

Poduzetništvo mladih

Kaurin, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:448600>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MATEA KAURIN

PODUZETNIŠTVO MLADIH

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

Matea Kaurin

PODUZETNIŠTVO MLADIH

Završni rad

JMBAG: 0303064631, redovna studentica

Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo

Predmet: Uvod u poduzetništvo

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Ekonomika poduzetništva

Mentorica: izv.prof.dr.sc. Violeta Šugar

Pula, lipanj 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom _____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| UVOD | 1 |
| 1. Definiranje poduzetništva mladih unutar pojmovnog određenja poduzetništva | 2 |
| 1.1. Pojam i definicije poduzetništva – što je poduzetništvo?..... | 2 |
| 1.1.1. <i>Vrste poduzetništva</i> | 4 |
| 1.1.2. <i>Tko je poduzetnik?</i> | 5 |
| 1.2. Poduzetništvo mladih | 7 |
| 1.2.1. <i>Mladi i poduzetništvo</i> | 8 |
| 2. Infrastruktura za razvoj poduzetništva mladih u Hrvatskoj | 10 |
| 2.1. Poduzetničke zone..... | 10 |
| 2.2. Potporne institucije..... | 14 |
| 2.3. Poduzetničke zone i potporne institucije u Istarskoj županiji..... | 16 |
| 2.3.1. <i>IDA – Istarska razvojna agencija</i> | 17 |
| 2.3.2. <i>Poduzetnički inkubatori u Puli</i> | 20 |
| 3. Programi za razvoj poduzetništva mladih | 23 |
| 3.1. Programi u Hrvatskoj..... | 23 |
| 3.1.1. <i>Programi subvencija i dodjele bespovratnih sredstava</i> | 23 |
| 3.1.2. <i>Kreditne linije</i> | 25 |
| 3.1.3. <i>Lokalni program za mlade grada Pule</i> | 26 |
| 3.2. Programi Europske unije..... | 30 |
| 3.2.1. <i>Erasmus program</i> | 31 |
| 3.2.2. <i>EU project “Build Your Future”</i> | 32 |
| 4. Prepreke i izazovi razvoja poduzetništva mladih | 33 |
| 4.1. Prepreke i izazovi razvoja u poduzetništva mladih u Hrvatskoj..... | 34 |
| 5. Poslovni plan – Kamp mladih poduzetnika | 40 |
| ZAKLJUČAK | 58 |
| Literatura..... | 60 |
| Popis slika..... | 63 |
| Popis tablica..... | 64 |
| Popis grafova..... | 64 |

UVOD

Razvijene zemlje u svojim ekonomskim teorijama ističu poduzetništvo kao kamen temeljac gospodarskog sustava i razvoja, dok se mladi smatraju pokretačima i generatorima društva, nudeći svijetu inovativnost, maštovitost i kreativnost. Ovaj završni rad kao svoju tematsku srž ističe poduzetništvo mladih ljudi te ima za cilj razraditi problematiku vezanu uz razvoj, poduzetničku infrastrukturu i zastupljenost poduzetništva među mladima.

Prvo poglavlje rada ističe bitno definiranje samog pojma poduzetništva mladih unutar konteksta definicija poduzetništva, ali i percepciju mladih o poduzetništvu i poduzetniku kao izboru karijere.

Drugo poglavlje bavi se postojećom infrastrukturom za razvoj poduzetništva mladih te se kroz prikupljene podatke dobija slika o infrastrukturi u Hrvatskoj, ali se također posebno obrađuje poduzetnička infrastruktura u Istarskoj županiji koja spada u jednu od najrazvijenijih u Hrvatskoj.

Kroz treće poglavlje upoznaje se s programima razvoja poduzetništva mladih kako u Hrvatskoj tako i u Europskoj uniji. Ističu se razni projekti i programi te mjere koje dodjeljuju bespovratna sredstva za mlade poduzetnike i njihove poslovne ideje i poduhvate, a također se ističu kreditne linije te ostali potporni načini financiranja kako u lokalnim zajednicama tako i šire.

Nadalje, četvrto poglavlje informira o preprekama i izazovima poduzetništva mladih u Hrvatskoj, ističući prema GEM izvješćima administrativne i birokratske probleme, negativnu percepciju o poduzetništvu i statusu poduzetnika, nedostatno razvijanje poduzetničkih kompetencija kod mladih, potrebu za poboljšanjem obrazovnog programa, sustava kulturnih vrijednosti ali i vladinih te poreznih regulativa.

Posljednje poglavlje predstavlja autorsku obradu i izradu poslovnog plana čija je poduzetnička ideja primjer dobre prakse za jačanje poduzetništva mladih u društvu i stvaranja pozitivne percepcije o samozapošljavanju.

U izradi rada korištene su metode komparacije, prikupljanja podataka, statističkih analiza, deduktivno-induktivnog zaključivanja, generalizacije te sinteze.

1. Definiranje poduzetništva mladih unutar pojmovnog određenja poduzetništva

1.1. Pojam i definicije poduzetništva – što je poduzetništvo?

Razni autori različito definiraju pojam poduzetništva kojeg je bitno razumijeti kako bi se u kontekstu tog pojmovnog određenja mogao odrediti termin poduzetništva mladih. Odgovoriti na pitanje što je zapravo poduzetništvo, prilično je zahtjevan zadatak. Osim što predstavlja jednu od općedruštvenih te glavnih ekonomskih, medijskih i političkih tema, ono je predmet interesa brojnih znanosti, a posebice društvenih poput: ekonomije, sociologije, psihologije, prava te antropologije.

Prema autorima Buble i Kružić, etimološki gledano, „poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, odnosno poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, uključujući i spremnost na borbu protiv prepreka te neizvjesnost ishoda i rizika.“¹

Riječ poduzetništvo (eng. *Entrepreneurship*) izvedena je iz francuske riječi „*entreprendre*“ što definira osobu koja preuzima rizik nečeg novog. Naime, potvrđuje se tvrdnja iz početne definicije prema kojoj se poduzetnikom smatra osoba koja kroz svoje stvaralaštvo prihvaća i podnosi rizik poslovnog pothvata te neizvjesnost budućih poslovnih prilika.

Škotski ekonomist Adam Smith kojeg se smatra ocem i utemeljiteljem moderne ekonomije, poduzetništvo vidi kao najboljeg pokretača ekonomskog razvitka i blagostanja društva te ističe kako su poduzetnici agenti koji s ciljem ostvarenja profita transformiraju potražnju u ponudu. Smith ukazuje na nužnost motiviranosti poduzetnika, kao što se primjerice kruh ne proizvodi dobronamjernošću pekara, nego upravo njegovim interesom i motiviranošću da ljudima omogući kupovinu kruha. Zapravo, govori o poduzetničkoj aktivnosti koja se ostvaruje marljivošću, štedljivošću, poslovnim špekulacijama te poslovnim inovacijama.

¹ M. Buble, D. Kružić: *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, Zagreb, RRiF plus, 2006., str. 1

Poznati sljedbenik i popularizator učenja A. Smitha, francuski ekonomist i poduzetnik Jean-Baptiste Say koji je u ekonomiji poznat po svojoj općeprihvaćenoj klasifikaciji tri faktora proizvodnje: rad, kapital i zemlja koji svojim vlasnicima ostvaruju dohotke: najamninu (rad), kamatu (kapital) i rentu (zemlja), stavlja važan naglasak na poduzetništvo i to ne samo u ekonomskoj sferi, već i u društvenoj, tj. ukazuje na ulogu poduzetništva koje se danas izdvaja kao četvrti faktor proizvodnje u obliku izvora poduzetničke dobiti.²

Poduzetnička dobit, odnosno profit koji poduzetništvo ostvaruje, također je dohodak od rada, tj., moglo bi se reći i vrsta najamnine za visoko rizičan te visoko kvalificiran rad poduzetnika. Zapravo se ona može slikovito definirati kao nagrada za poduzetnost, rizik i talent te neuobičajenost takve vrste rada koja zahtijeva skup mnogobrojnih kvaliteta i znanja koja nisu često zastupljena i sjedinjena unutar jedne osobe.

Austrijski i američki ekonomist i sociolog, tzv. „otac poduzetništva“, Joseph Schumpeter definira poduzetništvo kao stvaranje inovacija, pritom naglašavajući njihovu važnost za gospodarski rast i razvoj. Ističe kako se inovacije pojavljuju u obliku izoliranih događaja koji nisu ravnomjerno raspodijeljeni kroz vrijeme, nego imaju tendenciju stvaranja klastera, odnosno, skupnog pojavljivanja jer većina poduzeća slijedi put uspješnih inovacija.³

U ekonomskoj teoriji poduzetništvo se definira kao „ukupnost poduzetnikovih inovacijskih, organizacijskih, usmjeravajućih, upravljačkih i nadzornih sposobnosti.“⁴ No, iz svega navedenog može se zaključiti kako je poduzetništvo nemoguće jednoznačno odrediti upravo zbog toga jer je ono širok i kompleksan proces koji stvara vrijednosti, odgovara na izazove, znanjem i upornim radom postiže rezultate, iskorištava prilike, rađa nove ideje, živi u uvjetima neizvjesnosti, suočava se s krizama, prilagođava promjenama u okolini, ulaže u kombinacije potrebnih resursa, stvara nove proizvode i usluge, koristi nove tehnologije i nove pristupe. To je „proces potaknut inicijativom koja u sebi nudi inovativnost i nikad se ne miri s postojećim stanjem.“⁵

² M. Buble, D. Kružić: *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, Zagreb, RRiF plus, 2006., str. 3

³ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 3

⁴ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 1

⁵ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 2

S obzirom da se poduzetništvo kao širok pojam pronalazi u brojnim djelatnostima (industrija, medicina, arhitektura, inženjering, obrazovanje, socijalni rad, istraživanje, distribucija itd.) može ga se jednostavno objasniti kao proces stvaranja novih vrijednosti uz potrebno vrijeme i uloženi napor te uz pretpostavljeno očekivanje financijskog i socijalnog rizika što u konačnici dovodi do profita i osobnog zadovoljstva.

1.1.1. Vrste poduzetništva

Postoji više podjela i vrsta poduzetništva, no u ovom potpoglavlju istaknut će se tradicionalno, socijalno i korporativno poduzetništvo. U tradicionalno poduzetništvo spadaju mala i srednja poduzeća koja djeluju kao samostalne gospodarske jedinice uz poticanje samoodgovornog djelovanja i samorazvoja ljudi. Mala i srednja poduzeća upravo zbog izraženije motivacije i zadovoljstva povećavaju kvalitetu života potrošača i zaposlenih, osiguravaju konkurenciju djelujući protiv monopolizacije, povećavaju bogatstvo i diferenciranost ponude, omogućuju slobodu izbora za potrošače te se brže prilagođavaju promjenama potražnje. Također su prihvatljivija za okoliš jer im je potrebna manja količina energije, a njihova tehnologija je ekološki prihvatljivija. Funkcioniraju u ograničenim resursima kroz kreativnost, inovativnost i snalaženje.⁶

Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva koji je na snazi od 31.12.2016. (NN 121/16), malo gospodarstvo čine subjekti u poduzetništvu i obrtu koji zapošljavaju prosječno godišnje manje od 250 radnika te su u svom poslovanju neovisni, obavljaju svoje djelatnosti samostalno, odnosno klasificiraju se kao autonomni subjekti, a ne partnerski. Prema veličini subjekata, broju zaposlenih i ostvarivom poslovnom prihodu, razlikuju se mikro, mali i srednji subjekti malog gospodarstva. Mikro subjekti imaju prosječno godišnje zaposleno manje od 10 radnika te ostvaruju godišnji poslovni prihod u iznosu protuvrijednosti do 2.000.000,00 eura. Mali subjekti imaju u prosjeku manje od 50 radnika zaposleno, a godišnji poslovni prihod ostvaruju u iznosu do 10.000.000,00 eura. Srednji subjekti imaju zaposleno do 250 radnika te ostvaruju prihod do 43.000.000,00 eura.⁷

⁶ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 6

⁷ Zakon.hr, „Zakon o poticanju malog gospodarstva“, čl.2, (web stranica) dostupno na <https://www.zakon.hr/z/527/Zakon-o-poticanju-razvoja-malog-gospodarstva> (pristupljeno: 20.7.2019.)

Korporativno poduzetništvo vezano je uz velika poduzeća te zahtijeva vještine i alate potrebne za ostvarivanje dobrih poslovnih rezultata i održive konkurentne prednosti u neizvjesnim i promjenjivim tržišnim uvjetima. Unutar korporativnog poduzetništva odvijaju se inovativni procesi koji kreiraju posebnu poduzetničku kulturu u organizaciji. Naime, „poduzetništvo u velikim poduzećima je proces u kojem se traga za novim načinima korištenja, održavanja ili zadržavanja inovacija te ostvarenja profita na način da se od zaposlenih očekuje stvaranje „poduzeća“ unutar postojeće organizacije.“⁸

Socijalno, odnosno društveno poduzetništvo je posebna vrsta poduzetništva koja primjenjuje poduzetnička načela u društvenom sektoru kako bi se unaprijedila kvaliteta življenja. Može se reći kako ono teži istodobnom ostvarenju društvenih i financijskih vrijednosti te sukladno tome ima za cilj financijske, ali i jednake društvene povrate na investicije. Prema Williamu Draytonu, osnivaču prve organizacije sa svrhom promoviranja koncepta socijalnog poduzetništva (*inovatori za javnost, eng. Innovators for the Future*),⁹ socijalno poduzetništvo poprima etički integritet s ciljem maksimiziranja društvene vrijednosti naspram privatne vrijednosti ili profita. Ono je okarakterizirano poduzetnicima koji osnivaju poduzeća sa socijalnom svrhom ili poduzeća koja svoj profit doniraju u socijalne pothvate i svrhe. Cilj je ostvariti održivi, a ne maksimalan profit.¹⁰

1.1.2. Tko je poduzetnik?

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća nije postojala velika razlika između poduzetnika i menadžera. Za poduzetnika se smatralo da se bavi poslovima organiziranja i upravljanja poduzećem za osobnu dobit te da pridonosi vlastitim inicijativama, vještinama, domišljatošću u planiranju, organiziranju i administraciji poduzeća pretpostavljajući mogućnost dobiti i gubitka kao posljedicu nepredviđenih okolnosti koje nije moguće kontrolirati.¹¹

Jedan od najtežih zadataka za poduzetnika je inovacija, odnosno čin uvođenja nečeg novog, bilo da se radi o eksploataciji izuma, uvođenju novog proizvoda ili novog

⁸ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 10

⁹ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 16

¹⁰ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 16

¹¹ R.D. Hisrich, M.P. Peters, D.A. Shepherd : *Poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2011., str. 6

distribucijskog sustava, poboljšanju već postojećeg proizvoda, razvoju nove organizacijske strukture itd. Sposobnost inoviranja provlači se kroz cijelu ljudsku povijest krenuvši od starih Egipćana koji su dizajnirali i gradili piramide od velikih kamenih blokova, preko otkrića električne energije i laserskih operacija pa sve do današnje bežične komunikacije. Iako se vremena mijenjaju a s njima i znanost, raspoloživi resursi i tehnologija, inoviranje je i dalje sveprisutno. Poduzetnik kao inovator ima funkciju promijeniti ili revolucionarizirati, odnosno razviti nešto jedinstveno.¹²

Iz ekonomskog pogleda, „poduzetnik je onaj koji kombinira resurse: radnu snagu, materijale i ostalu imovinu kako bi uvećao vrijednost izlaznih dobara te onaj koji pritom uvodi promjene, inovacije i novi poredak.“¹³ S psihološkog gledišta, „poduzetnik je osoba vođena određenim snagama, tj. potrebom da nešto stekne, postigne, eksperimentira ili možda izbjegne autoritet drugih.“¹⁴ U poslovnom svijetu, poduzetnika se često doživljava kao prijatelja ili konkurenta, dok ga drugi poduzetnici najčešće doživljavaju kao saveznika, klijenta, izvor zaliha ili nekog tko omogućava potrebna radna mjesta, stvara bogatstvo za zajednicu te pronalazi najbolje načine iskorištavanja resursa.¹⁵

Upuštajući se u poduzetnički poduhvat koristeći sve potrebne vještine i resurse, poduzetnici preuzimaju velike rizike u kontekstu raspoloživog kapitala i vremena. Neki poduzetnici odlučuju djelovati čak bez obzira na nesigurnost ishoda njihove djelatnosti na način da odgovaraju na promjene, ali ih ujedno i stvaraju u atmosferi nesigurnog konačnog rezultata. Stvaranje nečeg novog te implikacija istog, iziskuje predanost, rizik, trud i uloženo vrijeme, no nakon uspješnog ishoda slijedi nagrada u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva te neovisnosti.

¹² R.D. Hisrich, M.P. Peters, D.A. Shepherd : *Poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2011., str. 6

¹³ R.D. Hisrich, M.P. Peters, D.A. Shepherd : *Poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2011., str. 8

¹⁴ *loc.cit*

¹⁵ *loc.cit*

1.2. Poduzetništvo mladih

Poduzetništvo mladih je termin koji se koristi za definiranje „poduzetničkog djelovanja mlađe populacije, odnosno najčešće osoba od 18 do 25 godina.“¹⁶ Iako se radno sposobnim stanovništvom smatraju osobe već u dobi od 15 godina, za otvaranje tvrtke ili vlastitog obrta u Hrvatskoj potrebno je da osoba ima navršених 18 godina kako bi bila pravno sposobna osnovati vlastito poduzeće¹⁷. No, poduzetnička aktivnost ne poznaje granice, pa tako i u slučaju mladih koji svojom kreativnošću, inovativnim razmišljanjem, novim idejama te drukčijom perspektivom djeluju kao generatori i implementatori poslovnih promjena te doprinose ekonomskom rastu kao pozitivna sila razvoja gospodarstva.

Definiranje mladih kao posebne društvene grupe i mladosti u kontekstu životnog razdoblja, povlači sa sobom različita kronološka određenja upravo zbog društveno povijesne promjenjivosti takve kategorije društva. Mladi su tranzicijska skupina na prijelazu socijalnog sazrijevanja. U Hrvatskoj se u drugoj polovici osamdesetih godina, mladim stanovništvom smatrala populacija do 27. godine života, dok se krajem devedesetih godina ta granica povisila na 29 godina. Danas je i prema hrvatskom Zavodu za zapošljavanje mlada populacija kategorizirana unutar dobi od 15 do 29 godina. Putem HZZO također se nude razni programi podrške za edukaciju i zapošljavanje mladih poput programa „Garancija za mlade“.¹⁸

Ostale poznate svjetske organizacije poput Ujedinjenih naroda ili pak Europske unije, različito određuju granice dobnog perioda koji karakterizira skupinu mladih. Prema statističkim izvješćima UN-a, mladima se smatraju osobe od 15. do 24. godine,¹⁹ dok se prema programima Europske unije granica pomiče do 30 godina.

¹⁶ M. Buble, D. Kružić: *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, Zagreb, RRI plus, 2006., str. 148

¹⁷ Poslovni.hr, „U našem pravu puna ili potpuna poslovna sposobnost stječe se s navršenom 18. godinom života. Osobe koje su navršile 18 godina života nazivamo punoljetnim osobama“ (web stranica) dostupno na <http://www.poslovni.hr/leksikon/poslovna-sposobnost-1630> (pristupljeno: 20.7.2019.)

¹⁸ HZZO: „Garancija za mlade“ (web stranica) dostupno na <http://www.gzm.hr/mladi/kako-se-ukljuciti/> (pristupljeno: 15.7.2019.)

¹⁹ UN: „United Nations Youth Issue Briefs“, (web stranica) dostupno na <https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/YouthPOP.pdf> (pristupljeno: 15.7.2019.)

1.2.1. Mladi i poduzetništvo

Pomjeranje gornje granice trajanja mladosti svakako se može pripisati današnjoj demografskoj situaciji, odnosno promjenama koje su uslijedile usred procesa modernizacije i globalizacije društva. Zbog nastalog, ali i još uvijek brzorastućeg ekonomskog razvoja, produžio se i proces obrazovanja, porastao je nivo individualne racionalnosti te želje za prihvaćenošću i uspjehom u društvu.

Također su uočljive promjene u temeljnim vrijednostima društva koje se posebno dotiču mladih, a obilježava ih usporeno preuzimanje društvenih uloga. Naime, za primjer se može navesti pomjeranje prosječne dobne granice stupanja u brakove i zasnivanja obitelji, ispred čega se nalazi želja za postizanjem karijere i ostvarenjem u poslovnom svijetu pa tek onda u obiteljskom životu. Tendencija mladih da se što više obrazuju i ostvaruju karijeru u poslovnom životu sve je veća. Prisutna je dinamička želja za napretkom, dodatnim znanjem i postizanjem kompetencija. No, i dalje velika većina osjeća veću sigurnost u radu za plaću i ostvarivanju napretka u struci, nego u upuštanju u neizvjesne poduzetničke pothvate za koje nemaju svi jednako razvijene potrebne vještine, ideje i osobine.

Naime, većina mladih obrazovanih ljudi traži posao, umjesto da ga sami stvaraju. Čak i one koji bi se htjeli upustiti u samozapošljavanje gdje bi postali „sami svoji šefovi“ i vodili vlastiti posao, sprječava strah od neuspjeha, neizvjesnost, nepoznavanje tržišta i poslovnih kontakata, administrativne prepreke, nedostatna financijska potpora ili pak nedovoljna podrška prijatelja i obitelji, neograničena odgovornost, nesigurnost dohotka, neodređeno radno vrijeme, naporan rad, stalni stres te rizik gubitka uloženog kapitala. Mladi su opterećeni idejom kako je jednostavnije pronaći posao za koji su se obrazovali, nego upustiti se u rizik ulaganja u vlastiti posao.

Financije i administracija predstavljaju najveću prepreku ulaska u poduzetništvo, no zato je potrebno educirati i informirati mlade ljude o financijskim potporama i programima koje se nude na tržištu te o pogodnostima poduzetničke infrastrukture i potpornih institucija koje su im dostupne. Također ih je potrebno potaknuti i ohrabriti u investiranju svog znanja i vještina te realizaciji njihovih poduzetničkih ideja koje su pozitivni pokretači cjelokupnog gospodarstva.

Postoje uspješni primjeri poduzetništva mladih koji su koristeći potporne institucije poput poduzetničkih inkubatora plasirali svoje start-upove na globalno tržište. Jedan od izvrsnih primjera je današnje poduzeće, odnosno najveća hrvatska IT tvrtka Infobip čiji su mladi osnivači svoje putovanje započeli u poduzetničkom inkubatoru u Puli, a danas imaju preko tisuću zaposlenih u oko 60 podružnica širom svijeta sa središtem u Vodnjanu.

Kroz poduzetničku infrastrukturu i razne mjere i sustave podrške te poticanje mladih na poduzetničko djelovanje, utječe se na razvijanje jedinstvenog poduzetničkog okruženja koje će generirati više poslovnih prilika, lakšu dostupnost kapitalu te u konačnici izmjeniti relativno negativnu i neizvjesnu sliku, odnosno percepciju o poduzetništvu.

2. Infrastruktura za razvoj poduzetništva mladih u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj, poduzetničku infrastrukturu čine poduzetničke zone i potporne institucije koje u standardiziranim uvjetima s visokom infrastrukturnom opremljenošću pružaju mogućnost obavljanja poduzetničkih aktivnosti.²⁰ „Poduzetničku infrastrukturu možemo definirati kao zakonske propise, sredstva i ustanove na kojima se zasniva stabilnost i razvoj društvenih zajednica i države.“²¹

Svrha je poduzetnicima kao korisnicima omogućiti obavljanje poduzetničkih aktivnosti kako od same početne faze investiranja, tako i do proširenja investicijskih aktivnosti koje bi se razvijale u konkurentnom i transparentnom sustavu poticajnih mjera i olakšica te visoke infrastrukturne opremljenosti.

Poduzetnička infrastruktura u Republici Hrvatskoj namijenjena je svim poduzetnicima, a najpogodnija je za male i srednje poduzetnike koji su u najvećem broju njezini korisnici i čiji gospodarski subjekti čine oko 99% svih gospodarskih subjekata u Republici Hrvatskoj.²²

Cilj poduzetničke infrastrukture je potaknuti gospodarski rast kroz planiranje, ravnomjernost u regionalnom razvoju, brži rast poduzetništva i povećanje investicija te zaposlenosti unutar područja na kojem se poduzetnička infrastruktura gradi, odnosno planira.²³

2.1. Poduzetničke zone

Poduzetničke zone predstavljaju područja infrastrukturne opremljenosti, definirana prostornim planovima i osnivačkim aktom te namijenjena obavljanju poduzetničkih

²⁰ Zakon.hr: „Zakon o unaprijeđenju poduzetničke infrastrukture“, (web stranica) dostupno na <https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-infrastrukture> (pristupljeno 17.7.2019.)

²¹ M. Škrtić: *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006., str. 174

²² M. Alpeza, M. Oberman, M. Has : „Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj“, CEPOR, 2018. (web stranica) dostupno na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf> (pristupljeno: 18.7.2019.)

²³ Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta: *Studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“* 16.7.2019. (web stranica) dostupno na <https://www.mingo.hr/page/studija-procjena-ucinkaa-poticanja-razvoja-poduzetnickih-zona-u-republici-hrvatskoj-putem-ministarstva-nadleznog-za-poduzetnicku-infrastrukturu-na-eko> (pristupljeno: 18.7.2019.)

aktivnosti gdje poduzetnici zajedničkim korištenjem raspoloživih resursa racionaliziraju troškove poslovanja. Omogućuje brže, jednostavnije i jeftinije pokretanje poduzetničkih aktivnosti.²⁴

Prema veličini ukupne površine dijele se na mikro (do 10 hektara), male (od 10 do 50 hektara), srednje (od 50 do 100 hektara) i velike zone (veće od 100 hektara), dok se prema tipu aktivnosti dijele na proizvodno-prerađivačke, logističko-distributivne te uslužno-mješovite zone. Unutar proizvodno-prerađivačkih zona poduzetnici obavljaju sve vrste proizvodno-prerađivačke poduzetničke aktivnosti, zatim u logističko-distributivnim zonama korisnici obavljaju aktivnosti vezane uz veletrgovinu, distributivne centre, skladištenje, transport i logističko servisne centre, dok se u uslužno-mješovitim zonama obavljaju pretežito uslužne aktivnosti, aktivnosti poslovne podrške i ostale servisne poduzetničke aktivnosti.

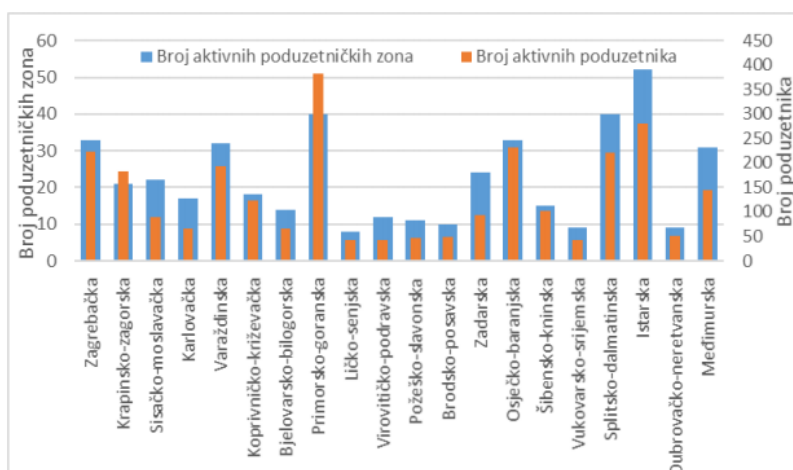
Hrvatska ima oko 450 aktivnih poduzetničkih zona od ukupno 1300 postojećih prema prostorno planskoj dokumentaciji, no najveći dio i onih aktivnih nema popunjene kapacitete.²⁵ Prema posljednjim podacima Državnog ureda za reviziju Republike Hrvatske, u zonama je bilo smješteno oko 2 ipo tisuće aktivnih poduzetnika s oko 70 tisuća zaposlenih.

Najviše poduzetničkih zona nalazi se na prostoru Istarske, Splitsko-dalmatinske i Primorsko-goranske županije, dok se najveći broj poduzetnika koji posluje u poduzetničkim zonama nalazi u Primorsko-goranskoj županiji (382 poduzetnika), Istarskoj (281 poduzetnik), Osječko-baranjskoj (232 poduzetnika), Zagrebačkoj (224 poduzetnika) i Splitskodalmatinskoj županiji (222 poduzetnika) kako je i prikazano u grafu 1. Osim aktivnih poduzetničkih zona, potrebno je napomenuti da je krajem 2013. godine na području Republike Hrvatske bilo i oko 850 poduzetničkih zona koje nisu bile u funkciji, a čiji se najveći broj nalazi u Splitskodalmatinskoj županiji.

²⁴ Zakon.hr: „Zakon o unaprijeđenju poduzetničke infrastrukture“, (web stranica) dostupno na <https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-infrastrukture> (pristupljeno 17.7.2019.)

²⁵ Večernji list, „Od 1300 poduzetničkih zona samo je 450 aktivnih, ali ni one nemaju pune kapacitete“ 30.kolovoza 2018., dostupno na <https://www.vecernji.hr/premium/od-1300-poduzetnickih-zona-samo-je-450-aktivnih-ali-ni-one-nemaju-pune-kapacitete-1191360> (pristupljeno: 19.7.2019.)

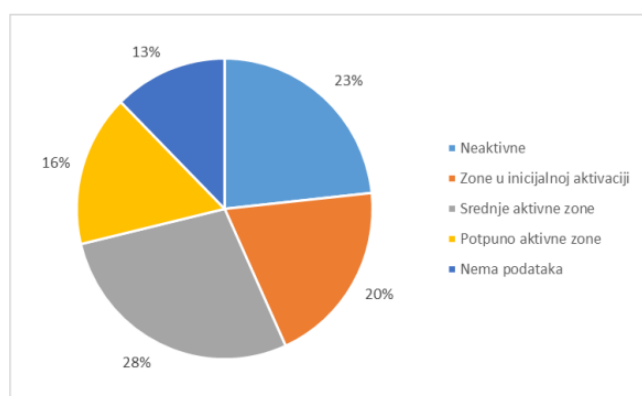
Grafikon 1. Broj aktivnih poduzetničkih zona i poduzetnika po županijama, 2013. god.



Izvor: Ekonomski institut Zagreb: Poduzetničke zone, studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“, Zagreb, srpanj 2018., prema : Državni ured za reviziju Republike Hrvatske (2014.) dostupno na: <https://www.mingo.hr/public/EKONOMSKI%20INSTITUT%20ZAGREB,%20Poduzetnicke%20zone,%20studija,%20verz%20final.pdf> (pristupljeno: 19.7.2019.)

Promatrajući aktivnost poduzetničkih zona, može se uočiti različit intenzitet aktivacije raspoložive površine zona. Najveći broj zona je srednje aktivno. Grafikonom 2. prikazan je intenzitet aktivnosti poduzetničkih zona po županijama.

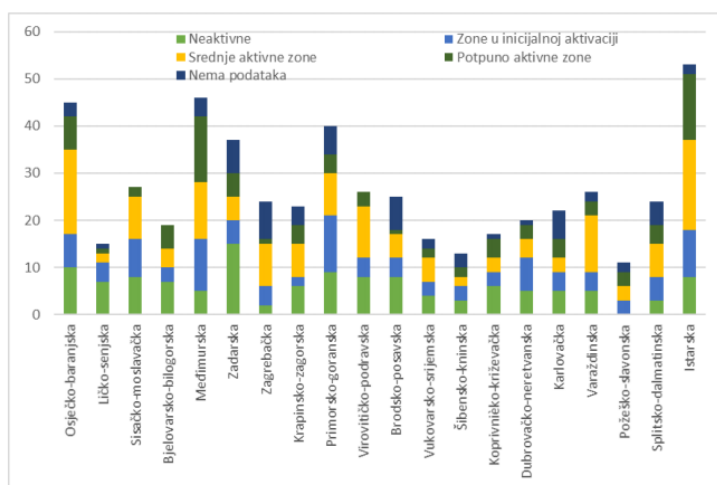
Slika 1. Poduzetničke zone prema intenzitetu aktivnosti



Izvor: Ekonomski institut Zagreb: Poduzetničke zone, studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“ Zagreb, srpanj 2018., prema Jedinostvenom registru poduzetničke infrastrukture, dostupno na: <https://www.mingo.hr/public/EKONOMSKI%20INSTITUT%20ZAGREB,%20Poduzetnicke%20zone,%20studija,%20verz%20final.pdf> (pristupljeno: 19.7.2019.)

Slika 1. ukazuje na još uvijek velik postotak neaktivnih zona te onih u inicijalnoj aktivaciji, ali i onih za koje podataka još uvijek nema.

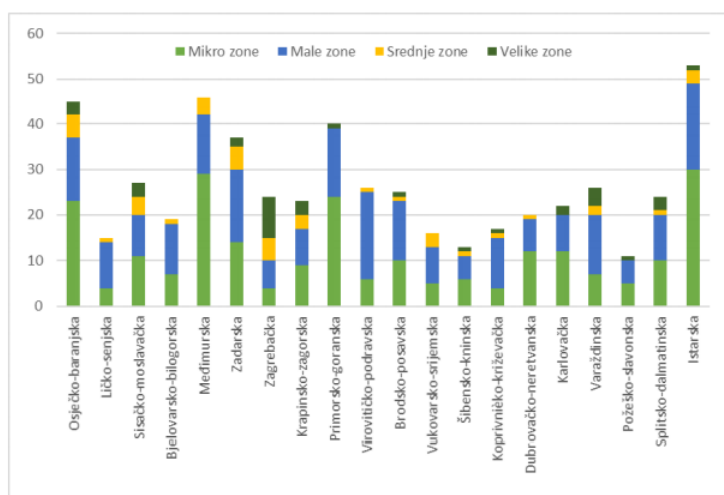
Grafikon 2. Poduzetničke zone prema intenzitetu aktivnosti po županijama



Izvor: Ekonomski institut Zagreb: Poduzetničke zone, studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“ Zagreb, srpanj 2018., prema Jedinstvenom registru poduzetničke infrastrukture, dostupno na: <https://www.mingo.hr/public/EKONOMSKI%20INSTITUT%20ZAGREB,%20Poduzetnicke%20zone,%20studija,%20verz%20final.pdf> (pristupljeno: 19.7.2019.)

Poduzetničke zone u Republici Hrvatskoj su po veličini površine uglavnom mikro ili male zone koje raspolažu kapacitetom do 50 hektara kao što je prikazano grafikonom 3. gdje su naznačene te gotovo u svakoj županiji čine većinu postojećih zona.

Grafikon 3. Poduzetničke zone prema veličini ukupne površine po županijama



Izvor: Ekonomski institut Zagreb: Poduzetničke zone, studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“ Zagreb, srpanj 2018., prema Jedinstvenom registru poduzetničke infrastrukture, dostupno na: <https://www.mingo.hr/public/EKONOMSKI%20INSTITUT%20ZAGREB,%20Poduzetnicke%20zone,%20studija,%20verz%20final.pdf> (pristupljeno: 19.7.2019.)

Mladim poduzetnicima se kroz poslovanje u poduzetničkim zonama pruža mogućnost ostvarivanja niza pogodnosti upravo zbog poticanja poduzetništva i utjecaja na stimulirano popunjavanje poduzetničkih zona. Prednosti poslovanja u poduzetničkoj zoni, mogu se odnositi na financijske povlastice, primjerice djelomičnim ili potpunim oslobađanjem plaćanja poreza na tvrtku, komunalnim doprinosom, komunalnim naknadama te naknadama za priključak na komunalnu infrastrukturu kroz određeno razdoblje, zatim davanjem prava građenja, prodajom ili davanjem nekretnina na korištenje ili davanjem na korištenje nekih drugih infrastrukturnih objekata koji su u vlasništvu jedinica lokalne samouprave, a nalaze se pod poticajnim uvjetima. Čak i pojedine jedinice lokalne samouprave pomažu poduzetnicima prilikom ishođenja poduzetničkih kredita.

Osim financijskih, ostvaruju se i druge vrste pogodnosti dobivanjem stručne pomoći u planiranju, pripremi i realizaciji projekata. Poduzetničke zone općenito predstavljaju važan instrument kojim se kroz povećanje poduzetničke aktivnosti potiče lokalni rast i razvoj zajednica, a osobito razvoj poduzetništva i gospodarstva. Njihov je zadatak pridonjeti razvoju poduzetničkog potencijala lokalne zajednice, efikasno iskoristiti slobodni prostor, smanjiti nezaposlenost te dugoročno zadovoljiti potrebe poduzetnika za poslovnim prostorom.

2.2. Potporne institucije

U potporne institucije spadaju: razvojne agencije, poduzetnički centri, poslovni inkubatori, poduzetnički akceleratori, poslovni parkovi, znanstveno-tehnološki parkovi te centri kompetencije.²⁶

Razvojne agencije provode mjere za razvoj gospodarstva i poduzetništva na način da potiču i privlače investicije djelujući na nivou lokalne, odnosno županijske samouprave. Također iniciraju i bave se realizacijom raznih projekata koji prvenstveno potiču razvoj gospodarstva i poduzetništva kroz međusobnu suradnju gospodarskih subjekata,

²⁶ Zakon.hr: „Zakon o unaprijeđenju poduzetničke infrastrukture“, (web stranica) dostupno na <https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-infrastrukture> (pristupljeno 19.7.2019.)

lokalnih i regionalnih poduzetničkih institucija, te visokoobrazovnih institucija i centara znanja.²⁷

Poduzetnički centri predstavljaju središnja mjesta razvoja poduzetništva u vlastitim lokalnim, regionalnim ili županijskim sredinama, pružajući stručnu, edukativnu i savjetodanu pomoć poduzetnicima. Njihova zadaća je informirati o mogućnostima ulaska u poduzetništvo, o poticajnim mjerama, dati savjete za vođenje poslovanja, pružiti pomoć u pripremi poslovnih planova, organizirati seminare, uputiti na specijalizirane oblike pomoći, surađivati s lokalnom samoupravom te pružiti dio stručnih poslova lokalne samouprave.

Poslovni inkubatori imaju također ulogu pružanja stručne pomoći i podrške poduzetnicima čiji su projekti u ranoj fazi razvoja, odnosno pružaju bitnu tehničku i edukativnu pomoć za pokretanje poduzetničkih projekata i osnivanje poduzeća te djeluju na njihov brži rast i održiv razvoj. Poduzetnička inkubacija proces je u kojem se potpomaže poduzetništvo putem različitih alata, informacija, kontakata, menadžerskog vodstva, odnosno resursa koji bi inače bili nedostupni, preskupi ili nepoznati. Cilj je proizvesti uspješna poduzeća koja će jednom kad napuste inkubaciju imati zadovoljavajuću financijsku moć i samostalnost. Poduzetnički akceleratori pak za razliku od inkubatora, pružaju podršku poduzetnicima u post-inkubacijskoj fazi, odnosno u razvojnoj fazi širenja poslovanja na domaćem kao i na stranom tržištu.

Poslovni parkovi su prostorne jedinice koje imaju mogućnost raspolaganja zemljištem i resursima za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika. Posebno su fokusirani na privlačenje domaćih i inozemnih investicija. Znanstveno-tehnološki parkovi imaju svrhu komercijaliziranja znanstvenih rezultata i poticanja suradnje znanstvenika i poduzetnika. Zatim su tu i centri kompetencije zaduženi za provođenje istraživačkih projekata te razvijanje kompetencija. Drugi poslovni subjekti mogu s centrima kompetencije ugovoriti usluge istraživanja i razvoja te se na taj način odvija jačanje industrijskih grana.²⁸

²⁷ Središnji državni portal : „*Poduzetnička infrastruktura*“, (web stranica) dostupno na <https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842> (pristupljeno 19.7.2019.)

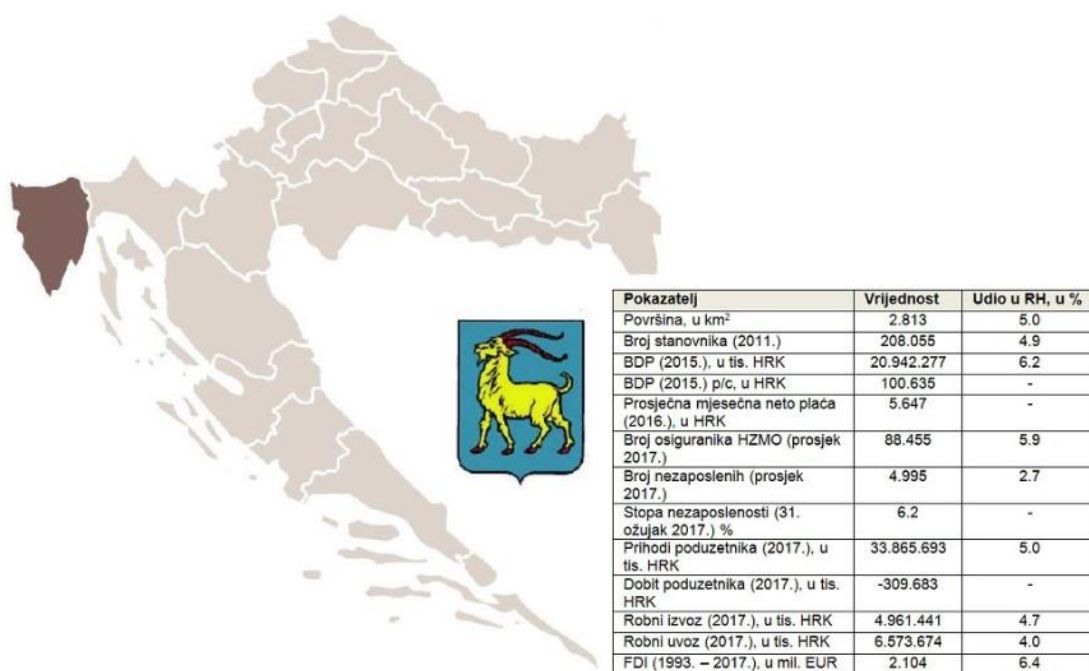
²⁸ Zagrebački inovacijski centar: „*Poduzetničke potporne institucije*“, (web stranica) dostupno na <https://www.zicer.hr/Poduzetnicki-pojmovnik/Poduzetnicke-potporne-institucije> (pristupljeno: 19.7.2019)

U Hrvatskoj danas djeluje oko 170 poduzetničkih potpornih institucija prema podacima Jedinog registra poduzetničke infrastrukture.²⁹ Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta također ističe kako su poduzetničke potporne institucije ključne u osmišljavanju projekata i prijavljivanju poduzetnika za korištenje financijskih sredstava iz EU fondova.

2.3. Poduzetničke zone i potporne institucije u Istarskoj županiji

Prema podacima studije ekonomskog instituta u Zagrebu, Istarska županija ističe se kao jedna od županija s najviše aktivnih poduzetničkih zona te potpornih institucija koje djeluju i potiču poduzetničke aktivnosti.³⁰

Slika 2. Prikaz Istarske županije i glavnih ekonomskih pokazatelja prema posljednjim mjerenim podacima (2011.- 2017.)



Izvor: IDA (Istarska razvojna agencija), <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/gospodarstvo-u-istarskoj-zupaniji/> (pristupljeno: 17.7.2019.)

²⁹ Jedinostveni registar poduzetničke infrastrukture: „Pregled poduzetničke infrastrukture“, (web stranica) dostupno na <http://reg.mingo.hr/pi/public/#> (pristupljeno 19.7.2019.)

³⁰ Ekonomski institut Zagreb: Poduzetničke zone, studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“, Zagreb, srpanj 2018. dostupno na <https://www.mingo.hr/public/EKONOMSKI%20INSTITUT%20ZAGREB,%20Poduzetnicke%20zone,%20studija,%20verz%20final.pdf> (pristupljeno 19.7.2019.)

U 2018. godini u Istarskoj županiji ostvareni su rezultati koji su se pokazali među najuspješnijima u Republici Hrvatskoj što se moglo uočiti prema ključnim pokazateljima: BDP-u po stanovniku, neto dobiti poduzetnika po zaposlenom te smanjenju stope nezaposlenosti.³¹ Važno je za istaknuti kako je u Istarskoj županiji tijekom 2017. godine bilo ukupno 10.222 poduzetnika koji zapošljavaju 50.667 ljudi. Grad Pula izdvaja se prema broju poduzetnika, broju zaposlenih i ukupnom prihodu te je uz Zagreb, grad s najviše poduzetnika u odnosu na radno sposobno stanovništvo, tj. broji 69 poduzetnika na 1.000 radno sposobnih stanovnika. Pula je 2017. godine imala 2.689 poduzetnika s 14.662 zaposlenih radnika. Osim Pule, bitne gospodarske rezultate bilježe i gradovi Poreč, Umag, Rovinj te općina Medulin, a među prvih pet po neto dobiti poduzetnika su gradovi Pazin i Labin.³²

2.3.1. IDA – Istarska razvojna agencija

Istarska razvojna agencija (IDA) d.o.o. prva je regionalna razvojna agencija u Republici Hrvatskoj te djeluje kao ključno operativno tijelo u provedbi razvojnih programa Istarske županije.³³ „Glavni cilj aktivnosti podrške, koje je IDA pokrenula u vidu uspostave mreže poslovne infrastrukture u Istarskoj županiji, je osnažiti poduzetničko okruženje te potaknuti samozapošljavanje i rast i razvoj mladih inovativnih poduzetnika, a posebice onih koji ulažu u razvoj novih tehnologija.“³⁴

IDA (Istarska razvojna agencija) aktivno sudjeluje kao partner u raznim projektima kojima se potiče poduzetništvo mladih. Primjerice projektom MLADIEKOIN u kojem je sudjelovalo šest razvojnih agencija iz Slovenije i Hrvatske, a koji je sufinanciran sredstvima Europske unije, pružila se prilika srednjoškolcima i studentima zainteresiranima za poduzetništvo da kroz edukaciju i organizirane poduzetničke krugove razviju i predstave svoje ideje na području eko inovacija te se umreže s

³¹ IDA (Istarska razvojna agencija): „*Gospodarstvo u Istarskoj županiji*“, (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/gospodarstvo-u-istarskoj-zupaniji/> (pristupljeno: 23.7.2019)

³² IDA (Istarska razvojna agencija): „*Gospodarstvo u Istarskoj županiji*“, (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/gospodarstvo-u-istarskoj-zupaniji/> (pristupljeno: 23.7.2019)

³³ IDA (Istarska razvojna agencija): „O nama“ (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/tn/o-nama/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

³⁴ IDA (Istarska razvojna agencija): „*INKUBATORI I COWORKING PULA*“ (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/inkubatori-i-coworking-pula/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

poduzetnicima putem web stranica i projektnih kampova. „Glavni cilj projekta bio je iskoristiti potencijal mladih ljudi na području eko inovacija kroz edukaciju i organizirane poduzetničke krugove uz pomoć mentora i poduzetnika“³⁵

Također još jedan zanimljiv projekt integracije znanja, kompetencija i inovacija, sufinanciran sredstvima Europske unije u okviru programa IPA, gdje je kao partner sudjelovala IDA, bio je projekt INTERINO. Ovaj projekt bio je namijenjen potencijalnim poduzetnicima s dobrim poslovnim idejama koje ne znaju ili nemaju mogućnosti provesti u posao ili samozapošljavanje. Za projekt su se mogli prijaviti studenti, istraživači, profesori koji žele komercijalizirati svoja istraživanja, žene poduzetnice te nova poduzeća koja se temelje na znanju. „Glavni cilj projekta bio je širiti poduzetničku kulturu kod mladih i stanovnika prekograničnog područja.“³⁶ Posebni cilj bio je proširiti partnerstvo znanstvenih institucija te ih povezati s poduzećima na cijelom prekograničnom području. Provedeni su natječaji za najbolje poslovne planove na regionalnom nivou kao i prekograničnom. Također je provedena intenzivna marketinška kampanja za identificiranje poduzetničkih timova koji razvijaju poduzetničke ideje te je pružena stručna pomoć kod razvoja poduzetničkih ideja i osnivanja poduzeća (radionice, savjetovanje, strukovna predavanja). Provedeno je i aktivno umrežavanje gdje je omogućeno intenzivno povezivanje poduzetnika s relevantnim izvorima resursa u pograničnoj regiji (financijski, kadrovski). U konačnici izabrana najbolja novonastala poduzeća bila su uključena u proces inkubacije.

Važno je za istaknuti kako je u oba projekta, Interino i Mladiekoin, partner bio i FET.

Jedan od trenutno aktualnih projekata za mlade je EDUIT (svibanj 2018. – studeni 2019.) kojeg pokriva Europski socijalni fond, operativnim programom „Učinkoviti ljudski potencijali 2014.- 2020.“ Projekt EduIT ima za cilj „jačanje informatičkih vještina do zanimanja budućnosti“³⁷ izvođenjem programa edukacije iz IT područja, usmjerenih na mlade nezaposlene osobe te njihovo osnaživanje i motiviranje za samozapošljavanje i samoprezentaciju na tržištu rada. Projekt je popraćen aplikativnom nastavom te

³⁵ IDA (Istarska razvojna agencija): „*MLADIEKOIN*“, (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/27/mladiekoin/> (pristupljeno: 22.7.2019.)

³⁶ IDA (Istarska razvojna agencija): „*INTERINO*“, (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/26/interino/> (22.7.2019.)

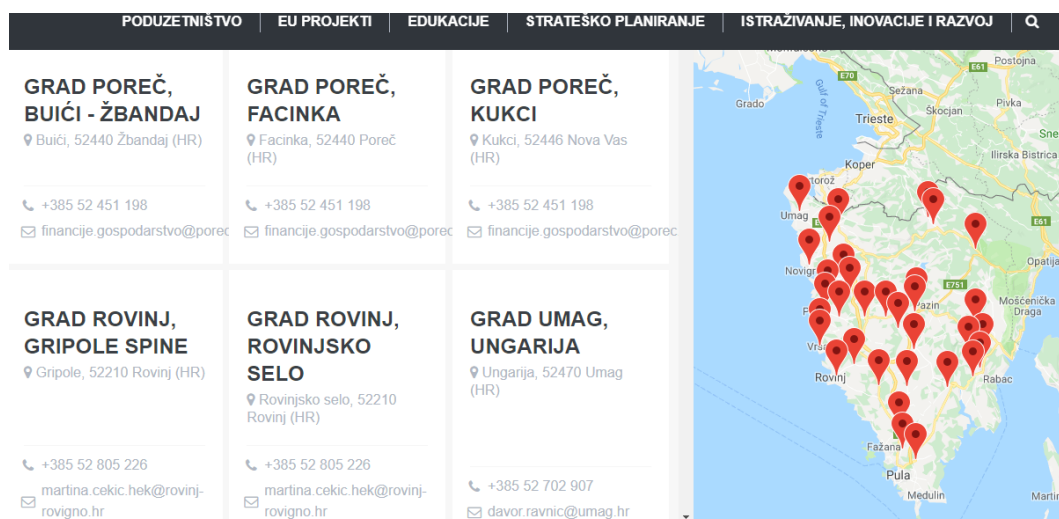
³⁷ IDA (Istarska razvojna agencija): „*EDUIT - jačanjem informatičkih znanja do zanimanja budućnosti*“ (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/9/jacanjem-informatickih-vjestina-do-zanimanja-buducnosti-eduit/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

praktičnim dijelom u poduzećima Istarske županije. Ostali suradnici projekta osim IDA-e su Hrvatska obrtnička komora, Istarska županija te Studentski centar Pula.

Osim nekadašnjih i aktualnih projekata te linija kreditiranja na stranicama IDA-e također se mogu pronaći podaci o poduzetničkim zonama i poduzetničkim inkubatorima u Istarskoj županiji. Ukupan broj poduzetničkih zona je 34, a Slika 3. prikazuje gdje se one prostorno nalaze. Također su na web stranici dostupni kontakti i sve ostale potrebne informacije.

Od svog osnivanja IDA je provela 47 EU projekata u vrijednosti od 470 milijuna kuna te je podržala preko tisuću poduzetničkih projekata ukupne vrijednosti 672 milijuna kuna. Ističe se po ulaganju u razvoj poduzetničke infrastrukture, uspostavu i operativno funkcioniranje Poduzetničkog inkubatora „IZAZOV“ te Tehnološkog inkubatora Pula.

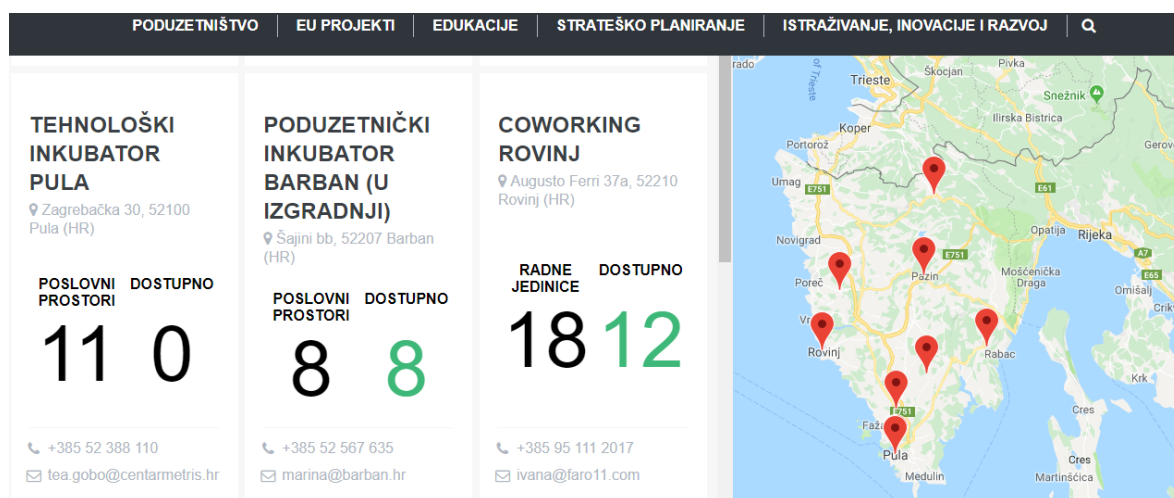
Slika 3. Prikaz poduzetničkih zona u Istarskoj županiji



Izvor: IDA (Istarska razvojna agencija), dostupno na: <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/poduzetnicke-zone-i-klasteri/poduzetnicke-zone/> (pristupljeno: 23.7.2019)

IDA je također uspostavila mrežu poduzetničkih inkubatora i coworking prostora kako bi osnažila poduzetničko okruženje i potaknula samozapošljavanje te rast i razvoj inovativnih poduzetnika. Trenutno se u Istarskoj županiji nalazi 8 aktivnih inkubatora, dok su buduća 3 u izgradnji. Na stranicama IDA-e također su dostupne informacije o kontaktima i broju dostupnih poslovnih prostora unutar poduzetničkih inkubatora kao što se može uočiti na slici 4.

Slika 4. Prikaz poduzetničkih inkubatora u Istarskoj županiji



Izvor: IDA (Istarska razvojna agencija), dostupno na: <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/inkubatori-i-coworking-pula/mreza-inkubatora-istarske-zupanije/> (pristupljeno: 23.7.2019)

Trenutno se prema podacima IDA-e u poduzetničkim inkubatorima nalazi 70 inkubiranih poduzetnika. Podaci su dostupni i provjerljivi na stranicama IDA-e te nisu statični, odnosno osvježavaju se prema trenutnom stanju.

2.3.2. Poduzetnički inkubatori u Puli

Pulski poduzetnički inkubator „Izazov“, nastao je kao projekt Istarske razvojne agencije uz potporu Ministarstva poduzetništva i obrta. Od svog osnivanja (2005.godine) inkubirao je više od 40 poduzetnika početnika koji danas bilježe visoku stopu uspješnosti u stalnom porastu. Natječaj za korištenje prostora se provodi kontinuirano, odnosno sukladno potrebama te se može pronaći na vezanoj web stranici. Putem natječaja, novoosnovanim tvrtkama dodjeljuje se poslovni prostor na subvencionirano korištenje od 6 mjeseci do maksimalnih 3 godine. Postoji pogodnost u prva 3 mjeseca kada se zakup ne plaća, odnosno prostor se koristi potpuno besplatno, dok se protekom razdoblja plaćaju povlaštene cijene zakupa ovisno o razdoblju korištenja poslovnog prostora.³⁸ Naime, tijekom preostalih 9 mjeseci plaća se 25%, druge godine 50%, a treće 75% utvrđenog iznosa tržišne cijene zakupa.³⁹ Moguće je i odobrenje

³⁸ IDA (Istarska razvojna agencija): „Poduzetnički inkubator „IZAZOV“ Pula“, (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/inkubatori-i-coworking-pula/poduzetnicki-inkubator-izazov-pula/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

³⁹ IDA (Istarska razvojna agencija): „Poduzetnički inkubator „IZAZOV“ Pula“, (web stranica) dostupno na <http://www.inkubator-izazov.com/pocetna/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

dodatnog boravka poduzetnika u inkubatoru nakon navršene tri godine, no tada se plaća 100% tržišna vrijednost zakupa. U „Izazovu“ se mladim obrazovanim ljudima pruža mogućnost financiranja iz jamstvenog fonda te im se osigurava poslovni prostor i još mnoge druge pogodnosti. Zahtjeve za subvencionirani zakup prostora mogu podnijeti mali poduzetnici i obrtnici početnici te inovatori. Uz ispunjen i potpisan zahtjev podnositelj je dužan dostaviti i poslovni plan ili elaborat razvojnog programa, zatim dokaz o registraciji, odnosno izvod iz obrtnog registra ili registra trgovačkog suda ili pak dokaz o početku obavljanja djelatnosti.⁴⁰

Također još jedan poduzetnički inkubator koji ima za cilj kreiranje te poticanje poduzetničkih aktivnosti, poduzetničke kulture i inovacija kod mladih ljudi je studentski poduzetnički inkubator SPIN, osnovan na Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli. Potporu mu je dalo i Ministarstvo poduzetništva i obrta. SPIN djeluje kao rasadnik start-up poduzeća te omogućuje studentima Sveučilišta u Puli korištenje infrastrukture, prostora, računala i telekomunikacijske opreme, ali i pruža potrebne informacije i znanje, odnosno savjetovanje kroz mentorstvo. SPIN potpomaže u oblikovanju poslovnih ideja mladih studenata poduzetnika te njihovu predstavljanju mogućim ulagačima ili potencijalnim partnerima. Pomaže studentima u istraživanju tržišta kao i u izradi poslovnih planova te definiranju poslovnih strategija i pokretanju vlastitih poduzetničkih poduhvata. Također ostvaruju i održavaju suradnju s predstavnicima poduzetnika, poslovnih anđela, gospodarstvenika, bankara te ostalih zainteresiranih za razvijanje i komercijaliziranje poduzetničkih ideja mladih studenata. Osnovna funkcija SPINA-a je omogućiti studentima poduzetnicima ostvarenje njihovih ideja krenuvši od oblikovanja poslovnog prijedloga i poslovnog plana, preko predstavljanja potencijalnim partnerima i ulagačima pa sve do pokretanja vlastitog poduzetničkog poduhvata i osamostaljenja na tržištu. Korisnici SPIN-a mogu biti pojedinci i timovi studenata preddiplomskih i diplomskih studija te diplomirani studenti Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli ⁴¹

⁴⁰ IDA (Istarska razvojna agencija): „Poduzetnički inkubator „IZAZOV“ Pula : Natječaj za prikupljanje zahtjeva za subvencionirano korištenje poslovnog prostora u Poduzetničkom inkubatoru IZAZOV“ (web stranica) dostupno na http://www.inkubator-izazov.com/uploads/media/PI_Izazov_Natjecaj_za_koristenje_poslovnog_prostora_13052019_01.pdf (pristupljeno 23.7.2019.)

⁴¹ FET (Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“: „ Studentski poduzetnički inkubator - SPIN“ (web stranica) dostupno na https://fet.unipu.hr/fet/za_studente/spin (pristupljeno 23.7.2019.)

Uz navedene poduzetničke inkubatore ističe se još i Tehnološki inkubator Pula, a potrebno je istaknuti kako je nedavno, preciznije 9. srpnja 2019. godine, prezentirano idejno rješenje budućeg poduzetničkog centra u Puli nazvanog „Coworking Pula“. Centar će biti sufinanciran EU sredstvima te će biti namijenjen razvoju urbanog područja grada Pule. Nudit će prostor i sadržaje malim i srednjim poduzetnicima te svim zainteresiranim korisnicima kojima će se omogućiti povoljno okruženje za razvoj poduzetništva s naglaskom na digitalizaciju i inovativne načine rada.⁴² Datum početka rada još uvijek nije poznat.

⁴² IDA (Istarska razvojna agencija): „*Idejno rješenje budućeg coworking centra u virtualnoj realnosti*“ (web stranica) dostupno na <https://ida.hr/hr/tn/novosti-481/detail/2140/idejno-rjesenje-buduceg-coworking-centra-u-virtualnoj-realnosti/> (pristupljeno: 23.7.2019.)

3. Programi za razvoj poduzetništva mladih

3.1. Programi u Hrvatskoj

Hrvatska ima vrlo razvijene instrumente javnih politika u obliku programa za dodjelu bespovratnih sredstava, programa kreditnih jamstava, subvencija kamatnih stopa te fondova gospodarske suradnje.⁴³ Na godišnjoj razini se u javnim proračunima županija i jedinica lokalne samouprave osiguravaju sredstva za dodjelu bespovratnih potpora koje imaju za funkciju razvoj poduzetništva te jačanje poduzetničke klime.

3.1.1. Programi subvencija i dodjele bespovratnih sredstava

Interes za jačanje poduzetništva pojavljuje se i u nacionalnim te regionalnim mjerama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ) kroz potpore za samozapošljavanje i programe za osposobljavanje, usavršavanje te edukaciju mladih.

Paketom mjera HZZ-a „Učenjem do poduzetnika“⁴⁴ obrazovno se osposobljavaju trenutno nezaposleni potencijalni mladi poduzetnici te se afirmiraju vrijednosti poduzetničkog potencijala mladih. Navedenim paketom se ciljnoj skupini, odnosno mladim nezaposlenim osobama koje se žele samozaposliti, pruža potrebna dodatna podrška za razvoj poduzetničkih vještina. Grupe na koje se ovaj paket mjera odnosi su mlade osobe u dobi od 15 do 29 godina koje su registrirane kao nezaposlene najviše do 4 mjeseca, zatim mladi do 25 godina koji su u evidenciji nezaposlenih dulje od 6 mjeseci, kao i mladi do 29 godina u evidenciji nezaposlenih dulje od 12 mjeseci. Edukacijom u trajanju od 6 mjeseci polaznicima se omogućava novčana pomoć u iznosu od 1.248,00 kn razmjerno broju dana prisutnosti na obrazovanju te im se osiguravaju naknade troškova prijevoza sredstvima javnog prijevoza za dane provedene na obrazovanju kao i troškova osiguranja. Naknada za mentorstvo koju polaznici moraju platiti iznosi 700 kn mjesečno.

HZZ također dodjeljuje potpore za samozapošljavanje nezaposlenim osobama prijavljenim u evidenciju Hrvatskog zavoda za zapošljavanje koje su odlučile pokrenuti

⁴³ MINPO (Ministarstvo poduzetništva i obrta): „Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj (2013.-2020.)“ (web stranica) dostupno na <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf> (pristupljeno 30.7.2019.)

⁴⁴ TILIO (tvrtka ili obrt): „Potpore za samozapošljavanje koje nudi Hrvatski zavod za zapošljavanje“ (web stranica) dostupno na <https://tilio.hr/potpore-za-samozaposljavanje-koje-nudi-hrvatski-zavod-za-zaposljavanje/> (pristupljeno: 30.7.2019.)

vlastiti poslovni poduhvat. Jedna od takvih mjera je „Tvoja inicijativa – tvoje radno mjesto“ kojom se pruža stručna i financijska podrška prilikom realizacije poduzetničkih ideja nezaposlenih osoba čiji je cilj pokrenuti i registrirati poslovni subjekt. Mjera se odnosi na sve nezaposlene osobe bez obzira na zanimanje, radni staž ili kvalifikaciju. Programom duljine trajanja od 12 mjeseci korisnici imaju pravo na subvenciju do 25.000 kn. Osim navedene također se dodjeljuju subvencije:

- do 55.000,00 kn, odnosno do 70.000,00 kn u slučaju da se ista kombinira sa stručnim osposobljavanjem za rad
- za otvaranje obrta ili slobodne profesije (do 2 osobe) do 110.000,00 kn
- za udruživanje u trgovačka društva (do 4 osobe) do 220.000,00 kn
- za udruživanje u zadruge (za 5 osoba) do 275.000,00 kn⁴⁵

Odabir korisnika vrši se na temelju izrađenih poslovnih planova i troškovnika iz kojih mora biti vidljiva održivost poslovne ideje. Zavod upućuje i na aktivno savjetovanje u vezi samozapošljavanja, a maksimalna moguća visina sredstava ovisi o detaljima prijave.

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta objavljuje javne pozive za različite programe razvoja poduzetništva na godišnjoj razini uz dodjelu bespovratnih sredstava. Tako se projektom „Stipendiranje učenika u obrtničkim zanimanjima“ putem Europskog socijalnog fonda i Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020., nastojao povećati interes mladih za obrazovanjem u deficitarnim obrtničkim zanimanjima usvajanjem ključnih vještina i kompetencija te poticanjem zapošljavanja i samozapošljavanja u obrtništvu. Ukupan iznos bespovratnih sredstava bio je 18.000.000,00 kuna od čega je 85%, odnosno 15.300.000,00 kuna dodjeljeno iz Europskog socijalnog fonda, dok je 15%, odnosno 2.700.000,00 kuna bio raspoloživ iznos nacionalnih sredstava. Ovim projektom sufinancirali su se troškovi školovanja učenicima koji se obrazuju u deficitarnim zanimanjima.⁴⁶

⁴⁵ HZZO (Hrvatski zavod za zapošljavanje): „Od mjere do karijere : Potpore za samozapošljavanje“ (web stranica) dostupno na <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (pristupljeno: 31.7.2019.)

⁴⁶ Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta: „Poduzetništvo i obrt; Objavljeni Javni poziv;: Projekt „Stipendiranje učenika u obrtničkim zanimanjima“ (web stranica) dostupno na <https://www.mingo.hr/public/documents/Projekt%20Stipendiranje%20u%C4%8Denika%20u%20obrti%C4%8Dkim%20zanimanjima%202018.pdf> (pristupljeno: 31.7.2019.)

Hrvatska udruga poslodavaca u suradnji s Ministarstvom gospodarstva, poduzetništva i obrta te Ministarstvom znanosti i obrazovanja raspisuje razne natječaje kojima se aktivno promovira poduzetništvo među mladima i pobuđuje veći interes mladih za bavljenje poduzetništvom. Natječajem „Poduzetnici budućnosti“ i ove godine dodjeljuje se nagradni fond u iznosu od 250.000 kuna za 25 najboljih poduzetničkih projekata srednjih škola. Nagradna sredstva škole će uložiti u edukaciju učenika o poduzetništvu te razvoj poduzetničkih znanja i vještina.

„Za razvoj našega društva neophodno je poticati mlade na inovativno promišljanje i stvaranje dodane vrijednosti kroz bavljenje poduzetništvom. Važno je da mladi već u srednjoškolskoj dobi shvate da mogu biti kreatori svoje budućnosti, a ne samo pasivni promatrači – poslodavci koji će zapošljavati, a ne samo zaposlenici u kompanijama. Očekujemo da će se kroz osmišljavanje projektnih ideja kod mladih potaknuti i kreativno razmišljanje te da će na praktičnom primjeru naučiti što je sve potrebno kako bi se u razvoju projekta došlo od ideje do njene realizacije. Mladi su naša budućnost i jedino oni dugoročno mogu doprinijeti jačem gospodarskom razvoju zemlje – istaknula je Gordana Deranja, predsjednica Hrvatske udruge poslodavaca.“⁴⁷

Osim državnih, regionalnih i lokalnih institucija, programe za razvoj poduzetništva mladih potiču i financijske ustanove, tj. poslovne banke. Tako primjerice Zagrebačka banka svojim programom „Moj Zaba Start“⁴⁸ nagrađuje najbolje poduzetničke i društveno korisne projekte te pruža mogućnost financijske potpore u iznosu od gotovo milijun kuna te mogućnost edukacije i promocije. Evaluacijom prijavljenih projekata, stručna komisija izabire 3 najbolja koja osvajaju financijske potpore.

3.1.2. Kreditne linije

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) omogućava kredite za mlade poduzetnike i poduzetnice, odnosno za sva trgovačka društva, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, obrtnike, fizičke osobe koje samostalno obavljaju

⁴⁷ Točkanai.hr: „Poduzetnici budućnosti“ – natječaj za mlade poduzetnike, 4.3.2019., (web stranica) dostupno na <https://tockanai.hr/poduzetnik/financiranje/poduzetnici-buducnosti-natjecaj-21163/> (pristupljeno: 31.7.2019.)

⁴⁸ Zagrebačka banka d.d. : „Moj Zaba Start“, (web stranica) dostupno na <http://www.mojzabastart.hr/home/> (pristupljeno: 31.7.2019.)

djelatnost, zadruge i ustanove u kojima jedna ili više osoba u dobnoj skupini do 30 godina života posjeduje najmanje 51% kapitala ili je registriran vlasnik ili pak vodi Upravu.

Kreditni su namjenjeni za ulaganja u osnovna sredstva, odnosno materijalnu imovinu (osnivačka ulaganja, zemljište, građevinski objekti, oprema i uređaji, a za poljoprivrednike osnovno stado te podizanje dugogodišnjih nasada) i nematerijalnu imovinu (razvoj proizvoda ili usluga, licence, patenti, franšize, koncesije, autorska prava). Krediti se također mogu koristiti za ulaganja u trajna obrtna sredstva koja su načelno do 30% iznosa kredita.

Prilikom financiranja razvoja proizvoda ili usluge korisnik je dužan načiniti i dostaviti poslovni plan s opisom, namijenom, ciljanom skupinom korisnika, vremenskim trajanjem razvoja proizvoda ili usluge, planiranom cijenom te planiranim prihodima i troškovima u budućim razdobljima. Iznos ulaganja u nematerijalnu imovinu ovisi o stručnom sudu klijenta i o raspoloživim sredstvima HBOR-a.

Kreditirani se može izravno, putem poslovnih banaka ili modelom podjele rizika. Iznos kredita kreće se od najnižeg iznosa od 80.000,00 kuna do najvišeg iznosa od 700.000,00 kuna. Rok korištenja kredita je u pravilu na 12 mjeseci, dok je poček na 2 godine, odnosno na 5 godina za podizanje i/ili restrukturiranje dugogodišnjih nasada. Uz rok korištenja mora postojati i rok otplate koji iznosi do 12 godina i u njega je uključen i poček. Kamatna stopa iznosi 2% godišnje te ima mogućnost sniženja prilikom zapošljavanja mladih, stvaranja inovativnih malih srednje kapitaliziranih poduzeća te za inovativna mala i srednja poduzeća.⁴⁹

3.1.3. Lokalni program za mlade grada Pule

Grad Pula izradio je prvi strateški dokument naziva „Lokalni program za mlade Grada Pule“ koji je namijenjen mladima i povećanju njihove kvalitete života u lokalnoj zajednici koja nudi niz mogućnosti za osobni i profesionalni razvoj mladih. Cilj programa je

⁴⁹ Eurokonzalting news portal: „Kreditni HBOR-a - Mladi poduzetnici“, (web stranica) dostupno na <https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/398-kreditni-hbor-mladi-poduzetnici> (pristupljeno: 31.7. 2019.)

uspostaviti suradnju mladih s lokalnom samoupravom te omogućiti im napredak i razvoj u raznim područjima, posebice u poduzetništvu.

Na prijedlog mladih u strateške ciljeve dokumenta inkorporirane su preporuke o umrežavanju mladih s potencijalnim poslodavcima i dionicima s lokalnog područja koji nude stjecanje radnog iskustva, kao i preporuke o poticanju mladih na stjecanje radnih navika kroz širu ponudu praktičnog rada i volonterskih programa koji bi se priznavali u obliku stečenih vještina i kompetencija.

Najvažniji strateški ciljevi Lokalnog programa za mlade Grada Pule su promoviranje poduzetništva među mladima i olakšavanje njihovog pristupa tržištu rada. Propisane mjere koje potkrijepljuju navedene strateške ciljeve su: jačanje kompetencija mladih, informiranje mladih o potrebama tržišta rada i poduzetništvu, zagovaranje aktivnosti promoviranja poduzetništva i pružanje podrške mladim poduzetnicima i inovatorima. Kroz mjere se ističe važnost sufinanciranja edukacija za mlade poduzetnike te pohađanja certificiranih tečajeva udruživanjem, odnosno suradnjom civilnog, privatnog i poslovnog sektora kojim će se utvrditi potrebe na tržištu rada te omogućiti stjecanje potrebnih znanja, vještina i dodatnih kompetencija nužnih za obavljanje poduzetničkih djelatnosti vlastitog poduzeća.

Potiče se učinkovito informiranje mladih kroz ponude dodatnih obrazovnih programa, mogućnosti volontiranja i poduzetništva. Mjere su u skladu s definiranim ciljevima Nacionalnog programa za mlade u kojem se navodi da „poseban naglasak treba staviti na povezivanje s gospodarskim sektorom kako bi se redovito ažuriralo stanje potreba tržišta rada te omogućilo povezivanje studenata s budućim poslodavcima zbog informiranja, ali i stjecanja potrebnih kompetencija i radnog iskustva već tijekom studija i time lakšeg zapošljavanja.“⁵⁰

Mjera zagovaranja aktivnosti kojima se promovira poduzetništvo od iznimnog je značaja jer kroz primjere pozitivne prakse razvija pozitivnu poduzetničku klimu. Kao što je i navedeno u Strategiji gospodarskog razvoja Pule kroz mjeru „Širenje kulture poduzetništva među stanovništvom“, cilj ovakvih mjera je stvarati i jačati svijest o važnosti samozapošljavanja i poduzetništva te potaknuti interes i poduzetnički duh u samostalnom vođenju i obavljanju poslova prilikom pokretanja poduzetničkih

⁵⁰ Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020.: „*Informiranje mladih o potrebama tržišta i poduzetništvu*“ str. 24

poduhvata. Jedan od strateških projekata čija je realizacija u planu je organizacija Festivala poduzetništva putem kojeg se provode različite aktivnosti koje pridonose promociji poduzetništva⁵¹:

- SPIN dan – predstavljanje aktivnosti Studentskoga poduzetničkog inkubatora FET-a
- Ja sam poduzetnik – predstavljanje rezultata uspješnih mladih (i ostalih) poduzetnika i inovatora (suradnja s polaznicima modula Upravljanje inovacijama)
- Od hobija do poduzetničkoga poduhvata – kreativne radionice o mogućnostima pretvaranja hobija u inovativni poduzetnički poduhvat
- (Re)kreacija – radionice namijenjene mladima i svima koji se tako osjećaju: kako kvalitetno ispuniti slobodno vrijeme, naučiti nešto o poduzetništvu, iskazati kreativnost i možda otkriti poduzetnika u sebi
- Start me up – predstavljanje udruge i njezinih rezultata
- Okrugli stol – okupljalište svih zainteresiranih za debatu o temama vezanim uz poduzetništvo, gospodarstvo i inovacije
- Poduzetna Pula – publikacija koja će pratiti svaki festival u digitalnom i/ili tiskanom izdanju
- Case Study – radionice izrade studija slučajeva i kompilacija studija slučajeva (ne)uspješnih poduzetnika kao nastavni materijal
- Facebook, Twitter, LinkedIn - kontinuirana online promocija Festivala putem društvenih mreža.

To su sve ciljevi koji su u planu te bi se mogli ostvariti u bliskoj budućnosti, dok je ove godine već bio organiziran SPIN.net kojeg je proveo FET s ciljem umrežavanja studenata, odnosno korisnika SPIN-a s aktivnim i uspješnim poduzetnicima i gospodarstvenicima.

Mjerama pružanjem podrške mladim poduzetnicima i inovatorima djeluje se različitim dostupnim mehanizmima od financijske potpore do promocije poslovanja u Hrvatskoj i

⁵¹ Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020. : „Zagovaranje aktivnosti promoviranja poduzetništva“, str. 25

inozemstvu. Grad Pula pruža financijsku potporu poduzetnicima kroz različite mjere sukladno mogućnostima gradskog proračuna⁵² :

Mjera 1: Potpore novoosnovanim tvrtkama

Mjera 2: Potpore poduzetnicima za financiranje pripreme i kandidiranje EU projekata

Mjera 3: Potpore za novo zapošljavanje i samozapošljavanje

Mjera 4: Sufinanciranje ulaganja u standarde kvalitete

Mjera 5: Potpore za uvođenje inovacija u proizvodnju

Mjera 6: Subvencioniranje troškova polaganja stručnih i majstorskih ispita

Mjera 7: Potpore za sufinanciranje pojedinačnog javnog poduzetnika na međunarodnim sajmovima

Mjera 8: Potpore za sufinanciranje nabave dugotrajne materijalne imovine

Tablica 1. : Mjere za olakšavanje mladima ulazak na tržište rada

| | | | |
|-------------------------------|---|-------------------------------|---|
| MJERA 1.1. | JAČANJE KOMPETENCIJA MLADIH U SKLADU S POTREBAMA TRŽIŠTA RADA | MJERA 1.2. | INFORMIRANJE MLADIH O POTREBAMA TRŽIŠTA RADA I PODUZETNIŠTVU |
| NOSITELJ | Grad Pula, Upravni odjel za financije i opću upravu | NOSITELJ | Grad Pula, Upravni odjel za financije i opću upravu |
| SURADNICI U PROVEDBI | obrazovne ustanove, Hrvatski zavod za zapošljavanje – Područni ured Pula, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatska gospodarska komora, privatni sektor, civilni sektor | SURADNICI U PROVEDBI | obrazovne ustanove, civilni sektor, Hrvatski zavod za zapošljavanje – Područni ured Pula, Hrvatska obrtnička komora, Hrvatska gospodarska komora, privatni sektor, Savjet mladih Grada Pule, Info centar za mlade Pula |
| ROK PROVEDBE | ZADACI | ROK PROVEDBE | ZADACI |
| 2018. I KONTINUIRANO | - poticati partnerstva civilnog, privatnog i javnog sektora | 2018. I KONTINUIRANO | - poticati Info centar za mlade na kvalitetnu suradnju s mladima i lokalnim dionicima |
| 2019. I KONTINUIRANO | - poticati i organizirati rasprave o istraživanju potreba tržišta rada - zagovarati pohađanje certificiranih tečajeva mladih osoba - kontinuirano sufinancirati edukacije za mlade poduzetnike u cilju stjecanja više razine informatičke pismenosti i dodatnih kompetencija za obavljanje osnovne poduzetničke djelatnosti | 2019. I KONTINUIRANO | - kontinuirano provoditi aktivnosti informiranja mladih o dostupnim poticajima za mlade poduzetnike - osmisliti model informiranja mladih na području Pule o mogućnostima koje pružaju Grad Pula i lokalni dionici |
| INDIKATORI USPJEŠNOSTI | Indikatori ishoda - povećana razina znanja i vještina nezaposlenih mladih osoba kroz korištenje certificiranih tečajeva - zaključci i preporuke o potrebama tržišta rada Indikatori rezultata - broj odobrenih potpora za certificirane tečajeve - ukupan iznos potpora za certificirane tečajeve | INDIKATORI USPJEŠNOSTI | Indikatori ishoda - povećana informiranost mladih o potrebama tržišta rada, poduzetništvu i dostupnim poticajima - osmišljen model za informiranje mladih Indikatori rezultata - broj radnih sastanaka - broj objavljenih informacija - zadovoljstvo mladih |

Izvor: Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020., str. 26-27, dostupno na https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/posts/attachments/Lokalni_program_za_mlade_Grada_Pule.pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)

⁵² Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020. : „Zagovaranje aktivnosti promoviranja poduzetništva“, str. 25

Tablica 2. Mjere za promoviranje poduzetništva među mladima

| | | | |
|-------------------------------|--|-------------------------------|---|
| MJERA 2.1. | ZAGOVARANJE AKTIVNOSTI PROMOVIRANJA PODUZETNIŠTVA | MJERA 2.2. | PRUŽANJE PODRŠKE MLADIM PODUZETNICIMA I INOVATORIMA |
| NOSITELJ | Grad Pula, Upravni odjel za financije i opću upravu | NOSITELJ | Grad Pula, Upravni odjel za financije i opću upravu |
| SURADNICI U PROVEDBI | obrazovne ustanove, Istarska županija, civilni sektor, privatni sektor, Savjet mladih Grada Pule, Hrvatski zavod za zapošljavanje | SURADNICI U PROVEDBI | obrazovne ustanove, Istarska županija, Hrvatska gospodarska komora –županijska komora Pula, Obrtnička komora Istarske županije, Istarska razvojna agencija |
| ROK PROVEDBE | ZADACI | ROK PROVEDBE | ZADACI |
| 2018. I KONTINUIRANO | - podržati razvoj partnerstva javnog, civilnog i privatnog sektora | 2018. I KONTINUIRANO | - poduprijeti rad mladih poduzetnika i inovatora kroz potpore Grada Pule |
| 2019. I KONTINUIRANO | - zagovarati stvaranje pozitivne poduzetničke klime razvijanjem okruženja koje je mladima ohrabrujuće i poticajno | 2019. I KONTINUIRANO | - povećati vidljivost dostupnih poticaja Grada Pule |
| INDIKATORI USPJEŠNOSTI | <p>Indikatori ishoda</p> <ul style="list-style-type: none"> - uspostavljeno pozitivno i motivirajuće okruženje za provedbu poduzetničkih aktivnosti mladih <p>Indikatori rezultata</p> <ul style="list-style-type: none"> - razina informiranosti mladih o mogućnostima poduzetništva (broj informiranih mladih, broj objavljenih informacija) - broj održanih aktivnosti usmjerenih promoviranju poduzetništva - broj sastanaka lokalnih dionika s ciljem suradnje u zapošljavanju mladih | INDIKATORI USPJEŠNOSTI | <p>Indikatori ishoda</p> <ul style="list-style-type: none"> - pružena potpora mladim poduzetnicima i inovatorima <p>Indikatori rezultata</p> <ul style="list-style-type: none"> - iznos osiguranih sredstava kroz potpore za poduzetnike - broj mladih poduzetnika koji koriste financijsku potporu Grada Pule |

Izvor: Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020., str. 28-29, dostupno na https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/posts/attachments/Lokalni_program_za_mlade_Grada_Pule.pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)

Tablicama 1. i 2. prikazane su mjere koje se bave jačanjem kompetencija mladih te informiranjem o potrebama tržišta rada, kao i zagovaranjem aktivnosti koje promoviraju poduzetništvo te pružaju podršku mladim poduzetnicima i inovatorima. Ističu se konkretne zadaće i suradnici u provedbi samih mjera te se u konačnici rezultati mogu očitati kroz navedene indikatore uspješnosti, primjerice brojem odobrenih potpora za certificirane tečajeve, brojem mladih poduzetnika koji koriste financijsku potporu Grada Pule, zadovoljstvom mladih itd.

3.2. Programi Europske unije

Bespovratna sredstva i potpore za mlade poduzetnike nude se i kroz programe i fondove Europske unije. Europska komisija povezuje programe mobilnosti studenata i mladih stručnjaka, modernizacije sustava visokog obrazovanja te podrške razvoja poduzetništva mladih u svojoj strategiji „Europa 2020“.

Raznim inicijativama (Mladi u pokretu, Unija inovacija, Digitalni program za Europu, Industrijska politika za globalizacijsko doba, Europska platforma protiv siromaštva,

Resursno učinkovita Europa) nastoji se riješiti problematika nezaposlenosti mladih prilagodbom obrazovnog sustava za tržište rada te ukazivanjem na primjenu novih tehnologija u skladu s učinkovitim i ekološkim korištenjem resursa i novih oblika energije.

3.2.1. Erasmus program

S ciljem potpore mladim poduzetnicima prilikom razvijanja vještina i znanja učeći od iskusnih poduzetnika iz drugih zemalja EU provodi se program „Erasmus za mlade poduzetnike“ financiran od strane Europske komisije. Europska unija pokrenula je program 2009. godine u svrhu unaprijeđenja znanja i stjecanja moguće poslovne suradnje mladih poduzetnika s već iskusnim i stručnim poduzetnicima u zemljama sudionicama. Program pomaže mladim poduzetnicima prilikom pokretanja i uspješnog vođenja manjih tvrtki u Europi na način da se kroz boravak kod iskusnih poduzetnika u trajanju od 1 do 6 mjeseci osposobljavaju, razmjenjuju iskustva i poslovne ideje. Namijenjen je mladim poduzetnicima čija je ideja tek u nastanku ili je već pokrenuta, no u roku trajanja manjeg od 3 godine te s druge strane iskusnim poduzetnicima, vlasnicima čija su poduzeća starija od 3 godine ili onih uključenih u uprave malih i srednjih poduzeća.

Prednost programa je obostrana i za novog poduzetnika i za domaćina. Novi poduzetnik dobiva priliku da se educira kroz posao u malom ili srednjem poduzeću u inozemstvu, odnosno zemlji sudionici te na taj način stekne znanja potrebna za pokretanje i usavršavanje vlastite ideje ili pak jačanje postojećeg poduzeća, a javlja se i potencijalna prilika za suradnju s inozemnim partnerima. Poduzetnik domaćin profitira pak od novih ideja ili posebnih vještina i znanja koje donose mladi poduzetnici koji mogu nadopuniti i unaprijediti poslovanje i kroz buduće zajedničke poduzetničke poduhvate ostvariti dugoročnu poslovnu suradnju.

Osim poduzetnika, u program se uključuju i organizacije nadležne za provođenje programa (gospodarske komore, razvojne agencije, poslovni inkubatori). „Hrvatska gospodarska komora zajedno s partnerima iz Europe sudjeluje u programu Erasmus za poduzetnike početnike od 2012. godine kao posrednička organizacija odabrana od strane Europske komisije. HGK je do sada sudjelovala u dva ciklusa programa, ukupne

vrijednosti oko 85.000 eura i realizirala je ukupno 26 uspješnih razmjena od kojih je čak 15 hrvatskih mladih poduzetnika poslano na razmjenu s iskusnim i uspješnim poduzetnicima iz Europske unije. Također, Komora je osigurala i 11 razmjena u okviru kojih su mladi poduzetnici iz Španjolske, Slovenije, BiH i Italije došli boraviti kod iskusnih i uspješnih hrvatskih poduzetnika kako bi stekli nužna znanja i iskustva pomoću kojih će u budućnosti uspješnije voditi svoje vlastite tvrtke.⁵³ No, u Hrvatskoj ne postoji velik interes domaćih poduzetnika jer nisu upoznati s koristima programa, dok je većina stranih poduzetnika izjavila da im je sudjelovanje u programu omogućilo inovacije i proširenje poslovanja.

3.2.2. EU projekt „Build Your Future“

EU projekt „Build Your Future“ je program za edukaciju mladih poduzetnika od 19 do 29 godina koji se osim u Hrvatskoj održava u još osam europskih zemalja. Sastavljen je od edukativnog programa koji je baziran na iskustvenom učenju kroz pozitivne primjere iz prakse. Projekt ima za cilj osposobiti mlade poduzetnike na osnovu iskustava uspješnih poduzetnika, razvijanjem potrebnih znanja i vještina od samog stvaranja ideje do njene realizacije uključujući marketinške, prezentacijske i prodajne vještine te znanja o financijama i pravnim oblicima, a sve u svrhu kako bi bili u mogućnosti osmisliti i ostvariti vlastite poduzetničke pothvate te potaknuti suradnju mladih i lokalnih poduzetnika. Vrlo je bitno ostvariti suradnju i razmijeniti iskustva kako na lokalnoj tako i na međunarodnoj razini jer je problem nezaopslenosti mladih prisutan u cijeloj Europi. Velika prilika za mlade poduzetnike je 8 milijardi kuna potpore do 2020 godine koju mogu povući prijavom svoga projekta kroz HAMAG-BICRO programe.⁵⁴ Na stranicama Eurokonzaltinga također se mogu pronaći relevantne informacije o potporama, natječajima i izdvojenim fondovima bespovratnih sredstava za poduzetnike od 2017. do 2020. Tako pod mjerom 6.1. stoji potpora mladim poljoprivrednicima prema kojoj je moguće ostvariti 50.000 € do 100% vrijednosti ukupnih prihvatljivih troškova. Grupu korisnika predstavljaju osobe starosti između 18

⁵³ Hrvatska gospodarska komora (HGK): „HGK osigurala više od 400.000 kuna u sklopu programa ‘Erasmus za poduzetnike početnike’“, (web stranica) dostupno na <https://www.hgk.hr/hgk-osigurala-vise-od-400000-kuna-u-sklopu-programa-erasmus-za-poduzetnike-pocetnike-najava> (pristupljeno: 31.7.2019.)

⁵⁴ Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG-BICRO): „EU fondovi“ (web stranica) dostupno na <https://hamagbicro.hr/bespovratne-potpore/eu-fondovi/> (pristupljeno 31.7.2019.)

i 41 godina i one koje su prvi put postavljene kao nositelji poljoprivrednog gospodarstva (ne duže od 18 mjeseci).⁵⁵

4. Prepreke i izazovi razvoja poduzetništva mladih

Nezaposlenost mladih jedan je od najvećih problema koji se javlja u cijelom svijetu. Razina nezaposlenosti postaje iznimno visoka čak i u zemljama članicama Europske unije koja kroz svoje politike mjera nastoji stvoriti održivi rast i razvoj potičući poduzetništvo mladih. No, istraživanja pokazuju kako želja mladih za ostvarivanjem poduzetničkih poduhvata nije na visokoj razini. Glavni izazov postaje razviti poduzetničku kulturu i poduzetnički „mindset“ kod mladih ljudi što bi u konačnici kroz investiranje i otvaranje novih radnih mjesta dovelo i do smanjenja nezaposlenosti.

Nezaposlenost uzrokuje opće nezadovoljstvo s ekonomskim, socijalnim, financijskim i političkim sistemom u državi, što mlade nadalje odvlači u pronalazak boljih prilika u drugim zemljama s razvijenijom ekonomskom platformom i regulativom. Velik odljev mladih odvija se i u Hrvatskoj što bitno narušava cijelu demografsku sliku, a time i ekonomsku situaciju. Dok u jednu ruku globalizacija pridonosi pronalasku poslova, također stvara velike izazove posebno za mlade koji su pogođeni krizama vlastitih država. Odljevom mladih događa se i odljev potencijalnih mladih poduzetnika, njihovih poduzetničkih ideja, inovativnih zamisli, odnosno odljev visokoobrazovanih pokretača društva.

Prepreke također predstavljaju administrativni i financijski problemi, neusklađenost vladinih politika, pa čak i korumpiranost, nedostatna ulaganja u poduzetničku infrastrukturu ili pak u poduzetničke programe i aktivnosti obrazovnih institucija te različite kulturne i društvene norme, prepreke ulaska na tržište, dinamika kretanja tržišta.

⁵⁵ Eurokonzalting news portal: „*Bespovratna sredstva za poduzetnike od 2017. do 2020. godine*“, (web stranica) dostupno na <https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/597-bespovratna-sredstva-za-poduzetnike-u-2017-godini> (pristupljeno: 31.7.2019.)

Svaka država trebala bi težiti omogućavanju boljih uvjeta za razvoj mladih osoba i njihovih poduzetničkih sposobnosti te ih uključiti i učiniti bitnim dijelom sustava jer oni su indikatori budućih društvenih i ekonomskih kretanja.

4.1. Prepreke i izazovi razvoja poduzetništva mladih u Hrvatskoj

U Hrvatskoj je jedna od glavnih prepreka razvoja poduzetništva mladih negativna percepcija o poduzetniku kao uspješnom odabiru za razvoj dobre karijere, odnosno smatra se da uspješni poduzetnici nemaju dovoljno cijenjen status u društvu. Također postoji nedostatak medijske pozornosti prema pozitivnim primjerima poduzetničke aktivnosti što utječe i na nedostatak informiranosti i poticanja poduzetništva na nivou cijelog društva. Mediji imaju ogroman utjecaj na stavove društva, stoga je od iznimne važnosti uspostaviti pojačanu odgovornost medija za razvoj poduzetničke kulture.

Tablica 3. Percepcije o društvenom statusu poduzetnika, Hrvatska i EU

| Godina | Biti poduzetnik je dobar izbor karijere | | Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu | | Medijska pažnja poduzetništvu | |
|--------|---|---------------|---|----------------|-------------------------------|----------------|
| | Hrvatska | EU/Rang HR | Hrvatska | EU/Rang HR | Hrvatska | EU/Rang HR |
| 2015. | 61,5 | 56,1 4/21 | 42,3 | 66,4 21/21 | 47,5 | 54,1 17/21 |
| 2016. | 62,2 | 57,4 6/21* | 45,6 | 66,5 21/21* | 47,2 | 54,3 15/21* |
| 2017. | 62,2 | 58,6 6/18 | 47,7 | 67,0 18/18 | 48,1 | 55,6 15/18 |

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“ ,Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 23.7.2019.)

Iz Tablice 3. može se uočiti kako u Hrvatskoj zapravo postoji pozitivna poslovna percepcija o poduzetništvu kao dobrom izboru karijere jer je rangirana dosta visoko u odnosu na ostale zemlje EU (2015. godine se nalazila na 4.mjestu, dok 2016. i 2017. godine na 6 mjestu.), no ipak postoji negativno mišljenje da uspješni poduzetnici nemaju visok status u društvu te je tu Hrvatska rangirana na začelju ljestvice (2015. i

2016.- 21/21, 2017.-8/18). Također, nedovoljno se medijski prate i promoviraju poduzetničke aktivnosti u usporedbi s EU.

Tablica 4. Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom (u %)

| Godina | Mladi (dobne skupine 18-24 + 25-34) | | | |
|--------|-------------------------------------|---------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| | Hrvatska | EU | | Gospodarstva temeljena na efikasnosti |
| | | Prosjek | Zemlja s dominantnim učešćem mladih | |
| 2015. | 44,4 | 41,1 | 52,7 Latvija | 48,3 |
| 2016. | 46,3 | 41,6 | 57,9 Estonija | 49,2 |
| 2017. | 46,6 | 41,0 | 55,3 Poljska | 48,7 |

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“, Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 23.7.2019.)

Tablicom 4. vidljivo je kako je poduzetnička aktivnost mladih u Hrvatskoj nešto iznad prosjeka europskih zemalja zahvaćenih GEM istraživanjem (RH-44,4 : EU-41,1) te je iz godine u godinu u stalnom uzrastu i kreće se prema koeficijentima zemalja poput Latvije, Estonije i Poljske koje bilježe dominantno učešće mladih.

Bez obzira na visok rang poduzetničke aktivnosti mladih, poduzetnička okolina u Hrvatskoj više djeluje ograničavajuće na poduzetničku aktivnost, nego stimulirajuće. Vrlo ograničavajuće komponente poduzetničke okoline predstavljaju vladine politike prema regulatornom okviru, zatim prisutne barijere prilikom ulaska na tržište, kulturne i društvene norme (sustav vrijednosti) te nedostatna izgradnja poduzetničkih kompetencija mladih prilikom osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja.

Neophodno je uskladiti politike, strategije, aktivnosti, programe i ostale instrumente koji pridonose razvoju poduzetničke kulture. Potrebno je pokrenuti politike i programe za uravnotežen rast poduzetničke aktivnosti s obzirom na rodnoš, dob, sektore i regije. Također treba nastojati ojačati inovacijski kapacitet gospodarstva kroz primjene novih tehnologija, internacionalizaciju poduzetničkih inicijativa te suradnju istraživačkih institucija s gospodarstvom.

Tablica 5. Vladine politike – porezi i regulativa, Hrvatska i EU

| Godina | Hrvatska | EU | Najbolji | | Najlošiji | |
|--------|----------|------|----------|------------|-----------|----------|
| 2015. | 1,99 | 3,90 | 5,8 | Portugal | 1,99 | Hrvatska |
| 2016. | 2,18 | 3,90 | 6,34 | Estonija | 2,18 | Hrvatska |
| 2017. | 2,14 | 3,93 | 5,75 | Nizozemska | 2,14 | Hrvatska |

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“, Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 23.7.2019.)

Regulatorni okvir Hrvatske otežava poduzetničke inicijative i djeluje ograničavajuće na poduzetničku aktivnost. Razlog zašto je već godinama Hrvatska najlošije rangirana leži u sporoj administraciji, prisutnoj korumpiranosti, dozvoljenoj zakašnjelosti plaćanja te kompliciranosti i netransparentnost regulatornog okvira.

Tablica 6. Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU

| Godina | Hrvatska | EU | Najbolji | | Najlošiji | |
|--------|----------|------|----------|------------|-----------|----------|
| 2015. | 2,63 | 4,29 | 5,73 | Estonija | 2,63 | Hrvatska |
| 2016. | 2,95 | 4,23 | 6,42 | Estonija | 2,95 | Hrvatska |
| 2017. | 2,96 | 4,52 | 6,66 | Nizozemska | 2,96 | Hrvatska |

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“, Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 23.7.2019.)

Kulturne i društvene norme predstavljaju najkompleksniju i vremenski najzahtjevniju komponentu poduzetničke okoline. U Tablici 6. vidljivo je kako u Hrvatskoj sustavi vrijednosti zaostaju za prosjekom EU jer su najlošije rangirani s indeksima 2,63, 2,95 i 2,96 dok se prosjek EU kreće od 4,29. Upravo ovakva situacija predstavlja ozbiljno ograničenje za unaprijeđenje poduzetničkog kapaciteta zemlje. Ukoliko se želi doći do promjena potrebne su dugoročno fokusirane strategije, komplementarne politike te suradnja obrazovnih institucija, vlade, poslovnog i civilnog sektora unutar procesa.

Tablica 7. Rana poduzetnička aktivnost (TEA indeks) po obrazovnim razinama (u %)

| Godina | Manje od srednje škole | Srednja škola | Obrazovanje nakon srednje škole | Postdiplomsko obrazovanje |
|--|------------------------|---------------|---------------------------------|---------------------------|
| 2015. | 0,8 | 9,1 | 9,8 | 10,7 |
| 2016. | 1,5 | 8,8 | 12,6 | 9,7 |
| 2017. | 8,4* | 8,6 | 10,8 | 12,3 |
| EU, 2017 | 5,7 | 7,0 | 10,6 | 12,5 |
| Gospodarstva temeljena na efikasnosti, 2017. | 12,2 | 14,5 | 17,8 | 21,4 |
| Gospodarstva temeljena na inovativnosti, 2017. | 6,4 | 7,2 | 10,9 | 13,6 |

Izvor: Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom“, Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 23.7.2019.)

Iznosi se zaključak kako su obrazovaniji ljudi poduzetnički aktivniji, no i dalje obrazovni programi zaostaju u razvijanju poduzetničkih kompetencija u usporedbi sa zemljama Europske unije.

Također i prema izvješćima Svjetskog gospodarskog foruma i Svjetske banke, Hrvatska zaostaje u efikasnosti tržišta rada, inovativnosti, radu institucija, a najproblematičniji faktori za poslovanje su neefikasnost državne birokracije, nestabilnost politika, porezno opterećenje, korupcija te porezna regulativa. Najlošije ocjenjene komponente su dobivanje građevinskih dozvola te zahtjevnost pokretanja poslovnog poduhvata.

Kako bi poduzetnički ekosustav postao kvalitetniji, potrebno je proaktivno djelovati na rješavanju problema zaostajanja. Prva nacionalna strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013.-2020. propisuje strateške ciljeve promocije poduzetništva te poboljšanja ekonomske uspješnosti djelujući na poslovno okruženje, poboljšani pristup financiranju i poboljšanje razvoja poduzetničkih vještina.

Kroz dokument se navodi kako je potrebno osigurati dodatnu potporu poduzetničkim potpornim institucijama te ih usmjeriti na poboljšanje kvalitete u pružanju i razvoju novih usluga, ali i ujednačenu dostupnost i kvalitetu usluga poduzetnicima u svim županijama. Potrebne su i koordinirane aktivnosti različitih tijela vlasti (ministarstava i javnih agencija) za jačanje konkurentnosti i poboljšanje uspješnosti. Zatim se ukazuje

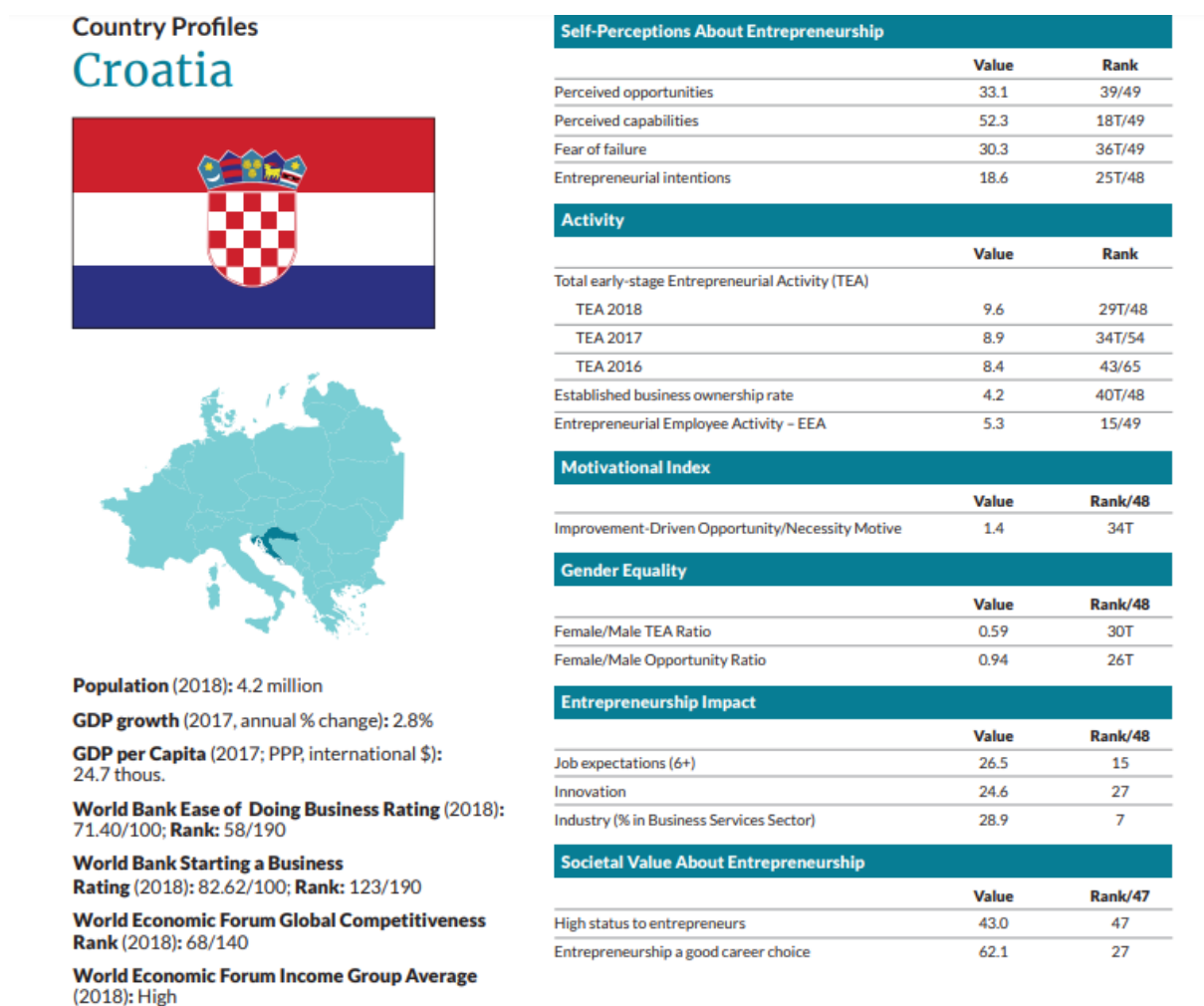
na administrativne izazove te nužno smanjenje troškova i vremena potrebnog za registriranje poduzeća, odnosno pojednostavljenja procesa osnivanja novog poduzeća. Problem s građevinskim dozvolama rješio bi se uspostavljanjem informacijskog sustava prostornog uređenja i e-dozvola u sklopu kojeg je predviđena i baza digitalizirane prostorno-planske dokumentacije.

Nadalje se navodi potreba za podizanjem statusa poduzetnika na višu razinu i povećanjem broja ljudi koji poduzetništvo smatraju poželjnim odabirom karijere, posebno među visokoobrazovanima kako bi se uskladila stopa otvaranja novih poduzeća s razinom prisutnom u EU. Također se ističe važnost razvijanja poduzetništva u sklopu obrazovnog kurikuluma koji ima važnu ulogu u rastu broja mladih ljudi koji bi se upustili u poduzetničke poduhvate i pripremili za otvaranje uspješnih vlastitih poduzeća. Shodno tome navodi se kako Hrvatska mora dostići razinu gospodarstava u kojima je poduzetništvo mladih jače izraženo. Nužno je među mladima promicati poduzetništvo i poticati samostalno ili partnersko osnivanje novih poduzeća.

„Poduzetnici u hrvatskom društvu imaju nizak društveni status, a stavovi prema samozaposlenosti mnogo su negativniji u Hrvatskoj nego u ostalim zemljama EU. U Hrvatskoj osnivanje poduzeća nije dovoljno prepoznato kao prilika nego kao način izlaska iz nezaposlenosti. Osnivanje poduzeća iz nužde je i jedan od razloga zatvaranja poduzeća u Hrvatskoj. Isto tako, Hrvatska tek mora dostići razine ostvarene u Europskoj uniji s obzirom na poduzetničku aktivnost žena i mladih što su također ciljne skupine u ovoj strategiji.“⁵⁶

⁵⁶ MINPO (Ministarstvo poduzetništva i obrta): „*Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj (2013.-2020.)*“, str.36

Slika 5. Profil Hrvatske prema GEM izvješću 2019.



Izvor: Bosma N., D. Kelley, „Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2018/2019 Global Report“, file:///C:/Users/Matea/Downloads/gem-global-2019-1559896357%20(2).pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)

Prema najnovijem GEM izvješću ove godine, može se uočiti kako je rang rane poduzetničke aktivnosti (TEA indeks) u Hrvatskoj u porastu, no i dalje postoji negativna percepcija o statusu poduzetnika u zemlji (rang 47/47). 2018. godina još je jednom potvrdila dugoročne slabosti razvoja poduzetništva u Hrvatskoj koja nudi visok, ali neiskorišten potencijal. Naime još uvijek je kod potencijalnih poduzetnika prisutna doza straha od neuspjeha te nemogućnost uočavanja prilika. Stoga je i dalje je nužno poticati transparentnost regulativa, snižavanje troškova, veću razinu edukacije te prilagodbu regulatornog sustava.

5. Poslovni plan – Kamp mladih poduzetnika

U ovom poglavlju prikazana je obrada vlastitog poslovnog plana koji se nadovezuje na temu kao prijekopotreban korak u ostvarivanju poduzetničkih aktivnosti. Služi kao temeljna okosnica planiranja, pokretanja, financiranja i organiziranja vlastitog poduzetničkog poduhvata.

5.1. Polazište

Poduzetnička ideja inspirirana je pričom koja svoje korijene vuče još iz osnovnoškolskih dana kada su Matea Kaurin i njen razred zajedno s razrednicom Teom Šiško pokrenuli humanitarnu akciju „Skriveno Blago“ u osnovnoj školi Veruda u Puli kako bi financijski pomogli prijatelju iz razreda, Alenu Miloševiću koji je bolovao od mišićne distrofije te je bio u potrebi za novim invalidskim kolicima. Uočivši njegov kreativni talent za izradu rukotvorina pomoću origami tehnike, odlučili su se na humanitarno-poduzetnički poduhvat.

Sama akcija poticala je poduzetnički duh kod mladih kroz kreativno osmišljavanje te izradu rukotvorina koje su se prodavale, ali i kroz organiziranje i sudjelovanje u zabavnom programu u školi namijenjenom za sve posjetitelje prilikom čega su se skupljala financijska sredstva koja su se naposljetku donirala potrebitima. U akciji i izradi rukotvorina osim profesora i svih odjeljenja, sudjelovala su i djeca s posebnim potrebama te Društvo distrofičara Istre. Akcija je u spomen na Alenu, svoju tradiciju održala godinama u školi te traje i dan danas.

Uvidjevši važnost poticanja humanitarnog djelovanja, ali i poduzetništva mladih, upravo zbog toga što mladi dolaze do najmaštovitijih i najinovativnijih ideja, a pružaju i pozitivan primjer cijelom društvu te su i sami pokretači i budući nosioci društva, javila se zamisao o osnivanju kampa za mlade poduzetnike u kojem bi se boravkom mladih (čak i onih s fizičkim poteškoćama) te njihovim sudjelovanjem u raznim aktivnostima te stručnim i edukativnim radionicama, dolazilo do novih zamisli, odnosno rađanja i razvoja potencijalnih poduzetničkih poduhvata koji bi predstavljali pozitivan primjer upornosti, truda i rada mladih članova današnjeg društva i mladih sudionika u gospodarstvu.

5.2. Sažetak poslovnog plana

| | |
|--|---|
| Poduzetnica/investitorica: | Matea Kaurin |
| Naziv poduzetničkog pothvata: | Kamp mladih poduzetnika |
| Cilj: | Osnivanje edukacijsko-rehabilitacijskog cjelogodišnjeg kampa operativnog od 15.1.2021. godine |
| Karakteristike nabavnog tržišta: | Oprema objekata za pružanje usluga nabavlja se od domaćih proizvođača, dok se repromaterijal nabavlja od stranih putem interneta. |
| Tehnološko-tehničke i organizacijske osobine pothvata: | Opremljene radionice, mobilan i ugodan smještaj, potiče inovacije kod mladih |
| Lokacija: | Općina Marčana |
| Broj zaposlenih: | 8-10 |
| Ukupna ulaganja | 3.794.948,00 |
| Izvori financiranja | 3.794.948,00 |
| Pokazatelji učinkovitosti projekta | Isplativost u prvoj godini poslovanja |

5.3. Podaci o poduzetniku investitoru i svrha investiranja

Idejna začetnica i autorica ovog poslovnog plana, buduća poduzetnica Matea Kaurin, rođena je 11.2.1998. u Puli. Studentica završava treću godinu preddiplomskog studija Poslovne ekonomije, smjera menadžment i poduzetništvo na Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli. Tijekom studija stekla je određena znanja neophodna za pokretanje i vođenje vlastitog poduzetničkog poduhvata, od vođenja ljudi i sudjelovanja u timovima kroz razne studentske projekte koji su je osim rada s ljudima, poučili vještinama donošenja odluka, delegiranja, te inovativnog razmišljanja „izvan okvira“ do stečenih znanja o organizaciji poslovanja, primjeni raznih marketinških metoda, menadžmentu, upravljanju ljudskim potencijalima i poslovnim financijama. Uz znanje stečeno školovanjem, kroz sezonske poslove razvijala je značajne komunikacijske vještine bavljenjem u ugostiteljstvu i turizmu. Iznimno je komunikativna i pristupačna osoba, timskog duha, detaljna, spremna odgovoriti na izazove, predana radu i ljubazna u odnosima s ljudima. Ima iskustva u organiziranju humanitarnih akcija i volontiranju na čemu temelji svoju poduzetničku ideju u kojoj joj je želja spojiti humano i društveno-korisno s poduzetničkim. Stoga bi njezin poslovni plan kampa za mlade poduzetnike bio prilagođen i za mlade s fizičkim poteškoćama pa bi osim na poduzetničkom i edukativnom, djelovao i na socijalno-rehabilitacijskom nivou. Ukazivanjem prilike za ostvarenjem ovakvog poduhvata na obiteljskom zemljištu, pojavila se i ova inovativna poduzetnička ideja koja spaja edukativno i profitabilno s humanim. Smatra kako je potrebno mladim poduzetnicima bez obzira na postojeća ograničenja (financijska ili zdravstvena) pružiti mogućnost razvoja vlastitih ideja uz stručnu pomoć, radionice i boravak u „Kampu mladih poduzetnika“. Na taj način pojačala bi se svijest o poduzetničkoj aktivnosti te bi se mladi potaknuli na poduzetničko djelovanje kroz ponudu sadržaja koja im se nudi u kampu, a isto tako dugoročno gledajući djelovalo bi se i na jači izražaj poduzetništva mladih u gospodarstvu Hrvatske.

Razlog osnivanja je želja za pokretanjem poslovnog poduhvata koji će poticati poduzetništvo i ravnopravnost među mladima te na inovativan način pružiti mogućnost razvoja novih poduzetničkih ideja kroz boravak i kreativan rad u zajedničkom, prirodnom i humanom okruženju.

5.3.1. Cilj, vizija i misija poduzetničkog poduhvata

Cilj je osnovati jedinstven edukacijsko-rehabilitacijski cjelogodišnji kamp sa zadaćom poduzetničkog djelovanja koji će biti operativan od 15.1.2022. godine.

VIZIJA

Postati središte okupljanja te suradnje mladih poduzetnika uz rađanje inovativnih ideja za potencijalne poduzetničke poduhvate koji će inspirirati cijelo društvo. Osposobiti mlade za njihov samostalan rad te ih potaknuti na samozapošljavanje bez obzira na njihove fizičke sposobnosti.

MISIJA

Pružiti mogućnost razvoja poduzetničkih ideja mladih kroz kreativan i jedinstven boravak u zajedničkom kamperskom prostoru edukacije, radionica te humanog djelovanja. Omogućiti svim zainteresiranim mladima usmjeravanje njihovih poduzetničkih ideja uz stručnu pomoć te kreativan rad unutar njihovog perioda boravka u kampu.

5.4. Predmet poslovanja

Kamp mladih poduzetnika je cjelogodišnji kamp koji pruža mogućnost boravka mladih u smještajnim objektima u obliku apartmanskih kućica pri pristupačnoj cijeni smještaja po noćenju. Unutar kampa nude se usluge stručne edukacije te radionica koje potiču poduzetništvo mladih. Osim navedenog u kampu se nalaze objekti pružanja usluge hrane i pića, bazen te tehnološki opremljena sala u kojoj se odvijaju radionice.

5.4.1. Opis poslovanja

Kamp raspolaže obiteljskim zemljištem od 6000 kvadratnih metara na kojem je planirana izgradnja 15 apartmanskih kućica, smještajnog kapaciteta za 4 osobe, zatim izgradnja bazena za rekreaciju i rehabilitaciju te izgradnja dvaju poslovnih objekata od kojih će se jedan dati u najam s namjenom ugostiteljstva (tj. restorana) dok će drugi biti opremljen informatičkom i svom potrebnom tehničkom opremom te će služiti kao mjesto u kojem se odvijaju edukacijske radionice i razvijaju poduzetničke ideje.

Neposredno ispred zemljišta prolazi glavna cesta s autobuskim stajalištem pa bi mladi na odredište pristizali javnim ili organiziranim busnim prijevozom. Na ulazu u kamp nalazila bi se recepcija s dva zaposlena recepcionera koji bi prijavljivali i odjavljivali goste te vršili rezervacije. Također bi bili na raspolaganju gostima za sve potrebne informacije o njihovom smještaju te sadržaju i aktivnostima kampa.

Aktivnosti i edukacijske radionice održavale bi se u višenamjenskom montažnom objektu koji bi bio informatički i tehnološki opremljen, a također bi imao i prostor dnevnog boravka za razonodu. Postojala bi i mogućnost odvijanja radionica u prirodnom okruženju kampa. Kreirao bi se plan i program održavanja radionica, ovisno o preferencijama grupe. Naime, stručnjaci koji bi bili zaposleni za potpomaganje poduzetničkih poduhvata, razgovarali bi sa svakim budućim mladim poduzetnikom pojedinačno te njihovu ideju uzeli u obzir, ali i nadogradili svojim stručnim savjetima, znanjem i vještinama. Formirali bi se timovi sličnih interesa te bi se tako započelo s radionicama u kojima bi se program prilagođavao idejama, ali i potrebama tržišta. Unutar programa postojalo bi više vrsta aktivnosti kojima bi se mladi budućí poduzetnici mogli baviti. Primjerice postojao bi tim koji se bavi izradom unikatnih rukotvorina, zatim tim koji se bavi programiranjem inovativnih aplikacija ili digitalnih proizvoda te tim koji izrađuje poslovne planove i smišlja poduzetničke projekte te najefikasnije načine njihove realizacije. Dakle, svaki tim imao bi potporu mentora (coaching), odnosno stručnjaka za izradu rukotvorina, stručnjaka-mentora-predavača informatičara, predavača iskusnog poduzetnika, mentora marketinškog stručnjaka te svih ostalih stručnjaka koji bi se odazvali po potrebi strukture programa.

Kamp bi imao 8 stalnih zaposlenih: 2 recepcionera, 2 spremačice, marketinškog stručnjaka, stručnjaka za izradu rukotvorina, stručnjaka informatičara te voditelja

kampa odnosno poduzetnika/osnivača. Ostali predavači poduzetnici ili drugi stručnjaci bi se pozivali po potrebi. Također bi se i za mlade s fizičkim poteškoćama osigurao jedan fizioterapeut po potrebi. Osim toga će biti tražen dobrovoljan rad volontera koji bi se brinuli o mladima s fizičkim poteškoćama, ali i o održavanju kampa (uređenju okoliša). Nadalje, izrađene rukotvorine bile bi prodavane, a njihovom prodajom financirao bi se kamp. Svaki polaznik radionice dobit će po završetku programa certifikat ili diplomu da je završio edukacijsku radionicu poduzetništva što će im naknadno biti dobar prilog životopisu.

Nastojat će se mlade s fizičkim poteškoćama što više uključivati u program kako bi im se pružila jednaka prilika za razvoj poduzetničkih ideja i ulazak na tržište. Planira se i suradnja sa srednjim školama te fakultetima koji bi promovirali kamp svojim učenicima i studentima te ih uspostavljanjem zajedničkog programa zainteresirali za boravak. Postojala bi i mogućnost organiziranja humanitarnih akcija prilikom izrade i prodaje rukotvorina te doniranjem financijskih sredstava. Također je u cilju sklopiti suradnju s gradovima i institucijama unutar i izvan države te prodavati rukotvorine u sklopu projektnih razmjena u obliku protokolarnih poklona.

Rukotvorine bi bile prodavane subotom ujutro na tržnici, te bi se tako održavala promocija kampa u gradu Puli. Suradivalo bi se s institucijama i gradovima koji bi bili nositelji ili partneri na međunarodnim projektima poduzetništva mladih što je primjer dobre prakse održavanja radionica i ispunjenja projektnih aktivnosti gradova.

Poslovni objekt unutar kampa će se iznajmljivati s namjenom ugostiteljskih usluga, odnosno partner koji bi bio vlasnik restorana plaćat će najamninu od 20 000 kuna mjesečno. Dakle ovaj projekt ne uključuje opremanje restorana i njegovo vođenje. Restoranu bi bilo dopušteno organiziranje zabava i koncerata do određenih sati. Bazen će se nalaziti u samom središtu kampa i služiti će kao mjesto rehabilitacije. Dimenzije će biti 10x20, dubine metar ipso tako da kamp nema trošak zapošljavanja spasioaca. Besplatan wifi dostupan je u cijelom kampu.

Kamp će sveukupno moći smjestiti grupu od 60 mladih poduzetnika koji će svoju edukaciju i boravak provoditi unutar maksimalnih mjesec dana. S obzirom da je kamp cjelogodišnji, kroz godinu bi se trebalo izmjeniti 11 grupa jer bi kolektivni godišnji trajao od 15.12. do 15.1. Dugoročno gledano, kamp bi mogao u suradnji sa sličnim

poduzećima ostvarivati vanjske suradnike te sudjelovati u razmjenama mladih poduzetnika na internacionalnom nivou.

5.4.2. Imovina i učinkovitost poslovanja

Obiteljsko građevinsko zemljište u ruralnom području općine Marčana veličine 6000 kvadratnih metara, vrijednosti 40 eura po kvadratu, odnosno ukupnih 240 000 eura, na kojem bi započela izgradnja kampa, ima već sve potrebne građevinske dozvole, sprovedenu vodu i struju. Izgradnja apartmanskih kućica, bazena i poslovnih objekata te ostalog uređenja kampa se planira financirati kroz poticajna bespovratna sredstva europske unije, prijavom na natječaje s poslovnim planom. Bespovratna sredstva za poduzetnike od 2017. do 2020. pod podmjerom 6.2. „*Potpورا ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnom području*“ navode potporu u iznosu od 50.000 € do 100% ukupnih prihvatljivih troškova, a korisnik može biti fizička osoba u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koji pokreće novu nepoljoprivrednu djelatnost u ruralnom području. Također postoji potpora pod podmjerom 6.4. „*Ulaganje u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima.*“ koja iznosi 3.500 € do 200.000 € sa intenzitetom potpore od 70% od ukupnih prihvatljivih troškova.⁵⁷ Pokušalo bi se sufinancirati i kroz program jačanja konkurentnosti turističkog gospodarstva putem Ministarstva turizma koje kroz mjeru A2 nudi potporu kampovima i izgradnji kampova u iznosu od 50.000 do 250.000 kn. Također bi se iskoristile i potpore RH za samozapošljavanje do 25.000 kn. U krajnjem slučaju koristila bi se kreditna linija HBOR-a za mlade poduzetnike s kojom je moguće financiranje ulaganja do 700.000 kuna, uz rok otplate na 12 godina s kamatnom stopom od 2% te se u pravilu financira 100% ulaganja. Također bi se pozvalo na financijske potpore grada Pule iz Lokalnog programa za mlade Grada Pule, ali i od općine Marčana preko Regionalnog programa za mlade Istarske županije 2018.-2022. koji za opće ciljeve i mjere aktivnosti ističe poticanje suradničkog učenja u programima i aktivnostima „mladih za mlade“ te osposobljavanje mladih i drugih dionika za prijavu

⁵⁷ Eurokonzalting news portal: „*Bespovratna sredstva za poduzetnike od 2017. do 2020. godine*“, (web stranica) dostupno na <https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/597-bespovratna-sredstva-za-poduzetnike-u-2017-godini> (pristupljeno: 31.7.2019.)

projekata kojima je cilj jačanje ljudskih potencijala, razvijanje društvenog i socijalnog poduzetništva i drugih oblika nove kreativne ekonomije.⁵⁸

5.4.3. Položaj na tržištu

Kamp mladih poduzetnika jedinstven je na tržištu te uz postojeće kampove poduzetnika u ostalim poduzetničkim centrima u Hrvatskoj (pr. kamp u Solinu), izdvaja svoju posebnost po koncentraciji samo na mlade poduzetnike uz naglasak na promidžbu ravnopravnosti i specifično pružanje prilike onima s fizičkim poteškoćama.

Konkurentske prednosti: jedinstvenost, cjelogodišnje poslovanje, individualizirane usluge, raznovrsne aktivnosti

Ciljne skupine: Mladi u dobi od 15 do 30 godina (uključujući i mlade s fizičkim poteškoćama) koji su zainteresirani za razvoj vlastite poduzetničke ideje. Prvenstvena usredotočenost na mlade poduzetnike u Istri, pa zatim i šire (po cijeloj regiji).

5.5. Analiza tržišta

U današnje vrijeme potrošačkog društva, konzumerizma, ubrzane modernizacije i globalizacije te sve veće potrebe za inovacijama, javlja se i potreba za sve boljim poduzetničkim idejama. No, od uspješne ideje do još uspješnije realizacije težak je i zahtjevan proces, pogotovo u Hrvatskoj koja ima negativnu sliku o poduzetništvu, odnosno smatra kako poduzetnici imaju loš status u društvu iako se poduzetništvo smatra dobrim izborom karijere. Mladi na koje se gleda kao na glavne pokretače društva, mogu stvoriti najinovativnije poduzetničke ideje, no upravo zbog neinformiranosti, loših financijskih uvjeta, nedovoljne podrške društva, odustaju od svojih ideja i kreću linijama manjeg otpora. Naime, upravo iz ovakvih razloga cilj je Kampa mladih poduzetnika, ohrabriti mlade u njihovim zamislima te ih usmjeriti na

⁵⁸ Regionalni program za mlade Istarske županije za razdoblje od 2018. do 2022. – sažetak, str 43.-46. (web stranica) dostupno na http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/Izdvojeno/171228_Program_mladi_IZ.pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)

najefikasniju realizaciju njihovih ideja kroz edukacije i radionice koje će ih dovoljno informirati te potaknuti i osposobiti za vlastite poduzetničke poduhvate.

5.5.1. Tržište nabave

Montažne mobilne kućice mogu se nabaviti iz velikog broja hrvatskih graditeljskih tvrtki. Razmotrile bi se ponude tvrtke Mont Trade (od 17 000 eura), Brugor (520 eura po kvadratu), Mobilne kućice Nord te Adria mobilne kućice (Adria Mobile Homes). Trgovina na veliko Formateks d.o.o. opremit će smještajne jedinice kućnim tekstilom. Za izgradnju bazena zadužena će biti tvrtka Vidos bazeni d.o.o. iz Pule, cijena će biti 60.000 eura. Za uređenje okoliša angažirat će se Vrtni centar Istrasjeme d.o.o. Pula. Za opremanje informatičkom komunikacijskom opremom, programiranje, servis, održavanje, uspostavljanje bežičnog interneta zadužena je tvrtka Vikon d.o.o. Pula. Materijal i repromaterijal za izradu rukotvorina nabavljati će se preko e-bay i amazona. Letke, plakate i certifikate izrađivat će Printim grupa Pula. Zajednički dnevni boravak bi se opremio materijalima iz trgovine IKEA. dok bi se sala za održavanje radionica opremila tvrtkom Padovan d.o.o. koja se bavi opremanjem poslovnih prostora (stolovi, stolice, fotelje) Majice za sve polaznike s printom loga i mota Kampa izradit će Grafički studio Sample Pula.

5.5.2. Analiza konkurencije

Konkurenciju Kampu mladih poduzetnika predstavljaju ostali kampovi u kojima se odvijaju slične poduzetničko-edukacijske aktivnosti te poduzetnički centri i inkubatori, ali i ostali projekti koji također nude mogućnosti educiranja mladih poduzetnika. No prednost Kampa mladih poduzetnika leži u tome što nudi osjećaj zajedništva i pripadnosti te je prilagođen i mladima s fizičkim poteškoćama koje potiče i ohrabruje da se okušaju u svojim poduzetničkim idejama. Također cjenama je prilagođen tako da bi uspio isplatiti troškove i plaće radnicima, dok socijalna korist stoji ispred vlastitog profita. Različit je od konkurencije prema jedinstvenoj ponudi programa koji je prilagođen na individualnom nivou.

5.5.3. Promidžba

Kamp će se promovirati putem internet izvora: službene internet stranice, društvene mreže te na stranicama suradničkih fakulteta i srednjih škola. Također će se promocija vršiti putem raznih promotivnih materijala od letaka do plakata, ali i reklama na radiju i članaka u novinama. Voditelj kampa mogao bi promovirati djeljenjem informacija u suradnji s fakultetima i srednjim školama, održavajući gostujuća predavanja po dogovoru. Također bi se nastojalo proširiti promidžbu na cijelu Istru te gostovati na lokalnim televizijskim programima uz povremeno održavanje promidžbe po ostalim istarskim gradovima.

5.5.4. Procjena ostvarenja prihoda

Razradom plana prihoda došlo se do relevantnih podataka. Boravak i edukacija ljudi iznosit će cijenu od 150 kuna po danu. Ostvarivao bi se prihod od najma poslovnog ugostiteljskog objekta (mjesečni najam iznosio bi 10 000 kuna). Također postoji mogućnost najma prostora za kiosk u mjesečnom iznosu od 2000 kuna. Pretpostavlja se da bi prihod od prodaje rukotvorina mogao varirati oko 5000 kuna. Sveukupni mjesečni prihod u idealnoj situaciji iznosio bi oko 287 000 kuna, odnosno godišnji prihod bio bi u iznosu od 3 milijuna kuna.

| STAVKA PRIHODA | GODIŠNJI IZNOS PRIHODA |
|------------------------------------|---|
| SMJEŠTAJ + EDUKACIJA (60 OSOBA) | 3.015.000 kn (u slučaju maksimalne popunjenosti) |
| NAJAM UGOSTITELJSKOG OBJEKTA | 110.000 kn |
| NAJAM KIOSKA | 22.000 kn |
| PRODAJA RUKOTVORINA | 55.000 kn (aproximativno) |

SWOT analiza

| SNAGE | SLABOSTI |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Vlastito zemljište sa svim potrebnim dozvolama - Kreativne aktivnosti za mlade poduzetnike (jedinstven program) - Mogućnost educiranja i osposobljavanja mladih ljudi za buduće poduzetničke poduhvate - Cjelogodišnje poslovanje - Povoljne cijene smještaja - Osiguran/a certifikat/diploma za polaznike - Stručno mentorstvo (coaching) - Spajanje humanog, poduzetničkog i edukativnog - Zajedničko razvijanje poduzetničkih ideja - Mogućnost volontiranja - Poticanje mladih na samozapošljavanje i poduzetničku karijeru | <ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljno vlastitih financijskih sredstava - Pronalazak i zaposlenje adekvatnih stručnjaka - Lokacija udaljena od većih gradova - Nedostatno znanje o vođenju kampa - Malen kapacitet smještajnih jedinica - Veličina zemljišta (nije dovoljno prostrano) - Nedostatak opreme (informatičke, materijala za izrađivanje) |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| <ul style="list-style-type: none"> - Ne postojanje slične kampersko-poduzetničke ponude u Hrvatskoj - želja mladih za iskazivanjem svojih ideja te informiranjem - Investitori - EU fondovi - Poticanje konkurentosti hrvatskog gospodarstva - Poticaji za mlade poduzetnike | <ul style="list-style-type: none"> - Antipoduzetnička klima u Hrvatskoj - Administrativne prepreke i procedure - Nepovoljna investicijska klima - Rast nezaposlenosti - Inflacija |

TOWS matrica

UNUTARNJE Snage (S)

Slabosti (W)

VANJSKO

| | | |
|----------------------|--|---|
| <i>Prilike (O)</i> | <p>S-O strategija: Maxi-Maxi</p> <p>-stvoriti novu ponudu edukacije mladih poduzetnika kroz jedinstven boravak u kampu koji cjelogodišnje posluje te nudi spoj humanog, poduzetničkog i edukativnog. Želje mladih koji traže svoju priliku na tržištu mogu biti usvojene pod stručnim mentorstvom kojim će se poduzetničke ideje zajednički razvijati. Korištenjem EU fondova, poticaja za mlade poduzetnike pa čak i ulaganjem od strane investitora pruža se mogućnost edukacije i osposobljavanja mladih ljudi za njihove vlastite poduzetničke poduhvate i buduću poduzetničku karijeru.</p> | <p>W-O strategija: Mini-Maxi</p> <p>-poticajima za mlade poduzetnike, EU fondovima te mogućim ulaganjima investitora, pokrio bi se nedostatak vlastitih financijskih sredstava, a time i nedostatak opreme. Moguće je čak i proširenje zemljišta te smještajnih kapaciteta.</p> |
| <i>Prijetnje (T)</i> | <p>S-T strategija: Maxi-Mini</p> <p>-kroz osnivanje kampa te davanje mogućnosti edukacije i osposobljavanja mladih ljudi za poduzetništvo i samozapošljavanje putem stručnog mentorstva, kreativnih aktivnosti, jedinstvenog boravka u humano-poduzetničkoj atmosferi te zajedničkim razvojem poduzetničkih ideja i poticanjem poduzetničke karijere smanjili bi antipoduzetničku klimu te nepovoljnu investicijsku klimu u Hrvatskoj, pa čak dugoročno gledajući djelovalo bi se i na pad nezaposlenosti.</p> | <p>W-T strategija: Mini-Mini</p> <p>Usprkos financijskim, materijalnim, ali i stručnim nedostacima poslovati pri antipoduzetničkoj klimi uz konstantne administrativne prepreke i procedure te neizvjesnost inflacije na tržištu.</p> |

Razradom TOWS strategija dolazi se do zaključka kako je najpovoljnija strategija Maxi-Maxi koja prikazuje upotpunjenu ideju korištenjem snaga i prilika, no također bi se u obzir uzela i strategija Mini-Maxi, dakle trebalo bi se usredotočiti na prilike koje se nude kako bi pokrili svoje slabosti, a ne samo isticali snage.

5.6. Tehnološko-tehnički elementi pothvata

Struktura i poslovanje kampa zahtjevaju određenu opremu od mobilnih kućica, montažnih objekata, recepcije, bazena, informatičko-komunikacijske opreme, materijala za izradu rukotvorina, opreme održavanja itd.

5.6.1. Opis opreme

Mobilne kućice bile bi dimenzije 4x8 metara te bi zauzimale dvije trećine zemljišta. Nalazile bi se poredane u 5 redova i 3 kolone duž parcele. Poslovni ugostiteljski objekt zauzimao bi površinu 100 kvadratnih metara. Drugi objekt, odnosno radionica bi također iznosila jednake dimenzije i bila izgrađena na dva kata, na kojima bi bile raspoređene informatički i tehnološki opremljene prostorije uz prostor dnevnog boravka. Na samom ulazu u kamp nalazila bi se recepcija koja bi zauzimala 16 kvadratnih metara. Bazen bi imao dimenzije 10x20 metara, a kiosk 3x3 metra. Tvrtke i dobavljači zaduženi za izgradnju svih elemenata kampa prethodno su već navedeni u tržištu nabave.

5.6.2. Struktura i broj zaposlenih

Poslovanje je zamišljeno na način da se recepcioneri izmjenjuju u dvije smjene, spremačice da rade samo prvu smjenu. Edukacije će se odvijati u jutarnjim terminima, krenuvši od 9 ujutro, a nakon toga radionice do 14 sati. Poslijepodne odvojeno je za vlastitu rekreaciju i slobodne aktivnosti.

Tablica 8. Planiran broj zaposlenih i troškovi plaća u kunama

| Radno mjesto i kvalifikacijska struktura djelatnika | Broj zaposlenih | Bruto mjesečna plaća | Neto mjesečna plaća | Ukupni godišnji trošak poslodavca |
|--|----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--|
| <i>Poduzetnik (menadžer/voditelj)</i> | 1 | 19 049,66 | 12 000 | 209 546,26 |
| <i>Magistar struke (za marketing)</i> | 1 | 13 818,08 | 9 000 | 151 998,88 |
| <i>Stručni specijalist (programer)</i> | 1 | 13 818,08 | 9 000 | 151 998,88 |
| <i>Srednja stručna sprema (recepcioneri)</i> | 2 | 8 586,49 | 6 000 | 94 451,39 |
| <i>NKV (spremačice)</i> | 2 | 6 842,63 | 5 000 | 75 268,93 |
| Zaposleni po potrebi: | | | | |
| <i>VKV (fizioterapeut)</i> | 1 | 10 330,36 | 7000 | 113 633,96 |
| <i>Predavači poduzetnici</i> | / | / | / | Izdvojenih |
| | | | | 100 000 kn |

Izvor: obrada autora

Ukupni godišnji trošak plaća iznosio bi 896.898,3 kuna kao što je vidljivo kroz izračune u Tablici 8. Postoji mogućnost dodatnog zapošljavanja ili povećanja visine plaća kroz godine rada.

5.7. Lokacijska analiza

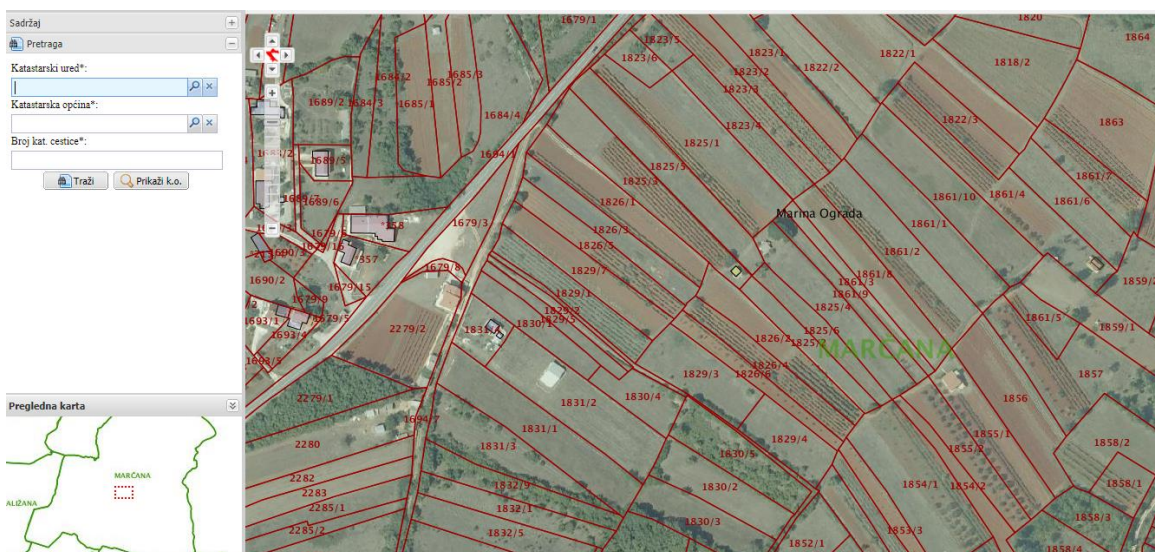
Zemljište predviđeno za izgradnju kampa, nalazi se 12 km udaljeno od grada Pule na samom ulazu u općinu Marčana. Raspolože površinom od 6000 kvadratnih metara (40x15). Također je i 12 kilometara udaljeno od mora i obale. Daleko od gradske napučenosti, okružen zelenilom, pruža miran i prirodan ambijent u kojemu je poželjno raditi i stvarati. Nalazi se odmah uz glavnu prometnicu i autobusno stajalište.

Slika 6. Satelitski prikaz lokacije zemljišta



Izvor: Google Maps

Slika 7. Izvod iz zemljišnih knjiga (katastarska čestica 1831/2, 1831/4)



Izvor: Pregled katastarskog operata, OSS, zajednički informacijski sustav

5.8. Financijska analiza projekta

Kroz financijsku analizu projekta prikazat će se proračun amortizacije te direktni troškovi ulaganja. Također će biti prikazan proračun direktnih troškova materijala i energije za prvi mjesec i cijelu godinu. Strukturu ulaganja bit će prikazani i izvori sredstava, a naposljetku je prikaz projekcije izvještaja o novčanom toku.

Tablica 9. Struktura troškova ulaganja i otpis amortizacije za prvu godinu

| Dugotrajna imovina | Nabavna vrijednost | Stopa otpisa | Svota otpisa | Knjigovodstvena vrijednost |
|--|---------------------|--------------|-------------------|----------------------------|
| 1. Nematerijalna imovina | 18.000,00 | / | 0 | 18.000,00 |
| 1.1. Ulaganja na tuđoj imovini | 0 | | | |
| 1.2. Patenti licencije, koncesije, softver | 0 | | | |
| 1.3. Ostala nematerijalna imovina | 18.000,00 | | | 18.000,00 |
| 2. Materijalna imovina | 5.540.948,00 | | | 5.300.500,60 |
| 2.1. Zemljišta | 1.764.000,00 | | | 1.764.000,00 |
| 2.2. Građevinski objekti | 3.518.948,00 | 5 | 175.947,40 | 3.343.000,60 |
| 2.2.1. Montažne kućice (4x8) 15 | 1.874.250,00 | | | |
| 2.2.2. Poslovni objekt (restoran) (10x10) | 389.550,00 | | | |
| 2.2.3. Poslovni objekt (radionica) (10x10x2) | 779.100,00 | | | |
| 2.2.4. Bazen (10x20) | 441.000,00 | | | |
| 2.2.5. Kiosk (3x3) | 8.000,00 | | | |
| 2.2.6. Recepcija (4x4) | 27.048,00 | | | |
| 2.3. Postrojenja i oprema | 138.000,00 | 25 | 34.500,00 | 103.500,00 |
| 2.3.1. Informatička oprema | 80.000,00 | | | |
| 2.3.2. Stolovi i stolice | 28.000,00 | | | |
| 2.3.3. Mašine i strojevi | 30.000,00 | | | |
| 2.4. Alati, transportna sredstva i sl. | 0 | | | |
| 2.5. Ostala materijalna imovina | 120.000,00 | 25 | 30.000,00 | 90.000,00 |
| Ukupno dugotrajna imovina | 5.558.948,00 | | 240.447,40 | 5.318.500,60 |

Izvor: obrada autora u Excelu

U navedenoj tablici vidljivo je kako su troškovi ulaganja umanjeni za vrijednost zemljišta koje posjedujemo od ukupne dugotrajne imovine te da iznose 3.794.948,00 kuna.

Tablica 10. Proračun direktnih troškova materijala i energije

| Vrsta utroška | Mjesečni iznos | Godišnji iznos |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Voda | 2.000,00 | 24.000,00 |
| Električna energija | 4.166,00 | 50.000,00 |
| Internet i telefon | 200,00 | 2.400,00 |
| Troškovi prijevoza | 400,00 | 38.400,00 |
| Komunalne naknade | 200,00 | 2.400,00 |
| Ostali troškovi (materijal, letci, majice) | | 10.000,00 |
| UKUPNI TROŠKOVI | | 127.200,00 |

Izvor: obrada autora

Ukupni godišnji troškovi materijala i energije kreću se oko 130 000 kuna.

Tablica 11. Struktura izvora sredstava i financiranja

| Izvori sredstava | Iznosi |
|----------------------------------|---------------------|
| I. ULAGANJA | 3.794.948,00 |
| 1. Ulaganja u dugotrajnu imovinu | 3.794.948,00 |
| 2. Ulaganja u obrtna sredstva | |
| II. IZVORI FINANCIRANJA | 3.794.948,00 |
| 1. Vlastita sredstva | 484.948,00 |
| 2. Sredstva suulagača | 1.000.000,00 |
| 3. EU fondovi (100 000 eura) | 735.000,00 |
| 4. Poticaji za samozapošljavanje | 25.000,00 |
| 5. Poticaji ministarstva turizma | 150.000,00 |
| 6. Krediti | 1.400.000,00 |

Izvor: obrada autora u Excelu

Tablica 12. Izvješće o tijeku novca

| Izvori sredstava | Iznosi mjesečni | Iznosi godišnji |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|
| I. PRIMICI | 4.081.948,00 | 6.794.948,00 |
| 1. Ukupni prihodi | 287.000,00 | 3.000.000,00 |
| 2. Izvori financiranja | 3.794.948,00 | 3.794.948,00 |
| 2.1. Vlastiti izvori | 484.948,00 | |
| 2.2. Tuđi izvori | 3.310.000,00 | |
| II. IZDACI | 3.923.612,09 | 5.371.317,04 |
| 1. Ukupne investicije | 3.794.948,00 | 3.794.948,00 |
| 1.1. Investicije u stalna sredstva | 3.794.948,00 | 3.794.948,00 |
| 1.2. Investicije u obrtna sredstva | 0 | |
| 2. Poslovni rashodi | 105.747,42 | 1.301.369,04 |
| 2.1. Troškovi materijala i energije | 7.900,00 | 127.200,00 |
| 2.2. Troškovi zakupnine | | |
| 2.3. Troškovi plaća | 97.847,42 | 1.174.169,04 |
| 3. Obveze prema tuđim izvorima | 22.916,67 | 275.000,00 |
| 3.1. Krediti (rate) | 12.916,67 | 155.000,00 |
| 3.2. Interes investitora | 10.000,00 | 120.000,00 |

Izvor: obrada autora

Prema tablici 12. može se utvrditi kako se povrat ulaganja događa već u prvoj godini poslovanja. Obračunavanjem svih ukupnih primitaka i izdataka kroz prvu godinu, u idealnoj situaciji maksimalne popunjenosti kapaciteta smještaja i pretpostavljene prodaje usluga i rukotvorina te uz predviđene troškove kamp bi već prve godine ostvario pozitivno poslovanje. Razlog leži u tome što izvori financiranja pokrivaju iznos ukupnih investicija i time je početno ulaganje na pozitivnoj nuli, dok se kroz vrijeme djelovanja kampa unutar prve godine ostvaruju prihodi koji uspješno pokrivaju sve predviđene troškove (plaće, materijal i energija, rate kredita, interes investitora itd.) te ostvaruju dobit. U slučaju 30% manje smještajne popunjenosti kroz cijelu godinu, ne bi se ostvario pozitivan povrat u prvoj godini već u idućoj.

ZAKLJUČAK

Dok većina gospodarski razvijenih zemalja temelje svoje ekonomije na razvoju poduzetništva i poticanju samozapošljavanja koje otvara nova radna mjesta, poduzetništvo u Hrvatskoj općenito još nije u potpunosti uzelo dovoljno maha. I dan danas zaostaje za zemljama članicama EU, a najveći problem predstavljaju administrativne prepreke, vladine regulative, porezna opterećenja, nestabilna politika, korupcija, barijere prilikom ulaska na tržište, nedovoljno razvijeni obrazovni programi za izgradnju poduzetničkih kompetencija koji otežavaju poduzetničke inicijative i ograničavaju poduzetničke aktivnosti pa čak i stvaraju negativnu percepciju o poduzetništvu unatoč velikom potencijalu.

Potrebno je proaktivno djelovati i uspostaviti suradnju i usklađenost politika, programa, strategija, aktivnosti i ostalih instrumenata koji doprinose održavanju poduzetničkog ekosustava i poduzetničke kulture. Također je potrebno ojačati poduzetničku infrastrukturu koja još uvijek ima nedovoljno iskorišten kapacitet. Naime, velik broj poduzetničkih zona i dan danas stoji neiskorišteno. Kapacitet inovacija u gospodarstvu treba poboljšati novim tehnologijama, suradnjom s istraživačkim institucijama te internacionalizacijom poslovanja.

U poduzetništvu mladih trebalo bi se posebno ulagati dodatnim informiranjem, educiranjem i poticanjem mladih na poduzetničke aktivnosti pogotovo u današnje vrijeme kada se cijela demografska slika mijenja, odnosno kada se velik broj mlade populacije iseljava za ostvarenjem bolje budućnosti u drugim državama što bi značilo da se događa i odljev budućih poduzetnika, poduzetničkih ideja i inovacija. U državi i dalje postoji uvriježena misao kako je lakše raditi za plaću i polako, ali sigurno napredovati na radnom mjestu, nego se upuštati u neizvjesnost i rizik poduzetničkih poduhvata. Stoga je potrebno promijeniti negativnu percepciju mladih ljudi o poduzetništvu unutar Hrvatske i stvoriti pozitivno poduzetničko okruženje pružanjem mogućnosti edukacija, osposobljavanja za samozapošljavanje te uspostavljanjem lakše dostupnosti kapitalu reduciranjem administrativnih i regulatornih zapreka.

Stvaranje poduzetničkog „mindseta“ kod mladih ljudi rezultira popularizacijom investiranja, a shodno tome i otvaranjem novih radnih mjesta što u konačnici utječe na

smanjenje nezaposlenosti u državi. No, ukoliko se želi doći do promjena potrebne su dugoročne i transparentne strategije, fokusirane politike te komplementarna suradnja i kohezija državnih tijela, obrazovnih institucija te poslovnog i civilnog sektora. Unutar GEM izvješća iznešen je zaključak kako su obrazovaniji ljudi poduzetnički aktivniji, no i dalje obrazovni programi nisu u potpunosti posvećeni razvijanju poduzetničkih kompetencija, kao što je to slučaj u Europskoj uniji. Naravno da stoga EU nudi više programa, mogućnosti i mjera potpore za poduzetničko djelovanje mladih.

Svakako je potrebno više sličnih projekata kao što je u navedenom poslovnom planu „Kamp poduzetnika mladih“ koji će doprinjeti popularizaciji poduzetništva među mladima kroz kreativne načine edukacije, informiranja te rasta i razvoja poduzetničkog djelovanja unutar zajedničkog, rekreativnog i humanog okruženja. No, da bi slika bila potpuna sve već navedene zapreke bi se trebale što prije otkloniti kako bi mladi mogli uistinu postati inovativni pokretači društva i gospodarstva. Poduzetnički kapacitet zemlje ovisi o poduzetničkom kapacitetu pojedinca koji se realizira u interakciji s poduzetničkom okolinom. Iz takve definicije očita je odgovornost za promjene na razini svakog pojedinca te na razini institucija.

Literatura

Knjige

1. M. Buble, D. Kružić, *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, Zagreb, RRiF plus, 2006
2. Hisrich R.D., Peters M.P., D.A. Shepherd, *Poduzetništvo*, Zagreb, MATE, 2011.
3. Škrtić M., *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija, 2006.

Internet izvori

1. Bosma N., D. Kelley, „Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2018/2019 Global Report“, file:///C:/Users/Matea/Downloads/gem-global-2019-1559896357%20(2).pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)
2. Ekonomski institut Zagreb, Poduzetničke zone, studija „*Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave*“ Zagreb, srpanj 2018.
3. Eurokonzalting news portal, „*Bespovratna sredstva za poduzetnike od 2017. do 2020. godine*“, <https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/597-bespovratna-sredstva-za-poduzetnike-u-2017-godini> (pristupljeno: 31.7.2019.)
4. Eurokonzalting news portal, „*Kreditni HBOR-a - Mladi poduzetnici*“, <https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/398-krediti-hbor-mladi-poduzetnici> (pristupljeno: 31.7. 2019.)
5. FET (Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“), „*Studentski poduzetnički inkubator - SPIN*“, https://fet.unipu.hr/fet/za_studente/spin (pristupljeno 23.7.2019.)
6. Hrvatska gospodarska komora (HGK), „*HGK osigurala više od 400.000 kuna u sklopu programa 'Erasmus za poduzetnike početnike'*“, <https://www.hgk.hr/hgk-osigurala-vise-od-400000-kuna-u-sklopu-programa-erasmus-za-poduzetnike-pocetnike-najava> (pristupljeno: 31.7.2019.)

7. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG-BICRO), „*EU fondovi*“ <https://hamagbicro.hr/bespovratne-potpore/eu-fondovi/> (pristupljeno 31.7.2019.)
8. HZZO (Hrvatski zavod za zapošljavanje), „*Od mjere do karijere : Potpore za samozapošljavanje*“, <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (pristupljeno: 31.7.2019.)
9. HZZZ, „*Garancija za mlade*“, <http://www.gzm.hr/mladi/kako-se-ukljuciti/> (pristupljeno: 15.7.2019.)
10. IDA (Istarska razvojna agencija), „*Gospodarstvo u Istarskoj županiji*“, <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/gospodarstvo-u-istarskoj-zupaniji/> (pristupljeno: 23.7.2019)
11. IDA (Istarska razvojna agencija), „*INKUBATORI I COWORKING PULA*“ <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/inkubatori-i-coworking-pula/> (pristupljeno: 23.7.2019.)
12. IDA (Istarska razvojna agencija), „*MLADIEKOIN*“, <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/27/mladiekojn/> (pristupljeno: 22.7.2019.)
13. IDA (Istarska razvojna agencija), „*INTERINO*“, <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/26/interino/> (22.7.2019.)
14. IDA (Istarska razvojna agencija), „*EDUIT - jačanjem informatičkih znanja do zanimanja budućnosti*“ <https://ida.hr/hr/bn/eu-projekti/aktualni-eu-projekti/detail/9/jacanjem-informatickih-vjestina-do-zanimanja-buducnosti-eduit/> (pristupljeno: 23.7.2019.)
15. IDA (Istarska razvojna agencija), „*Poduzetnički inkubator „IZAZOV“ Pula*“, <https://ida.hr/hr/bn/poduzetnistvo/inkubatori-i-coworking-pula/poduzetnicki-inkubator-izazov-pula/> (pristupljeno: 23.7.2019.)
16. IDA (Istarska razvojna agencija), „*Idejno rješenje budućeg coworking centra u virtualnoj realnosti*“, 2019., <https://ida.hr/hr/tn/novosti-481/detail/2140/idejno-rjesenje-buduceg-coworking-centra-u-virtualnoj-realnosti/> (pristupljeno: 23.7.2019.)
17. Lidija Kiseljak, „*Od 1300 poduzetničkih zona samo je 450 aktivnih, ali ni one nemaju pune kapacitete*“, Večernji list, 30.kolovoza 2018., <https://www.vecernji.hr/premium/od-1300-poduzetnickih-zona-samo-je-450-aktivnih-ali-ni-one-nemaju-pune-kapacitete-1191360> (pristupljeno: 19.7.2019.)

18. Lider/Hina, „*Horvat: Poduzetničke potporne institucije ključne u pristupu EU-ovim fondovima*“, Lider.media ,6.7.2018.,<https://lider.media/aktualno/biznis-i-politika/hrvatska/horvat-poduzetnicke-potporne-institucije-kljucne-u-pristupu-eu-ovim-fondovima/> (pristupljeno: 20.7.2019.)
19. Lokalni program za mlade Grada Pule 2018.-2020., „*Informiranje mladih o potrebama tržišta i poduzetništvu*“, https://www.pula.hr/site_media/media/uploads/posts/attachments/Lokalni_program_za_mlade_Grada_Pule.pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)
20. M. Alpeza, M. Oberman, M. Has : „*Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj*“, CEPOR, 2018. (web stranica) dostupno na <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-report-2018-HR.pdf> (pristupljeno: 18.7.2019.)
21. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, *Studija „Procjena učinaka poticanja razvoja poduzetničkih zona u Republici Hrvatskoj putem ministarstva nadležnog za poduzetničku infrastrukturu na ekonomske rezultate u jedinicama lokalne samouprave“* 16.7.2019., <https://www.mingo.hr/page/studija-procjena-ucinaka-poticanja-razvoja-poduzetnickih-zona-u-republici-hrvatskoj-putem-ministarstva-nadleznog-za-poduzetnicku-infrastrukturu-na-eko> (pristupljeno: 18.7.2019.)
22. MINPO (Ministarstvo poduzetništva i obrta), „*Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj (2013.-2020.)*“, <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Strategy-HR-Final.pdf> (pristupljeno 30.7.2019.)
23. Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, „*Poduzetništvo i obrt; Objavljeni Javni poziv;: Projekt „Stipendiranje učenika u obrtničkim zanimanjima*““ <https://www.mingo.hr/public/documents/Projekt%20Stipendiranje%20u%C4%8Denika%20u%20obrotni%C4%8Dkim%20zanimanjima%202018.pdf> (pristupljeno: 31.7.2019.)
24. Poslovni.hr, „*Poslovna sposobnost*“, <http://www.poslovni.hr/leksikon/poslovna-sposobnost-1630> (pristupljeno: 20.7.2019.)
25. Regionalni program za mlade Istarske županije za razdoblje od 2018. do 2022., http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/Izdvojeno/171228_Program_mladi_IZ.pdf (pristupljeno: 31.7.2019.)

26. Središnji državni portal, „*Poduzetnička infrastruktura*“, 2019., <https://gov.hr/moja-uprava/poslovanje/pokretanje-poslovanja/poduzetnicka-infrastruktura/1842> (pristupljeno 17.7.2019.)
27. Singer S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka S., „*Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom*“, Global Entrepreneurship Monitor Croatia, GEM Hrvatska 2017., <http://www.cepor.hr/wpcontent/uploads/2017/05/GEM2016-FINAL-za-web.pdf> (pristupljeno 17.7.2019.)
28. Tilio hr.tim, „*Potpore za samozapošljavanje koje nudi Hrvatski zavod za zapošljavanje*“, TILIO (tvrtka ili obrt), <https://tilio.hr/potpore-za-samozaposljavanje-koje-nudi-hrvatski-zavod-za-zaposljavanje/> (pristupljeno: 30.7.2019.)
29. Tockanaimedia, „*Poduzetnici budućnosti*“ – natjecaj za mlade poduzetnike, 4.3.2019., Točkanai.hr, <https://tockanai.hr/poduzetnik/financiranje/poduzetnici-buducnosti-natjecaj-21163/> (pristupljeno: 31.7.2019.)
30. UN, „*United Nations Youth Issue Briefs*“, <https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/YouthPOP.pdf> (pristupljeno: 15.7.2019.)
31. Zagrebačka banka d.d., „*Moj Zaba Start*“, <http://www.mojzabastart.hr/home/> (pristupljeno: 31.7.2019.)
32. Zakon.hr: „*Zakon o unaprijeđenju poduzetničke infrastrukture*“, <https://www.zakon.hr/z/652/Zakon-o-unapre%C4%91enju-poduzetni%C4%8Dke-infrastrukture> (pristupljeno 17.7.2019.)

Popis slika

1. **Slika 1.** Poduzetničke zone prema intenzitetu aktivnosti
2. **Slika 2.** Prikaz Istarske županije i glavnih ekonomskih pokazatelja prema posljednjim mjerenim podacima
3. **Slika 3.** Prikaz poduzetničkih zona u Istarskoj županiji
4. **Slika 4.** Prikaz poduzetničkih inkubatora u Istarskoj županiji
5. **Slika 5.** Profil Hrvatske prema GEM izvješću 2019.
6. **Slika 6.** Satelitski prikaz lokacije zemljišta
7. **Slika 7.** Izvod iz zemljišnih knjiga (katastarska čestica 1831/2, 1831/4)

Popis tablica

1. **Tablica 1.** Mjere za olakšavanje mladima ulazak na tržište rada
2. **Tablice 2.** Mjere za promoviranje poduzetništva među mladima
3. **Tablica 3.** Percepcije o društvenom statusu poduzetnika, Hrvatska i EU zemlje
4. **Tablica 4.** Poduzetnička aktivnost mladih, mjerena TEA indeksom (u %)
5. **Tablica 5.** Vladine politike – porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje
6. **Tablica 6.** Kulturne i društvene norme, Hrvatska i EU zemlje
7. **Tablica 7.** Rana poduzetnička aktivnost (TEA indeks) po obrazovnim razinama (u %)
8. **Tablica 8.** Planiran broj zaposlenih i troškovi plaća u kunama
9. **Tablica 9.** Struktura troškova ulaganja i otpis amortizacije za prvu godinu
10. **Tablica 10.** Proračun direktnih troškova materijala i energije
11. **Tablica 11.** Struktura izvora sredstava i financiranja
12. **Tablica 12.** Izvješće o tijeku novca

Popis grafova

1. **Grafikon 1.** Broj aktivnih poduzetničkih zona i poduzetnika po županijama, 2013. godina
2. **Grafikon 2.** Poduzetničke zone prema intenzitetu aktivnosti po županijama
3. **Grafikon 3.** Poduzetničke zone prema veličini ukupne površine po županijama

Sažetak

Poduzetništvo mladih termin je kojim se definira poduzetničko djelovanje mlade populacije. Mladi kao posebna društvena skupina predstavljaju kreativnu, pokretačku te promjenama podložnu kategoriju društva koja se u današnjoj demografskoj situaciji usred procesa modernizacije i globalizacije brzo prilagođava ekonomskom razvoju. No, promjenama temeljnih vrijednosti u društvu te sporim preuzimanjem društvenih uloga, produžuje se i proces osamostaljenja te individualnosti. Mladi smatraju kako je jednostavnije napredovati na radnom mjestu nego ulaziti u poduzetničke poduhvate gdje se javljaju strah od neuspjeha, neizvjesnosti te rizika. Poduzetnička infrastruktura potiče gospodarski rast te brži rast i razvoj poduzetništva mladih. U Republici Hrvatskoj postoji velik broj poduzetničkih zona i potpornih institucija koje potpomažu razvoju poduzetništva svojim djelovanjem i ustupanjem prostora. No i dalje postoji dosta mjesta za napredak te iskorištavanje punog kapaciteta u još uvijek velikom djelu neaktivne poduzetničke infrastrukture. Naime, i dalje poduzetnička okolina u Hrvatskoj djeluje više ograničavajuće nego stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Vrlo ograničavajuće komponente poduzetničke okoline predstavljaju vladine politike prema regulatornom okviru, birokracija, administrativne zapreke te prisutne barijere prilikom ulaska na tržište što kod mladih stvara negativnu percepciju o poduzetničkoj karijeri te statusu poduzetnika u društvu. Također prepreke čine kulturne i društvene norme (sustav vrijednosti), nedostatna izgradnja poduzetničkih kompetencija mladih prilikom osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, nedostatno informiranje mladih o mogućnostima i programima koji se nude u okviru poduzetničkog djelovanja itd. Za poduzetništvo mladih u Republici Hrvatskoj u vrijeme sve veće krize odljeva mladih i potencijalnih poduzetničkih kapaciteta, neophodno je usklađivanje politika, strategija, aktivnosti, programa i ostalih instrumenta koji pridonose razvoju poduzetničke kulture te jačanju inovacijskih kapaciteta gospodarstva kroz primjene novih tehnologija, internacionalizaciju poduzetničkih inicijativa te suradnju istraživačkih institucija s gospodarstvom kako bi se mladi zadržali, zapošljavali te poduzetno djelovali unutar svoje zemlje. Raznim lokalnim i europskim programima, mjerama, potporama moguće je ostvariti poslovne planove kao što je i „Kamp mladih poduzetnika“ te na taj način djelovati na razvoj gospodarstva i generalno jačanje poduzetničke aktivnosti stvaranjem pozitivne slika o poduzetništvu u zemlji.

Summary

Youth entrepreneurship is a term that defines the entrepreneurial activity of the younger population. As a separate social group, young people represent a creative, driving and change-prone category of society, which in today's demographic situation, in the midst of the process of modernization and globalization, is rapidly adapting to economic development. However, by changing the fundamental values in society and the slow take on social roles, the process of independence and that individuality is prolonged. Young people find it easier to move forward in the workplace than to enter into entrepreneurial ventures where fear of failure, uncertainty and risk arise. Entrepreneurial infrastructure encourages economic growth and faster growth and development of youth entrepreneurship. There are a large number of entrepreneurial zones and support institutions in the Republic of Croatia, which support the development of entrepreneurship through their operations and space allocation. However, there is still plenty of room for progress and utilization of full capacity in the still large section of inactive enterprise infrastructure. Namely, the entrepreneurial environment in Croatia continues to be more restrictive than stimulating to entrepreneurial activity. Very restrictive components of the entrepreneurial environment are government policies under the regulatory framework, bureaucracy, administrative barriers, and barriers to entry that create a negative perception of young people about entrepreneurial careers and the status of entrepreneurs in society. Also obstacles are cultural and social norms (value system), insufficient building of entrepreneurial competences of young people in primary and secondary education, insufficient informing of young people about opportunities and programs offered within the framework of entrepreneurial activity, etc. For youth entrepreneurship in the Republic of Croatia in times of increasing crisis outflow of young people and potential entrepreneurial capacities, it is necessary to harmonize policies, strategies, activities, programs and other instruments that contribute to the development of entrepreneurial culture and strengthen the innovation capacity of the economy through the application of new technologies, the internationalization of entrepreneurial initiatives and the cooperation of research institutions with the economy in order to retain young people, they were hiring and doing business within their own country. Through various local and European programs, measures, grants, it is possible to realize business plans

such as the "Young Entrepreneurs Camp" and thus act on the development of the economy and generally strengthen entrepreneurial activity by creating a positive image of entrepreneurship in the country.