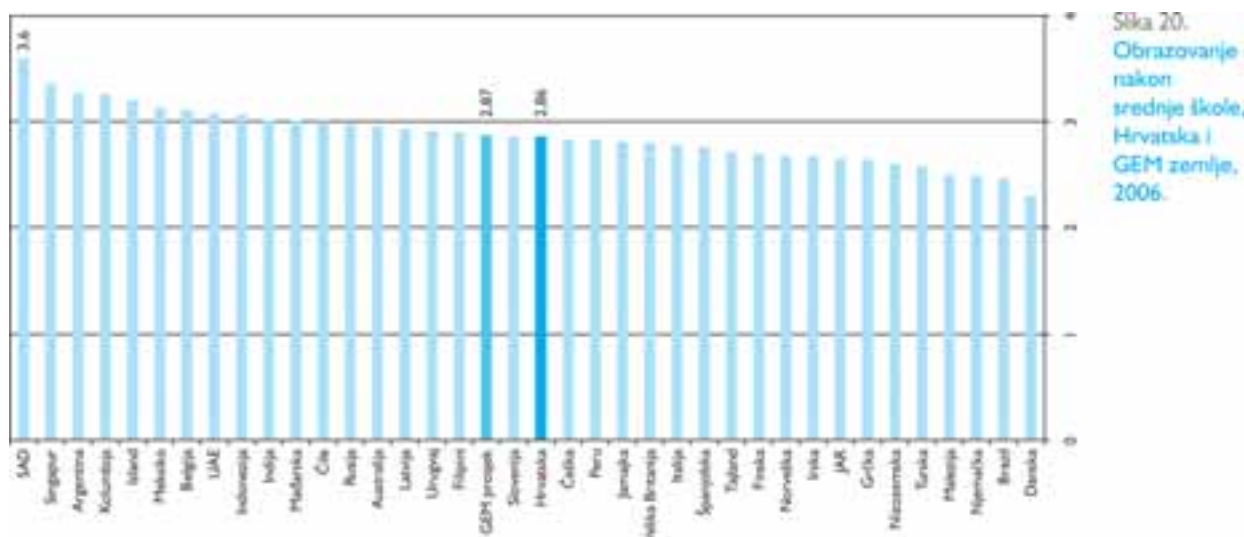
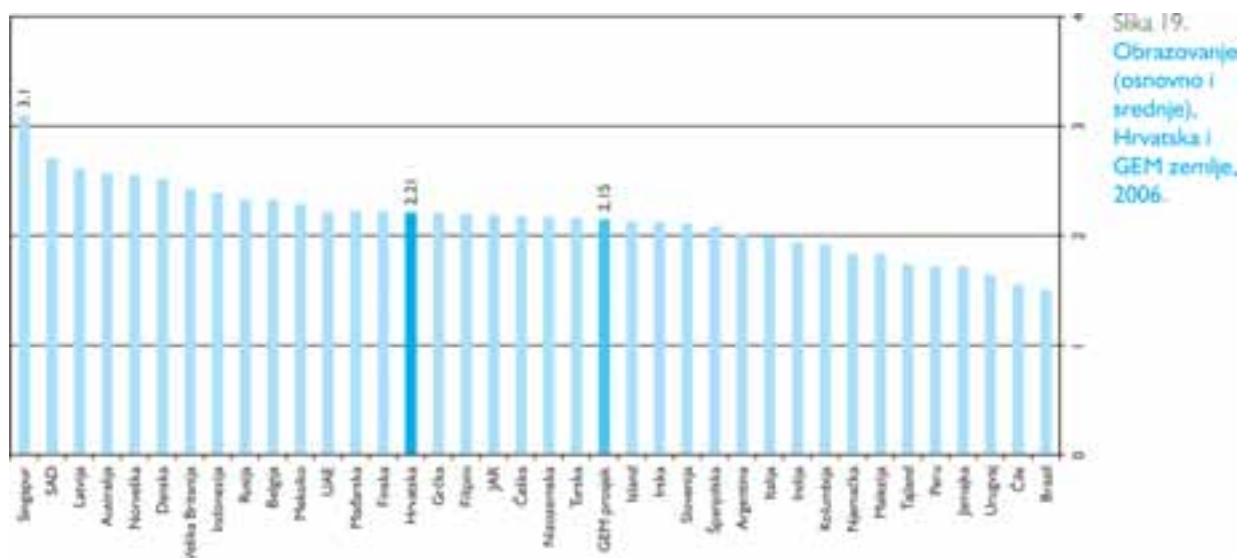




Obrazovanje

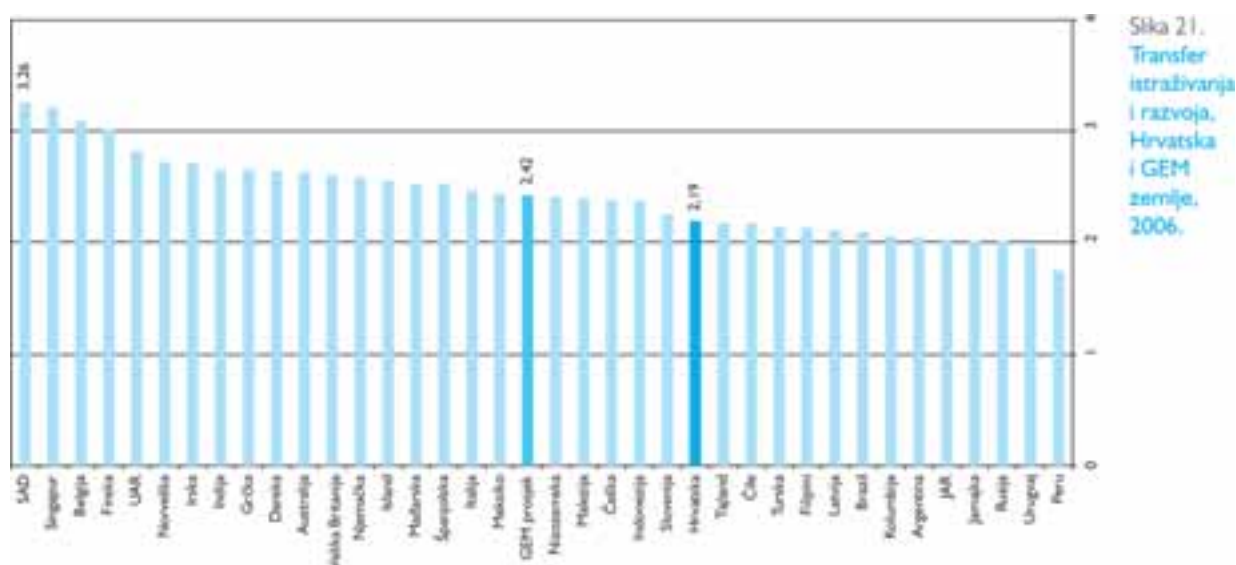
Razlika u rangiranju Hrvatske prema kvaliteti primarnog i sekundarnog obrazovanja (15. mjesto) u odnosu na terciarnu razinu obrazovanja (19. mjesto) još uvijek govori o jazu, ali se u odnosu na 2006. godinu taj jaz u percepciji kvalitete smanjuje (bilo je 22. mjesto i 29. mjesto u 2005. godini).

Međutim, i u 2006. godini, osnovno i srednješkolsko obrazovanje nedovoljno doprinosi razvoju poduzetničkog kapaciteta mladih, što se pokazalo i u ekspertskom izuzetno niskom vrednovanju tog aspekta osnovnog i srednješkolskog obrazovanja u okviru deset najniže vrednovanih tvrdnji (ki06d03, tablica 23). 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 osposobljenosti obrazovnog sektora za implementaciju.



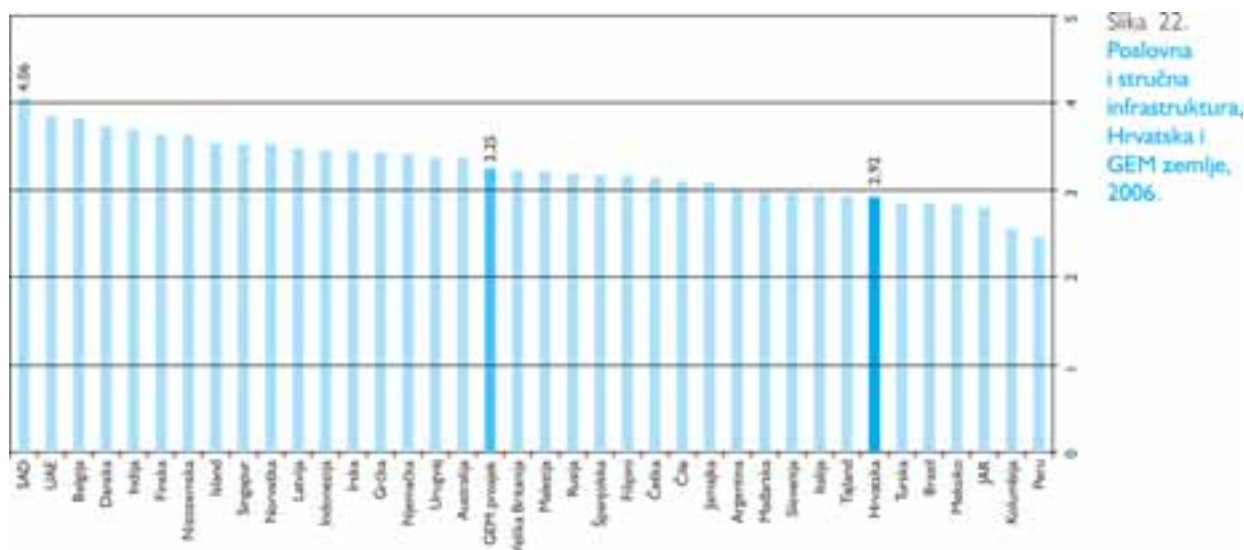
Transfer istraživanja i razvoja

Kvaliteta transfera istraživanja i razvoja sa sveučilišta i istraživačkih centara u gospodarsku praksu je i u 2006. godini, kao i 2005. godine, među najlošije ocijenjenim komponentama poduzetničke okoline u Hrvatskoj. Posebno je značajno što su među deset najlošije ocijenjenih tvrdnji i dvije koje upućuju na značajan problem transfera istraživanja i razvoja u poslovni sektor: eksperti smatraju da ne postoji adekvatna potpora raspoloživa inženjerima i znanstvenicima kojom se olakšava komercijalizacija njihovih ideja kroz nova i rastuća poduzeća (ki06e06, tablica 23), te da nova i rastuća poduzeća nemaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao velika poduzeća (ki06e02, tablica 23). Iako se percepcija kvalitete zaštite intelektualnog vlasništva u 2006. godini značajnije popravila u odnosu na 2005. godinu (slika 3 I.), još uvijek je transfer istraživanja i razvoja značajna slaba točka poduzetničke okoline u Hrvatskoj.



Poslovna i stručna infrastruktura

S obzirom da je upravo komponenta poslovne i stručne infrastrukture bila značajno zastupljena u vladinim programima, pozicioniranost Hrvatske u 2006. godini na začelje (31. mjesto od 37 zemalja) po kvaliteti poslovne i stručne infrastrukture i dalje može zvučati razočaravajuće. U GEM istraživanju ova komponenta opisana je kroz postojanje mreže poslovne i stručne infrastrukture, ali i razinom mogućnosti da si poduzeća mogu priuštiti usluge takvih institucija, te da se radi o uslugama visoke kvalitete. Poslovna i stručna infrastruktura postoji (poduzetničke zone, centri za poduzetništvo, inkubatori), ali je problem u adekvatnosti i kvaliteti usluga. Među deset najniže ocijenjenih tvrdnji nalazi se i tvrdnja koja upozorava da poduzetnici, budući i postojeći, osjećaju nedostatak znanja za pokretanje poslovnih pothvata s potencijalom rasta i upravljanje brzo rastućim poduzećima.



Dobar primjer - edukativni program za vlasnike budućih hrvatskih gazdala

Potreba postoji - tako kažu poduzetnici,
dobar proizvod postoji - i to potvrđuju poduzetnici,
ali nema dovoljno obučениh trenera

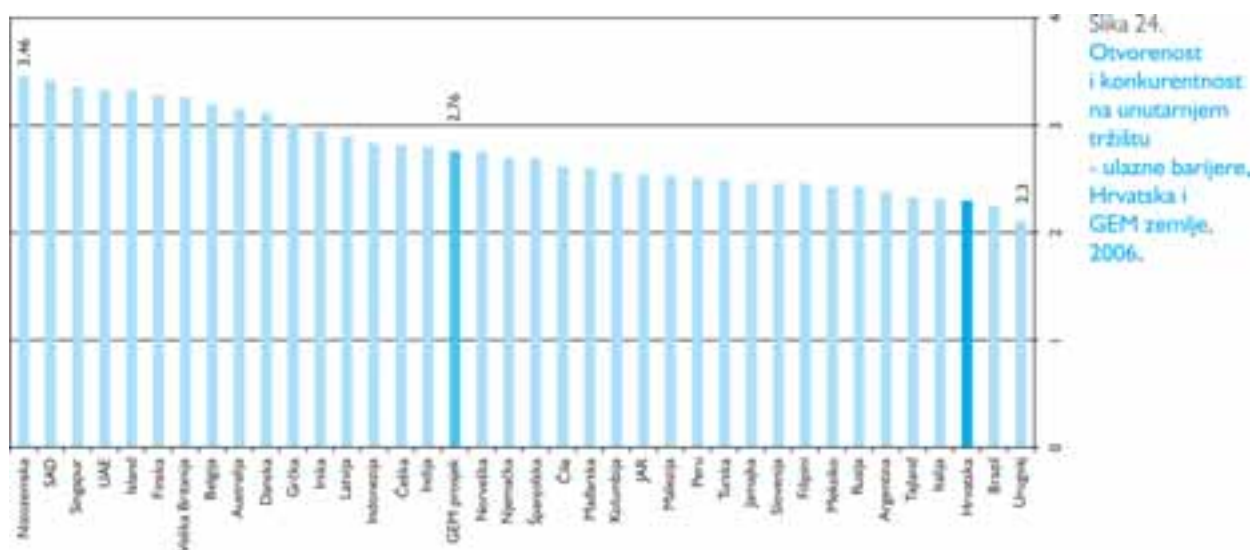
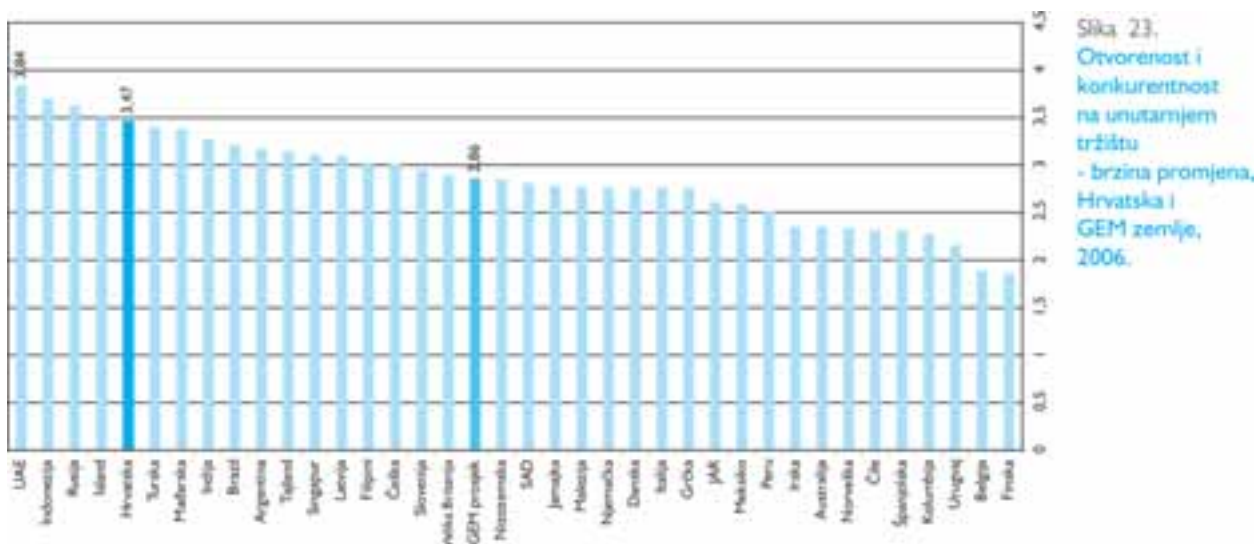
Rast i razvoj Vašeg poduzeća www.razvoj.biz je program poslovnog razvoja, namijenjen isključivo poduzetnicima, čiji poslovni poduhvati imaju potencijal rasta i koji ih žele razvijati. Program je nastao uz financijsku podršku Ministarstva obrta, malog i srednjeg poduzetništva, European Training Foundation i Open Society Institute. Program je dobar primjer pažljivog prilagođavanja uspješne svjetske prakse potrebama rastućih poduzetnika u Hrvatskoj. Program čine 22 radionice, raspoređene u 14 termina u 7 mjeseci (travanj-studenj). 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.poduzetnistvo.org) kao poduzetnički skok samog Centra prema razvoju visoko kvalitetnih edukativnih programa fokusiranih na rastuća poduzeća. U 2006. godini provedena su tri ciklusa, dva u Šibeniku i jedan u Osijeku, što potvrđuje postojanje potrebe. Uz podršku Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva (npr. vaučenju) poduzetnici bi svoju potrebu za takvim programom brže "pretočili" u potražnju. Centar za poduzetništvo u Osijeku će u 2007. godini lansirati program u Hrvatskoj kroz obuku trenera i savjetnika u programu, u početku uključivanjem studenata poslijediplomskog studija Poduzetništva sa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Tržišni mehanizmi

Komponenta tržišnih mehanizama promatra se kroz dinamičnost promjena i prisutnost ulaznih barijera na unutarnjem tržištu. U 2006. godini percepcija eksperata o te dvije dimenzije ove komponente još više govori o jazu: po brzini promjena na unutarnjem tržištu Hrvatska drži visoko 5. mjesto (slika 23.), ali po prisutnosti barijera nalazi se na nezavidnom predzadnjem 35. mjestu (slika 24.). Iz godine u godinu se ove konstatacije ponavljaju i to ne samo u GEM istraživanju, nego i u istraživanjima koje provodi Svjetska banka (Doing Business), te Nacionalno vijeće za konkurentnost u okviru istraživanja konkurentnosti, koje provodi World Economic Forum. Uporna prisutnost barijera i nepostojanje konzistentnih i odlučnih politika za njihovo eliminiranje otvara put za korupciju, što samo dodatno povećava odgovornost vlade za njihovo eliminiranje. I pored dobrog iskustva s HITRO.HR, to nije dovoljno, jer treba pojednostaviti procedure, učiniti ih

transparentnim. Još uvijek se među deset najniže ocijenjenih tvrdnji nalaze tri koje govore o postojanju snažnih administrativnih barijera (ki06b04 - dobivanje potvrda i dozvola u roku od tjedan dana; ki06b07 - poduzećima je teško nositi se s birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima; ki06g04 - nova i rastuća poduzeća nemaju dovoljno novaca za probijanje barijera pri ulasku na tržište, tablica 23).

Međutim, za ulazak na tržište potrebne su i informacije o trendovima, rizicima i slično. Velika poduzeća si češće mogu priuštiti takve informacije, ali mala poduzeća rijetko. Zbog toga je izuzetno važno imati javno dostupne informacije kao podlogu za odlučivanje ili za ulazak u pojedinu industriju ili o tome da li i kako rasti. Među deset najniže ocijenjenih tvrdnji je i tvrdnja koja govori kako nova i rastuća poduzeća nemaju jednak pristup novoj tehnologiji i istraživanjima kao i velika poduzeća (ki06e02, tablica 23).



Dva nova dobra primjera - stvaranje benchmarking mogućnosti

Primjer 1:

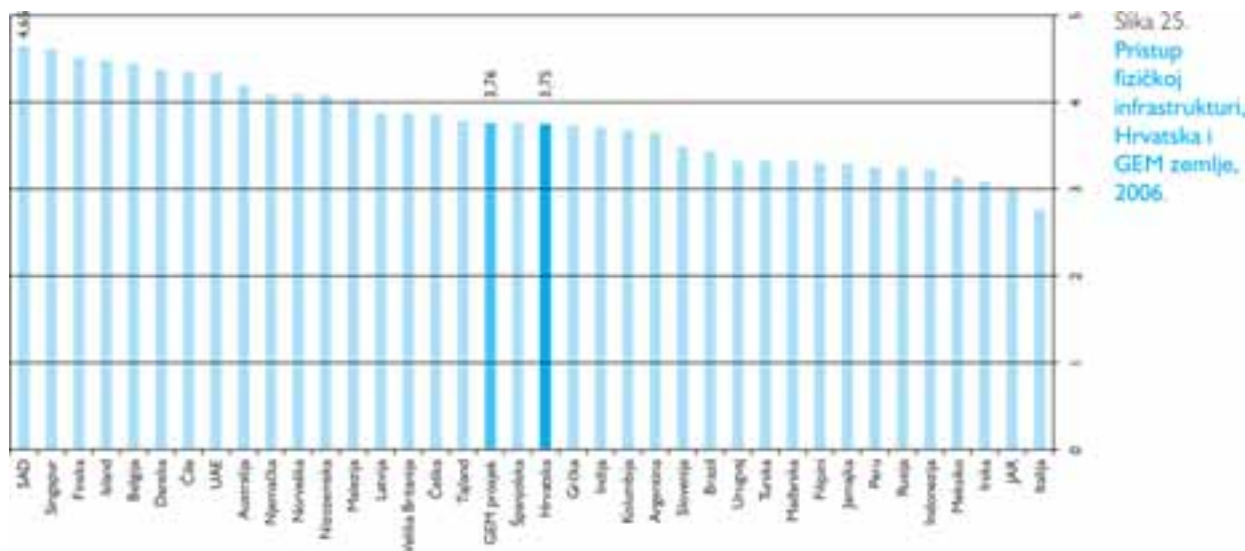
Centar za poduzetništvo u Osijeku i Ekonomski fakultet u Osijeku, u suradnji sa mariborskim Institutom za istraživanje poduzetništva i austrijskim Institutom za istraživanja malih i srednjih poduzeća (KMU-Forschung Austria), izradili su tri studije o stanju i trendovima u turizmu, vinarstvu i građevinarstvu (stanogradnji), u okviru projekta South-Eastern Europe Network for Improving Industry Research, financiranog od Austrian Science and Research Liaison Office. Izrađene studije su primjer kako se informacije/podaci iz "otvorenih" izvora mogu sistematizirati i staviti na raspolaganje svima koji odlučuju o strateškim alternativama na razini poduzeća i procjenjuju rizike takvih odluka. Svaka studija obuhvaća informacije o trenutnoj situaciji u kojoj se analizirana industrija nalazi (dobavljači, konkurencija, kupci, tehnološke promjene...), snage i slabosti industrije, utvrđivanje trendova i predviđanje tendencija u budućnosti. Od 1. lipnja 2007. godine ove studije se mogu pogledati na web stranici Centra za poduzetništvo u Osijeku: www.poduzetnistvo.org i web stranici poslijediplomskog studija Poduzetništvo na Ekonomskom fakultetu u Osijeku www.psp.efos.hr.

Primjer 2:

FINA je 1. prosinca 2006. godine na tržište plasirala novi proizvod, pod nazivom BONPLUS. Riječ je o novoj, proširenoj verziji bonitetne informacije koja sadrži još kvalitetnije, jasnije, preglednije te lakše razumljive podatke i informacije koje pomažu u poslovnom odlučivanju. Temelji se na skupu podataka i informacija iz više različitih izvora, odnosno iz Registra godišnjih financijskih izvještaja (podaci iz financijskih izvještaja za tri poslovne godine), Jedinственог регистра računa (dnevno ažurni podaci o računima poduzetnika) i Registra trgovačkog suda. BONPLUS, osim osnovnih podataka o poduzetniku, sadrži i podatke i informacije o registraciji društva, o obliku vlasništva te članovima Uprave i većinskim vlasnicima, o iznosu temeljnog kapitala te popis djelatnosti za čije je obavljanje poduzetnik registriran. Jednako tako, u BONPLUS-u su izražene financijske informacije tijekom posljednje tri godine, i to o imovini i izvorima sredstava, o rezultatima poslovanja i o pokazateljima poslovanja s objavljenjima. Po prvi puta, bonitetna informacija sadrži i ocjenu financijskog rejtinga, odnosno procjenu buduće sposobnosti poduzetnika da svoje obveze ispunjava u preuzetim rokovima i iskazana je, prema FINA-inoj rejting skali, ocjenom od 1 do 8. Sve informacije o BONPLUS-u te ostalim FINA-anim proizvodima mogu se pronaći na FINA-inoj web stranici www.fina.hr, putem e-pošte na adresi info@fina.hr, ili na besplatnom telefonu 0800 0080.

Pristup fizičkoj infrastrukturi

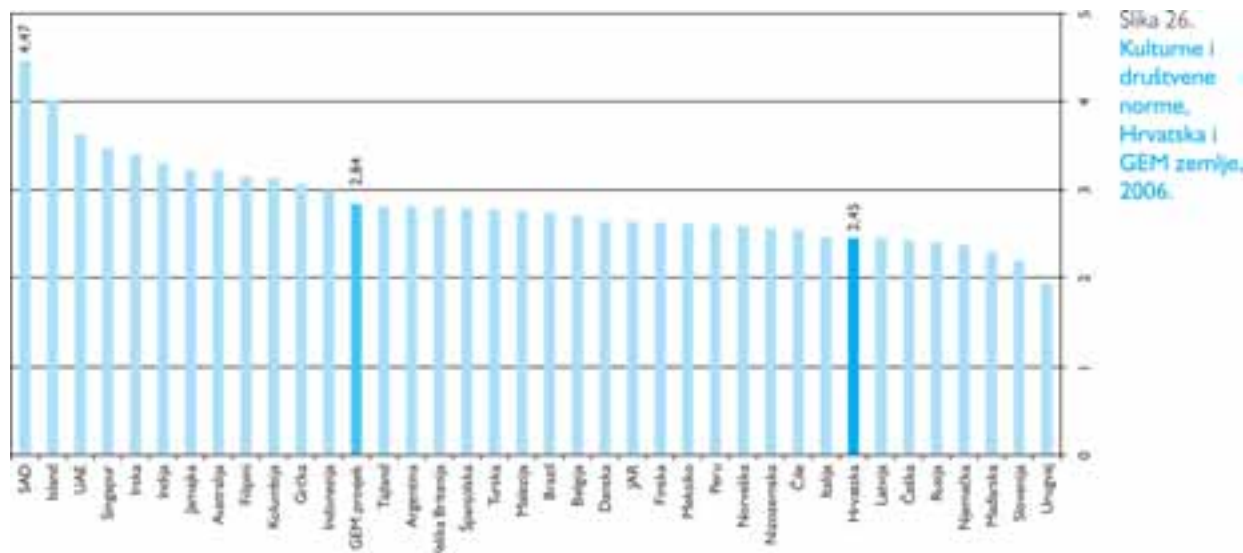
Zadovoljstvo učinjenim u razvoju fizičke infrastrukture vidljivo je u još bolje ocijenjenoj kvaliteti te komponente poduzetničke okoline i u 2006. godini. Po percepciji kvalitete fizičke infrastrukture, Hrvatska se nalazi na razini prosjeka GEM zemalja.

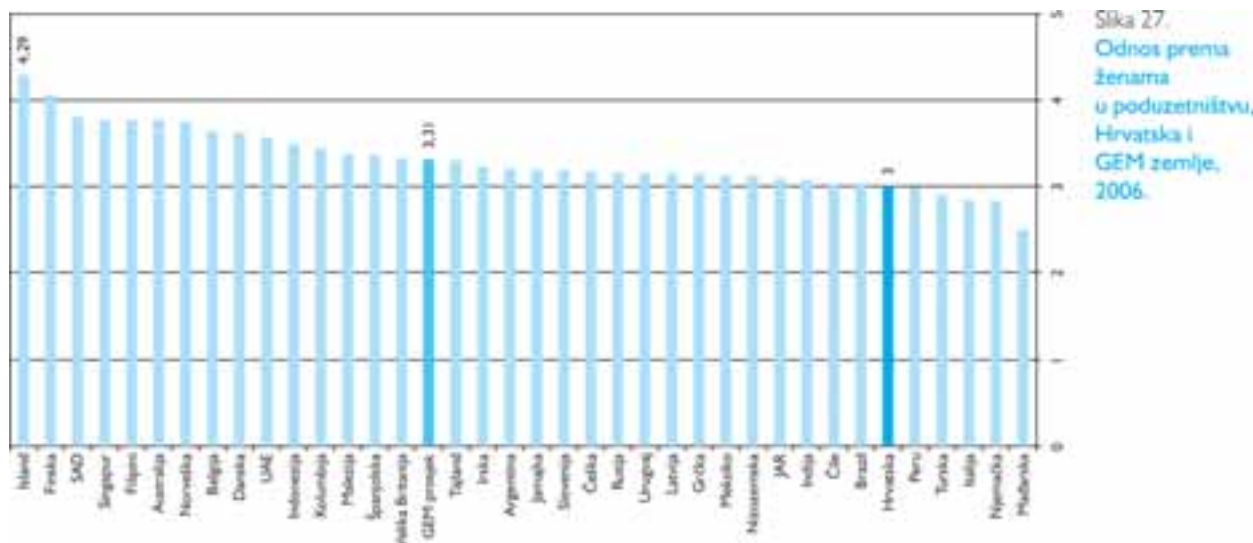


Kulturne i društvene norme

Ishodište svih aktivnosti koji podržavaju razvoj poduzetničke okoline i poduzetničkog kapaciteta u GEM istraživanju su kulturne i društvene norme, opisane kroz samodovoljnost, inicijativu, preuzimanje rizika, kreativnost i individualnu odgovornost. Od zadnjeg mjesta koje je Hrvatska držala u 2005. godini, pomaknuli smo se na 33. od 37 zemalja. Promjene u kulturnim i društvenim normama su najteže i za njih je potrebno najviše vremena, što još više naglašava nužnost suradnje različitih politika, programa i institucija (od obrazovanja do medija). Od 2002. godine, kada je ocjena kulturnih i društvenih normi u smislu podržavanja poduzetničke kulture bila 2,17, u 2006. godini se uspjela "popeti" do 2,67. Prosjek GEM zemalja je 2,84, ali je u SAD 4, 47. Upravo činjenica da SAD toliko značajno odskaku u toj komponenti poduzetničke okoline bila je i poticaj Europskoj uniji da definira poduzetništvo kao jednu od osam cjeloživotnih vještina, te da se raznim dugoročnim aktivnostima razviju vrijednosni stavovi koji to podržavaju, kao što je to slučaj i u SAD.

Jedan test kulturnih i društvenih normi je i stav prema uključenosti žena u poduzetničko djelovanje: iza Hrvatske su samo Peru, Turska, Italija, Njemačka i Mađarska. Uz promjenu kulturološkog stava prema ulozi žena u poduzetništvu, za ostvarivanje jačih promjena potrebno je raditi i na stvaranju uvjeta da se neke vrijednosne norme mogu i realizirati (npr. dobra mreža usluga koje olakšavaju obiteljski život).





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 sposobnost da se prepoznata prilika pretvori u pothvat.

Poduzetnički kapacitet opisan je s dvije dimenzije:

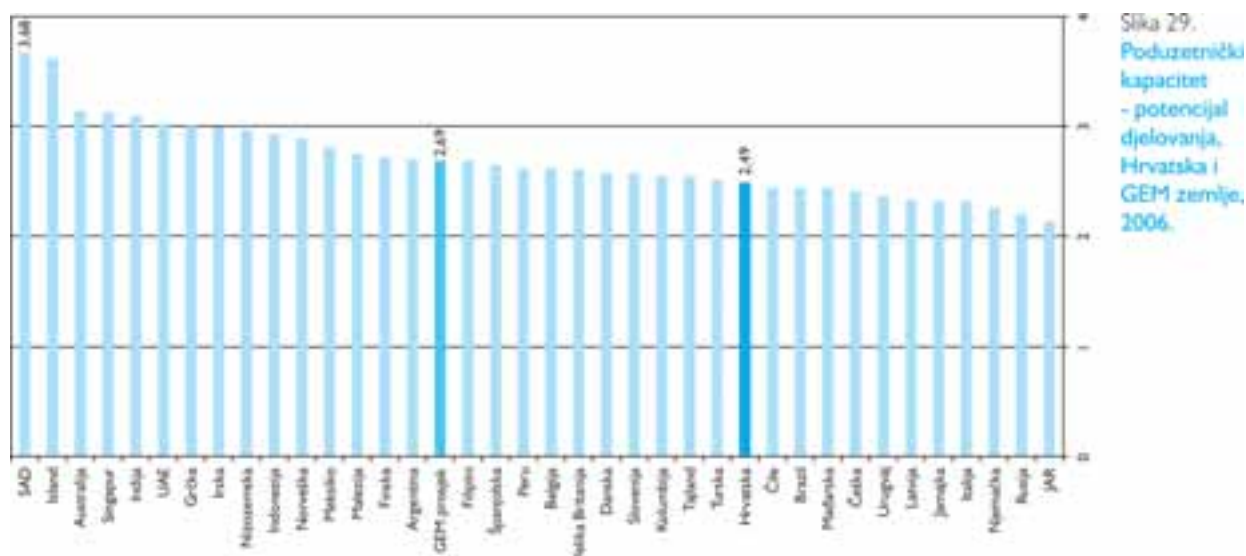
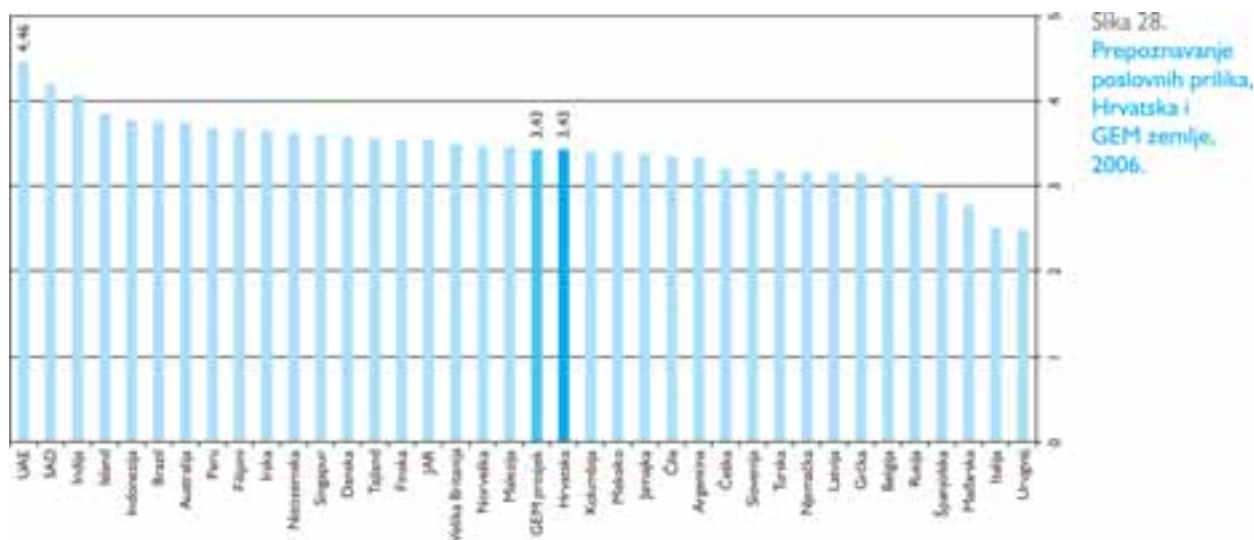
- dimenzija potencijala obuhvaća jednostavne procedure pokretanja poduzetničkog pothvata, postojanje znanja i vještina kako pothvat pokrenuti i brzinu reagiranja na prilike
- dimenzija motiviranosti obuhvaća vrijednosne norme prema poduzetništvu kao poželjnoj karijeri, visok društveni status poduzetnika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

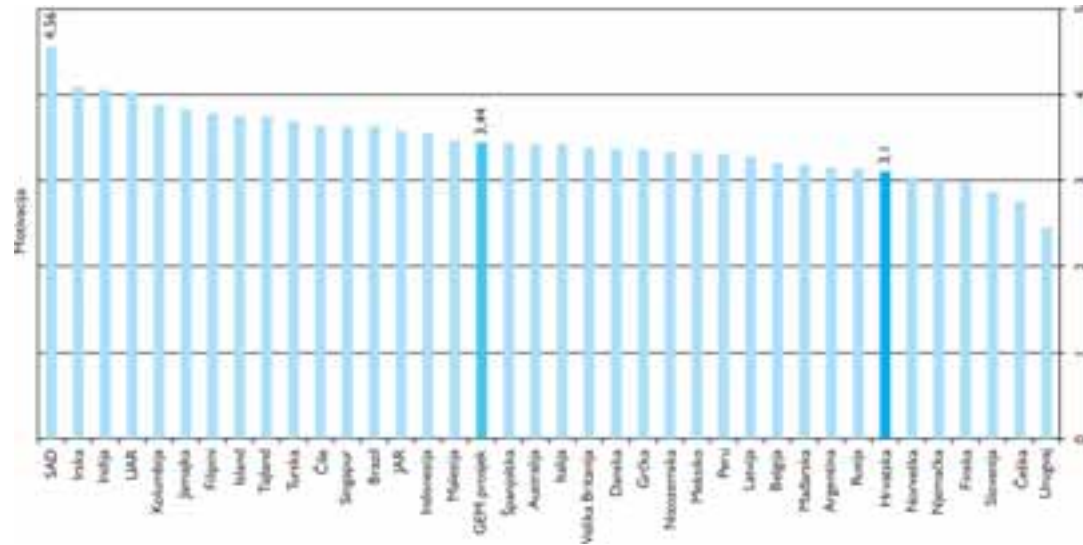
Komponenta "stav prema rastućim poduzećima" opisana je kroz osvještavanje kreatora nacionalnih politika o važnosti rastućih poduzetničkih pothvata, postojanje brojnih inicijativa potpore "skrojenih" za potrebe brzo rastućih pothvata i raspoloživost odgovarajućih kompetencija.

U 2006. godini ostvareni su pozitivni pomaci u ocjeni svih ovih komponenti poduzetničke djelotvornosti. Međutim, još uvijek se ne zatvara jaz koji postoji između dinamičnosti promjena na tržištu (po čemu je Hrvatska na visokom 5. mjestu od 37 GEM zemalja) i kapaciteta "prepoznavanje poslovnih prilika" što uključuje i pretvaranje uočenih prilika u pothvat (20. mjesto, od 37 zemalja). "Prozor prilika" koje otvara dinamičnost promjena na tržištu neće ostati zauvijek otvoren, potrebno je uhvatiti prilike onda kada se pojave. Odgovornost za neiskorištenje prilika je na neuklanjanju ulaznih barijera, ali i niskoj razini poduzetničkog kapaciteta. Po obje dimenzije poduzetničkog kapaciteta (potencijal, motiviranost), Hrvatska se nalazi na začelju GEM zemalja: 26. mjesto po dimenziji potencijala i 31. mjesto po dimenziji motiviranosti.

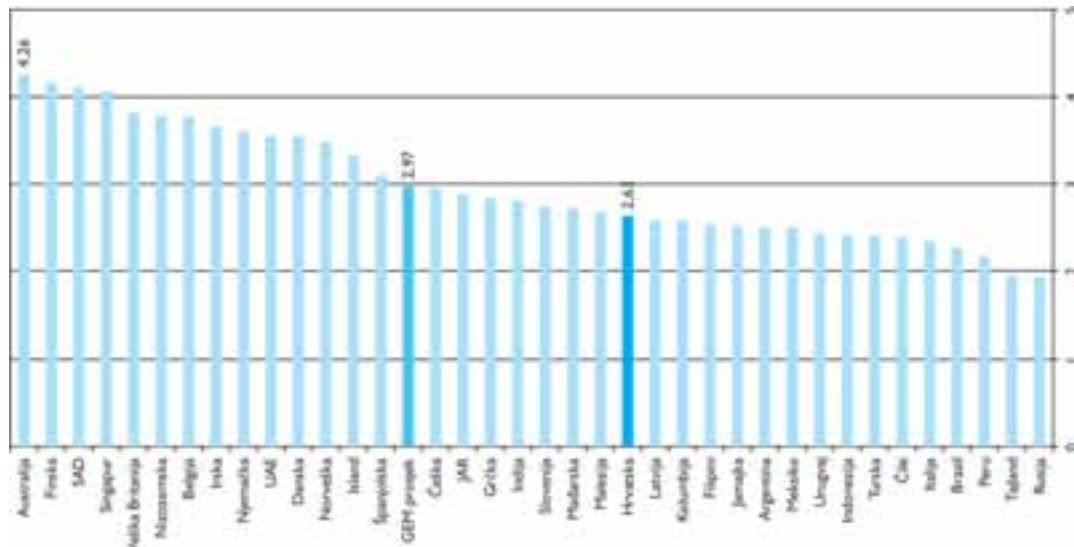
Ovu lošu sliku popravljaju značajna promjena u stavu prema rastućim poduzećima, jer smo se sa 31. mjesta od 33 zemalja u 2005. godini popeli na 22. mjesto od 37 zemalja u 2006. godini. Ali, Irska je sva u rastućim poduzećima, prosječna ocjena stava prema toj elitističkoj skupini poduzeća koja JEDINA značajnije kreiraju nova radna mjesta i novu vrijednost je 4,11!

Poduzetnička djelotvornost je sinergijski efekt svih komponenti poduzetničke okoline, pa se i može mijenjati SAMO kroz promjenu tih komponenti. O konzistentnosti svih intervencija u vremenu i prostoru (tj. između različitih nositelja odgovornosti) ovisi hoće li taj proces poboljšanja poduzetničke djelotvornosti biti brži ili sporiji.

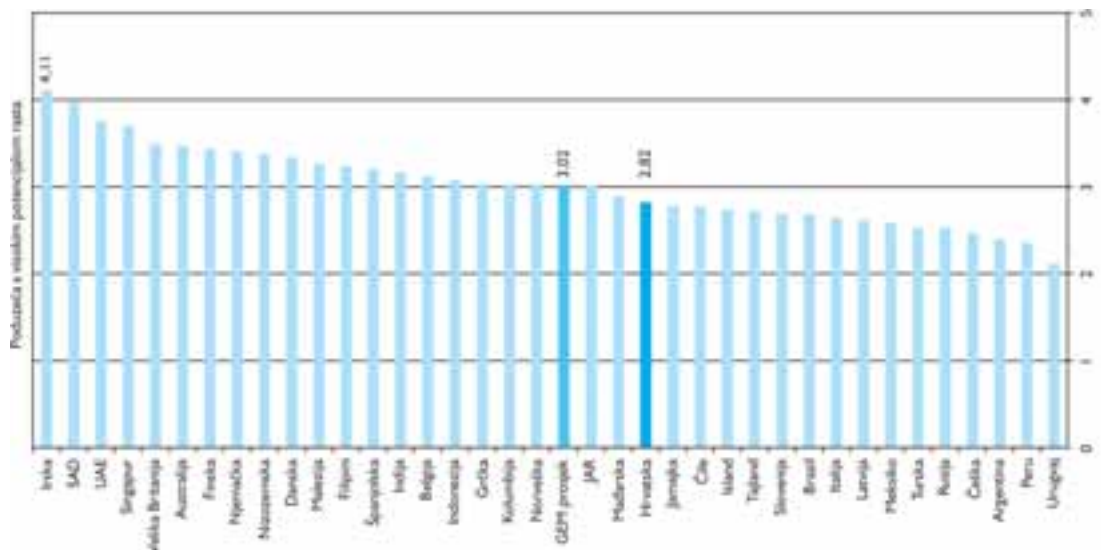




Slika 30.
Poduzetnički kapacitet - motivaciji Hrvatska i GEM zem 2006.



Slika 31.
Zaštita intelektualnog vlasništva, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.



Slika 32.
Stav prema rastućim poduzećima, Hrvatska i GEM zemlje, 2006.

4 Zaključci i preporuke za povećanje poduzetničkog kapaciteta Hrvatske

Zaključci u 2006. kao i u 2005.: bolje, ali može još bolje!

Preporuke - može li više zajedništva, više istovremenosti i brže?

Sudjelovanjem u GEM istraživanju Hrvatska je dobila mogućnost praćenja svoje poduzetničke aktivnosti po modelu koji omogućava vertikalnu usporedivost u vremenu i horizontalnu usporedivost s drugim zemljama. Činjenica da u GEM istraživanju sudjeluju najrazvijenije zemlje svijeta daje neprocjenjivu vrijednost uspored-bama koje svaka zemlja sudionica može kopistiti u oblikovanju svojih vizija i ciljeva, te strategija njihovog ostvarenja. Upotrebljivost rezultata istraživanja je višestruka: od upoznavanja s anatomijom poduzetničkog kapaciteta zemlje, učenja iz iskustava drugih do izgradnje kapaciteta poduzetničkog upravljanjem promjena-ma na političkoj razini odlučivanja (nacionalna politika izgradnje poduzetničke okoline koja stimulira razvoj na principima inovativnosti, znanja i otvorenosti), na razini poslovnih sistema i na osobnoj razini.

Zaključci u 2006., kao i 2005.: bolje, ali može još bolje!

Poduzetnička aktivnost Hrvatske u 2006. godine omogućava sljedeće zaključke:

- Dobre vijesti o napuštanju začelja ranga GEM zemalja s obzirom na razinu TEA indeksa u 2005. godini nisu bile slučajne. U 2006. godini nastavljeno je daljnje intenziviranje poduzetničke aktivnosti, te je Hrvatska s 8,58 TEA indeksom na 18. mjestu od 42. zemlje.
- Dok je Hrvatska u 2005. godini bila jedina GEM zemlja s motivacijskim indeksom ispod 1 (što govori o više poduzetnika koji su u poduzetničku aktivnost ušli zbog nužnosti a ne svojim izborom zbog uočene prilike), u 2006. godini motivacijski indeks od 1,16 govori o važnom obratu, ali još uvijek daleko od GEM prosjeka od 6,06.
- Stopa "odrastanja" koja govori o prijelazu u status "odraslih" poduzetnika, s poduzetničkom aktivnosti dužom od 42 mjeseca, još uvijek je daleko od GEM prosjeka (Hrvatska 0,48; GEM zemlje 0,81).
- Poduzetnička aktivnost Hrvatske u europskoj perspektivi važna je informacija za kreatore vladinih politika i programa: uspoređujući se sa prosjekom 16 zemalja Europske unije koje su uključene u GEM istraživanje, Hrvatska ima najvišu razinu TEA indeksa, ali i najvišu razinu TEA nužnost, a samo četiri zemlje imaju manje "odraslih" poduzetnika.
- Još uvijek malo poduzeća s potencijalom rasta: u clusteru zemalja kojima pripada i Hrvatska po razini bruto domaćeg proizvoda po stanovniku, Hrvatska ima više poduzeća koja ulažu u nove tehnologije, ali još uvijek nema novih proizvoda: čak 71% novih poduzeća i 70% "odraslih" ima proizvode koji nisu nikome novi, dok je u clusteru srednje razvijenih zemalja to slučaj kod 51% novih poduzetnika i 63% "odraslih" poduzetnika. Skokoviti rast očekivanja novog zapošljavanja u 2005. godini u odnosu na prethodne godine, upravo u kategoriji od 20 i više zaposlenih (na 15% kod novih poduzetnika i 18% kod "odraslih" poduzetnika), u 2006. godini nije nastavljen.
- Regionalna distribucija poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj se ujednačava, i to zbog snažnog jačanja poduzetničke aktivnosti u Slavoniji i Baranji, u Lici i Banovini, te Sjevernoj Hrvatskoj. Međutim, razlika u motivacijskom indeksu još uvijek upućuje na značajne razlike u poduzetničkom kapacitetu, jer Slavonija i Baranja, te Lika i Banovina su jedine regije s motivacijskim indeksom nižim od 1.
- Poduzetnička okolina u Hrvatskoj postaje sve bolja: u 2006. godini sve komponente poduzetničke okoline dobile su veće ocjene nego u 2005. godini, ali još uvijek, kao i u 2005. godini, samo dvije komponente imaju ocjene iznad 3:
- pristup fizičkoj infrastrukturi (3,75 u 2006. godini, 3,35 u 2005. godini)
- otvorenost unutarnjeg tržišta - brzina promjena (3,47 u 2006. godini, 3,05 u 2005. godini)

Najslabije ocjenjene komponente poduzetničke okoline po kojima smo još uvijek u začelju su:

- otvorenost tržišta - administrativne barijere, 35. mjesto od 37 zemalja
- komercijalna i profesionalna infrastruktura, 31. mjesto od 37 zemalja
- kulturne i društvene norme, 30 mjesto od 37 zemalja
- transfer istraživanja i razvoja, 24 mjesto od 37 zemalja

Preporuke - može li više zajedništva, više istovremenosti i brže?

Poduzetništvo kao integralni fenomen djelovanja pojedinaca u interakciji s okolinom ovisi o brojnim faktorima, čije preoblikovanje iz ograničavajućeg u stimulantno djelovanje zahtijeva angažiranje različitih društvenih segmenata, potrebne su različite intervencije i sve to ima i različite resursne i vremenske zahtjeve. U odnosu na 2005. godinu, niti jedna od petnaest preporuka nije zastarjela, sve su još uvijek aktualne. Poduzetnička aktivnost Hrvatske u 2006. godini samo je naglasila određene prioritete fokusiranja:

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

Hrvatska je mala zemlja vrlo ograničenih resursa, suočena s ogromnim izazovima temeljitog "pospremanja" svog političkog, ekonomskog i društvenog prostora i izgradnje institucionalnog i osobnog poduzetničkog kapaciteta potrebnog za sudjelovanje u globalnim procesima koji nas ne mimoilaze. Zbog toga je više nego ikada potrebno ostvariti konsensus na razini vizije, a ciljeve i strategije aktualizirati, ovisno o situaciji. Strateški okvir za razvoj 2006 - 2013 i aktivnosti vezane za pristupanje Europskoj uniji su polazišta za strateški savez za promjene, a konkurentnost i poduzetništvo u tome su najvažnije poluge za ostvarivanje "rasta i zapošljavanja u konkurentnom tržišnom gospodarstvu koje djeluje u europskoj socijalnoj državi 21. stoljeća".

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

Autio, E. (2007) *GEM 2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship*, London Business School, Babson College, Mazars, USA

Bosma, N. and R. Harding: *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results*; London Business School and Babson College, 2007.

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*, Institut 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

Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman Peterka S., (2006), Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? - Rezultati GEM za Hrvatsku, 2006, 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, Bruxelles, 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:

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

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 (2006) Strategija razvoja gospodarstva Grada Osijeka: od industrijskog do inteligentnog grada, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku

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 Economics in Transition, Forum on Best Practice in the Development of Entrepreneurship and SMEs in Countries in Transition: The Croatian and Slovenian Experiences, United Nations, Economic and Social Council, Economic Commission for Europe, Geneva

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

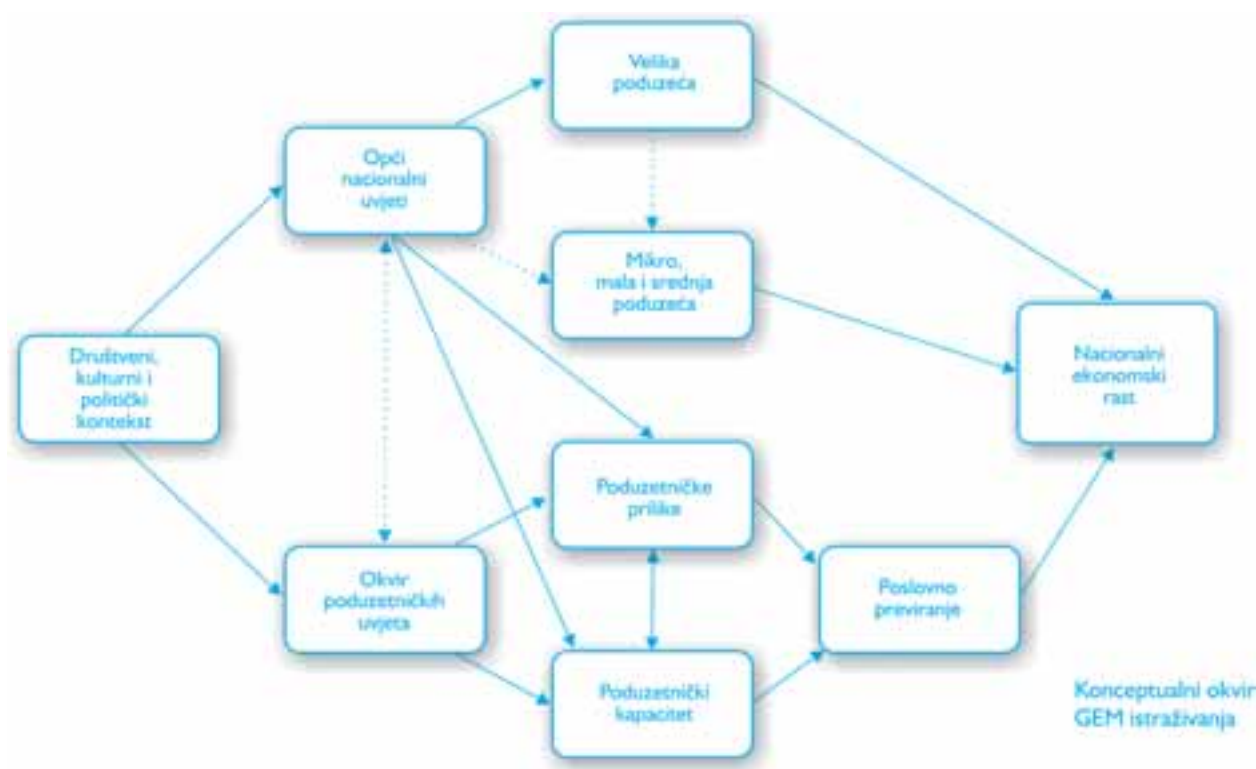
Singer, S., S. Oberman Peterka (2006) Entrepreneurship across campus: How far Croatian universities are from it?, PODIM, Maribor

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

Konceptualni okvir i metodologija

GEM istraživanje temelji se na konceptualnom okviru u kojem se 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:



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:

Financijski 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

GEM istraživanje temelji se na podacima prikupljenim 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

Najznačajniji 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", a od 2005. godini provodi se telefonsko prikupljanje podataka.

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

Ukupan uzorak ispitanika		2006.
Spol	Žene	52,4
	Muškarci	47,6
Dob	< 18	5,1
	18-24	11,6
	25-34	15,3
	35-44	18,4
	45-54	16,4
	55-64	15,8
	65-98	17,5

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
Bakula Goran	Gospodarski savjetnik	Nezavisni hrvatski sindikati
Begović Leo	Pomoćnik ministra za obrt	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Bohaček Zoran	Direktor	Hrvatska udruga banaka
Bluković Darko	Glavni urednik	Privredni vjesnik
Črnković Pozaić Sanja	Direktorica	Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva - CEPOR
Čolaković Esad	Glavni manager	Hrvatsko udruženje managera - CROMA
Čorić Gordana	Predavačica poduzetništva, trenerica i savjetnica	Festina lente
Fattori Roberto	Vlasnik i direktor	Vison d.o.o.
Ferdelj Vladimir	Potpredsjednik HGK za gospodarstvo	Hrvatska gospodarska komora
Flegar Tomislav	Upravitelj	NCA - štedno kreditna zadruža
Haržek Lidija	Članica Uprave	Hrvatski registar obveza po kreditima - HROK
Horvat Đuro	Predavač	Većka škola Libertas
Jakeš Bernard	Zamjenik glavnog direktora	Hrvatska udruga poslodavaca - HUP
Jurković Ratka	Direktorica	Svan Consulting
Jurić Mirta	Vlasnica i direktorica	Warp Consulting
Karačić Dragica	Načelnica	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Kesić Šapić Tajana	Državna tajnica za poduzetništvo	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Kovačević Tomislav	Predsjednik Uprave	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo - HAMAG
Kukec Ljiljana	Poduzetnica	Promaturo d.o.o.
Lui Olga	Šefica Odjela za obrazovanje	Hrvatska obrtnička komora
Miliac Skobodan	Pomoćnik ministra	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Nemeth Bela	Predsjednik	Inovacijsko-poduzetnički centar
Orčić Stipan	Inovator	
Perić Željko	Vlasnik i direktor	Caper d.o.o.
Petrović Zorislav Antun	Predsjednik	Transparency International Croatia
Radić Domagoj	Ravnatelj	Otok znanja
Rakušić Spomenka	Načelnica	Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva
Rudeš Zoran	Vlasnik i direktor	Pond d.o.o.
Sabot Damir	Predsjednik Uprave	Ikon d.o.o.
Samardžija Vilijna	Voditeljica Odjela za europske integracije	Institut za međunarodne odnose
Singer Slavica	Sveučilišna profesorica	Ekonomski fakultet u Osijeku
Šajtović Miodrag	Glavni urednik	Lider
Šoljan Vico	Direktor	Ekološki inženjering d.o.o.
Švarc Jadranka	Znanstvena suradnica	Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
Vedriš Mladen	Sveučilišni profesor	Pravni fakultet Zagreb član Nacionalnog vijeća za konkurentnost
Želinski Matijević Sanja	Šefica Savjetodavne službe	Hrvatska obrtnička komora
Žepić Alan	Predsjednik Udruge	Hrvatska udruga poslodavaca, Udruga malih i srednjih poduzetnika

Eksperti
za ocjenu
kvalitete
poduzetničke
okoline
koji su
sudjelovali
u GEM
istraživanju
2006.

Prilog 3

Popis GEM timova i sponzora, 2006.				
TITLE	LOCATION	COORDINATION TEAM MEMBERS		
GEM Executive Director	London Business School	Rebecca Harding		
GEM Research Director	Babson College	Maria Minniti		
GEM Researcher	Utrecht University	Niels Bosma		
GEM Data Manager	London Business School	Mark Quill		
Program Manager	London Business School	Mick Hancock		
NES Coordinator	Imperial College	Erikko Autio		
Project Administrator	Babson College	Marcia Cole		
Project Administrator	London Business School	Davina McAleely Chris Aylett		
Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio	MORI Argentina
Australia	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology and The University of Adelaide	Kevin Hindle Kim Klyver Gary Hancock Noel Lindsay		Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Belgium	Vlerick Leuven Gent Management School Ghent University	Hans Crijns Merjam Knockaert Sophie Marigart Miguel Meulertan Tom Van Acker Sabine Vermeulen	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschaps Ondernemingen en Innovatie)	TNS Dimanso
Brazil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Solange Krupa Carlos Artur Krüger Passos Jiljo César Felix Marcos Mueller Schierem	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL)	Instituto Bonilha
Canada	HEC-Montréal Sauder School of Business, The University of British Columbia	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Victor Gu Qianqian Du Aviad Pe'er Daniel Muzyka Ilan Vertinsky	The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research Centre The Social Sciences and Humanities Council of Canada	SOM
Chile	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo	Germán Echeoávar José Ernesto Amador	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander Universidad Adolfo Ibáñez Centro para el Emprendimiento y la Innovación Universidad del Desarrollo	Benchmark
China	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jun Gao Yuan Cheng Xibiao Li Yanfu Jiang Wei Zhang Lan Qin Shude Shi	School of Economics and Management, Tsinghua University National Entrepreneurship Research Centre of Tsinghua University	AME Synovate
Colombia	Coordination Team Colombia Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad ICESI Universidad de los Andes	Luis Gómez Jorge Jiménez Rodrigo Varela Juan Pablo Corrales Luis Javier Sánchez-Alberto Barra Alberto Arias Fernando Pereira Luis Miguel Álvarez Ana Carolina Martínez Camilo Martínez Rafael Verga	Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad ICESI Universidad de Los Andes Comfemalco Valle	Centro Nacional de Consultoría

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
Czech Republic	University of Economics, Prague	Martina Jall Martin Lukes	Ministry of Industry and Trade of the Czech Republic Deloitte Czech Republic	Factum Invenio
Croatia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Nataša Sarija Sarija Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puli, d.o.o., Zagreb
Denmark	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schott Torben Bager Hannes Ottosson Lone Tobild	IDEA - International Danish Entrepreneurship Academy Karl Petersen og Hustru Fond University of Southern Denmark National Agency for Enterprise and Construction Vækstfonden Ernst & Young Ringbæling Amt Fyns Amt Viborg Amt Sønderjyllands Amt Vestjyllands Amt Århus Amt Veje Amt	Institut for Konjunkturanalyse
Finland	Turku School of Economics Imperial College	Anne Kivitalinen Tammi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Steinhil Erkko Autio	Teles - Finnish Funding Agency for Technology and Innovation Turku School of Economics	THS Gallup Oy
France	EM Lyon	Oliver Tordès Aurélien Ermiat Danielle Rousson Sophie Valet	Caisse des Dépôts et Consignations Observatoire des PME	CSA
Germany	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover Institute for Employment Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Institute for Employment Research, Nuremberg	Infis - Institute for Applied Social Sciences
Greece	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis	Hellenic Bank Association	Datapower SA
Hungary	University of Pécs George Mason University Corvinus University of Budapest Max Planck Institute of Economics	László Szerb Zoltan J. Ács József Urbert Siri Terjesen Attila Varga Judit Károly Krisztián Csapó Gábor Kerkvliet	Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University	Socio-Graf Plac-es Közvélemény-kutató Intézet
Iceland	Reykjavik University	Rógveldur Samundsson Sjila Björk Baldursdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Capacent (formerly known as Gallup)
Ireland	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Pa Arenius	Enterprise Ireland Forfas NDP Gender Equality Unit, Department of Justice, Equality and Law Reform	Behaviour and Attitudes
Italy	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young	Target Research
India	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar L.M. Pandey Ashok Rao	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Indonesia	Praetia Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources) Bogor University of Agriculture	Agus Wijaya Soehadi Imam Soeseno Asep Saifuddin	Praetia Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources)	MARS (Marketing Research Specialist) Indonesia

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Claudette Williams-Myers Vianetta Skeete Ismael Olusegun Als	University of Technology, Jamaica National Commercial Bank Jamaica Limited Export-Import Bank of Jamaica Limited Port Authority of Jamaica Limited Digicel G-Tech Jamaica Limited	Kodi Market Research & Data Mining Services
Japan	Kobe University Keio University Musashi University	Takehiko Iizobe Tsuneo Yohagi Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	SSRI
Latvia	TeklaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Vyacheslav Dombrovsky Olga Rastorgina Karlis Kreslins	TeklaSonera NDB	Latvian Fakti
Malaysia	Technopreneur Development Division, Multimedia Development Corp. Sdn Bhd	Dato' Dr. Abu Talib Bachik Wilson Tay Chuan Hui Fahiza Basir Ammar Yusoff Syed Azizi Wafa Syed Khalid Wafa Tengku Farith Ritthauddeen	Economic Planning Unit, Prime Ministers Department Multimedia Development Corporation Sdn Bhd Technopreneurs Association of Malaysia Universiti Malaysia Sabah	Refarizat Sdn Bhd
Mexico	Tecnológico de Monterrey Business Development Centre Tecnológico de Monterrey EGAP Strategic Studies Centre	Arturo Torres Marisa Campoli Elvira Naranjo	Tecnológico de Monterrey	Profesionales en Estudios de Mercado y Cultura, S.C.
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessel Sander Wennekers Kathla Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thunk Lorraine Uhlander Ingrid Verheul Philipp Koellinger	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus (formerly known as Survey@)
Norway	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Erlend Bulvaag	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Ministry of Local Government and Regional Development Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Keiko Nakamatsu Armando Borda Oswaldo Morales	Universidad ESAN Detron Computer Wholesalers S.A. Mbarco	SANIMP Research
Philippines	Philippine Center for Entrepreneurship Foundation Inc.	Imelda J. Madarang Sonia Tiong-Aguino Danny Cabulay Vianetta Cenvera Gloria Chavez Ma. Corazon Lopez Jaime Noel Santos Katrina Kay Bulang	Philippine Center for Entrepreneurship President's Social Fund National Livelihood Support Fund	Synergy Business Consultancy
Russia	Saint Petersburg Team School of Management, Saint Petersburg	Vasily Dermanov Valery Katkalo Olga Verhovskaya Maria Rumyantseva	School of Management, Saint Petersburg	
Russia	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Vladimir Lobachev Alia Aleeva Dmitry Naumov	State University - Higher School of Economics, Moscow	Levada-Center

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
Singapore	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Lena Lee Ho Yuen Ping	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 & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Ruznik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy Smart Corn Finance - Slovenian Business Daily	RMI PLUS
South Africa	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Gideon Masi	Liberty Life, Standard Bank, South African Breweries and the National Research Foundation	AC Nielsen ZA
Spain - National	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor Alicia Coduras Cristina Cruz Rachida Jatto Isabel González	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCYDE Cámaras de Comercio	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarri José Aurelio Medina Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Vázquez Antonio Rafael Ramos Salviano Martínez David Urbano Pulido	CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) Junta de Andalucía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía UNICAJA Endesa Sevillana	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria Esteban Fernández Sánchez Montserrat Entralgo Suárez Enrique Loreda Fernández	Consejería de Economía y Administración Pública Gobierno del Principado de Asturias	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	Rosa M. Batista Alicia Bolívar Cruz Esther Hormiga Pérez Desiderio García Almeida Agustín Sánchez Medina Domingo Verano Taborante Silvia Sosa Cabrera Alicia Correa Rodríguez	Caja Insular de Ahorros de Canarias	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Castilla la Mancha	Universidad de Castilla la Mancha	Miguel Ángel Agustín Álvarez Herranz Juan Carlos López Francisco Escribano Sotop Inmaculada Carrasco Montesquedo M. Soledad Casado Martínez José Miguel Olmeda Isabel Pardo	Universidad de Castilla La Mancha Caja de Castilla La Mancha Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo (IMPEFE), Ayuntamiento de Ciudad Real Ayuntamiento de Cuenca (Patronato de Promoción Económica, Formación y Empleo)	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Soñe Rodríguez Claudia Roura Villalobos Noemi Huerga Pérez	Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León S.A.	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Cataluña	Universitat Autònoma de Barcelona Institut d'Estudi Regional i Metropolità de Barcelona	Carlos Guallarte Teresa Obis Alex Rajó Josep M. Surís Yancy Vallant Anais Terragó	Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya IRBM de la Diputació de Barcelona	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José Mª Gómez Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	Air Nostrum IAM S.A.	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero Mª de la Cruz Sánchez Escobedo Mª Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura Universidad de Extremadura Federación Empresarial Cacerense Sodex Sofex	Instituto Opinometre S.L.

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
Spain - Extremadura			Pinilla E. Constructora Aram Consultores CCOO U.R. Extremadura Urvicosa Caja Rural de Extremadura Servex Palencia Fundación Academia Europea de Yuste Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa de Extremadura S.A. Joca Ingeniería y Construcciones S.A. Cámara de Comercio de Badajoz Conyser UGT Extremadura	
Spain - Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela	Fausto Santamarina Fernández Anaceli de Lucas Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández María Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruíz Sammartín Begoña Barreiro Fernández Ferrando Losada Pérez Miguel Freire Neira	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos Carlos Merino Moreno Lidia Villar Martí Miguel Palacios Javier Tafur	Instituto Madrileño de Desarrollo - IMADE Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid - FGUM	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón Nuria Nievers Esteban Lloret José Andrés López Yopes María Félix Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Fundación Cajamurcia Fundación de Estudios Económicos Región de Murcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Confederación Regional de Organizaciones Empresariales Universidad de Murcia	Instituto Opinometre S.L.
Spain - Navarre	Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo CEIN UPNA	Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo Itzi Mai Erice Ignacio Cortin Martín Larraz	Gobierno de Navarra SNE CEN UPNA	Instituto Opinometre S.L.
Sweden	ESBRI - Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Lena Rannfelt Mikael Samuelsson	Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv) NUTEK - Swedish Agency for Economic and Regional Growth VINNOVA - Swedish Governmental Agency for Innovation Systems	SKOP
Thailand	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Viras Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Solres (Thailand) Ltd.
Turkey	Yeditepe University	Nülfer Egriçan Esra Karadeniz	Siemens Technology Development Foundation of Turkey	Akademetre
United Arab Emirates	Zayed University	David McGlennon Kenneth J Phoss Declan McCrohan Raed Daoud	Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders	IPSCS-STAT (Emirates)

Team	Institution	National Team Members	Financial Sponsor	APS Vendor
United Kingdom	Co-ordination Team	Rebecca Harding	Small Business Service Barclays Bank plc East Midlands Development Agency, Yorkshire Forward South East England Development Agency, North West Development Agency, North East Government offices for the regions, One North East, East of England Development Agencies Barking and Dagenham District Council Institute for Family Business (UK)	#
	Northern Ireland Team Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly	Invest Northern Ireland	#
	Scottish Team Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	Jonathan Leve	Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	#
	Welsh Team National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan, Cardiff University	David Brooksbank Dylan Jones-Evans Piers Thompson Caleb Kwong	Welsh Assembly Government Welsh European Funding Office	#
United States	Babson College George Mason University	Erlend Bulvaag L. Elaine Allen Zoltan J. Acs William D. Bygrave Stephen Spinelli, Jr. Marcia Cole	Babson College George Mason University	Opinion Research Corp.
Uruguay	Universidad de Montevideo	Jorge Pablo Regent Vitale Alvaro Vilaseca Adrián Edelmar Cecilia Gomez	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay

