

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MENADŽMENT TURIZMA

DUNJA JUZBAŠIĆ

VAŽNOST EU FONDOVA ZA MLADE PODUZETNIKE U
HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2015.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

MENADŽMENT TURIZMA

DUNJA JUZBAŠIĆ

VAŽNOST EU FONDOVA ZA MLADE PODUZETNIKE U
HRVATSKOJ

THE IMPORTANCE OF EU FUNDS FOR YOUNG ENTREPRENEURS
OF CROATIA

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Ivana Bujan, univ.spec.philol.angl.

ČAKOVEC, 2015.

Sažetak: *S obzirom da su većina Europskih država članice Europske unije, sve je bitnije za Republiku Hrvatsku prilagođavati se trendovima Europe. Europski fondovi jedna su od brojnih mogućnosti koje EU nudi da bi se naša zemlja čim prije prilagodila potrebama Europskog tržišta. Prvi korak za buduće poduzetnike trebalo bi biti shvaćanje uloge fondova u Europskoj uniji kroz informiranje o povijesti iste, te proučavanjem uloga Europskih institucija i njihovoj svrsi za određene Europske fondove. Poduzetnička klima faktor je koji utječe na sagledavanje vrste pomoći koju Europska unija nudi, budući da na temelju nje ona odlučuje o prioritetima financiranja projekata neke države. Uvid u aktualnu poslovnu klimu i njezino oblikovanje dostupan je putem raznih međunarodnih i domaćih istraživanja. Ona omogućavaju lakše shvaćanje potrebnih faktora za uspješan razvoj poduzetništva, pa tako i samu motivaciju kod poduzetnika. Fondovi su među najbitnijim čimbenicima za mlade poduzetnike koji tek odlučuju ući u poslovni svijet, kako bi, uz smjernice koje im može pružiti dokumentacija, na najbolji način mogli početi usmjeravati svoju poslovnu ideju. Dodatna činjenica za poduzetnike trebala bi biti mogućnosti mobilizacije. Razvojem tehnologije i društvenih mreža, informacije o programima mobilnosti za poduzetnike su nadomak ruke. Odabirom ispravnog programa mobilnosti, potencijalni poduzetnici već bi sami mogli zaključiti na koje poteškoće i rizike mogu računati ulaskom u poslovni svijet. Hrvatska je država koja, zbog nedovoljne motivacije i poznavanja mogućnosti koje im pružaju EU fondovi, ima relativno malo uspješnih mladih poduzetnika. S obzirom na tu činjenicu, među najbitnijim obrazovnim temama trebalo bi biti približavanje i upoznavanje mogućnosti koje im mogu pružiti fondovi, ali i kako oni utječu na poboljšanje poduzetničke klime. Zbog cjelokupne situacije, pokretanje start-upova najčešći je poduzetnički poduhvat kojemu se mladi okreću zbog jednostavnosti poduzeća. Pravilnim razvojem takvog poduzeća ono bi s vremenom moglo konkurirati za dobivanje financijske pomoći iz fondova. Sve navedeno govori o nužnosti da poduzetnici obrate veću pozornost na dostupna poslovna istraživanja, koja pokazuju trenutačnu situaciju na tržištu i smjer u kojem se ono razvija. Ovim radom ukazuje se na važnost pravilnog iskorištavanja dostupnih financijskih sredstava iz fondova Europske unije, kako bi mladi poduzetnici na pravilan i motiviran način osigurali bolju poduzetničku klimu za buduće generacije.*

Ključne riječi: *Europska unija, europski fondovi, mladi poduzetnici, start-up, istraživanje, motivacija*

SAŽETAK

SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
2. PODUZETNIČKA KLIMA U RH.....	5
2.1. GEM istraživanje	5
2.2. Faktori za uspješan razvoj poduzetništva u RH.....	10
2.3. Motivacija kao temelj razvoja poduzetništva	10
3. START-UP PODUZEĆA U HRVATSKOJ	12
3.1. Start-up poduzeća i Europska unija	12
3.2. Financiranje start-up poduzeća u Hrvatskoj	12
3.3. Erasmus za mlade poduzetnike.....	15
3.4. Uspješni primjeri Erasmusa	15
4. INSTITUCIJE I FONDOVI EUROPSKE UNIJE	17
4.1. Institucije Europske unije	18
4.2. Fondovi Europske unije	19
5. PROJEKTNI CIKLUS	21
5.1. Kriteriji prihvatljivosti kandidata.....	22
5.2. Natječaji i natječajna dokumentacija	23
5.3. Planiranje projekta	25
5.4. Planiranje proračuna	25
5.5. Pravila za sklapanje proračuna	26
6. PODUZETNIČKI IMPULS RH.....	27
7. ZAKLJUČAK.....	30
8. LITERATURA	31

POPIS PRILOGA

1. UVOD

Europska unija, njeni fondovi, poduzetnička klima i motivacija stanovnika neke zemlje, četiri su različite teme koje su snažno povezane. S obzirom na negativnu poduzetničku klimu Hrvatske i problem visoke stope nezaposlenosti u zadnjih nekoliko godina, sve više mladih visokoobrazovnih pojedinaca ne vidi način kako započeti profesionalne karijere.

Ovim završnim radom, djelomično baziranim na međunarodnim i domaćim istraživanjima, prikazuje se kako Europska unija pokušava utjecati na taj problem kroz sredstva dostupna u europskim fondovima. Ostvariti sredstva iz tih fondova može biti mukotrpan i kompliciran proces, ali se uspješno savladava ispravno napisanim i opsežnim projektima koji se postižu na temelju dobrog promišljanja i pridržavanja pravila projektnog ciklusa. Pravilno razmišljanje podrazumijeva određeni stupanj obrazovanja, motivacije, istraživanja, pa čak i iskustva, što se očituje u poduzetničkoj klimi zemlje. Kako bi se uopće počeli nadati sredstvima iz fondova, poduzetnici moraju prepoznati priliku za neki poduzetnički poduhvat. Danas se ta prilika najčešće realizira u obliku start-up poduzeća koja su se, prema trenutačnim trendovima na tržištu, pokazala najvjerojatnija za uspjeh. Dodatni poticaj pružen im je mogućnošću sudjelovanja u Erasmus projektima kroz koje će lakše uočiti poslovnu priliku i pronaći partnere za istu. Za razumijevanje europskih fondova i programa nužno je znati povijest nastanka Europske unije i njezinih institucija, a za shvaćanje uloge tih fondova u određenoj zemlji bitno je razumijeti poduzetničku aktivnost zemlje koja je poduzetnicima dostupna putem GEM istraživanja. Osim međunarodnih istraživanja, veliki naglasak treba se staviti na strategiju poduzetništva Hrvatske koja je određena Poduzetničkim impulsom Hrvatske. Dobra poslovna prilika i upravljanje njome s vremenom bi se trebala razviti u uspješan poduhvat koji bi mogao konkurirati za sredstva EU fondova, a time i utjecati na poboljšanje poslovne klime Hrvatske.

Slijedom navedenoga, može se zaključiti da je cilj ovoga završnog rada usporediti dostupna istraživanja i informacije s poduzetničkom klimom Hrvatske, što bolje predočiti proces projektnog ciklusa EU fondova i financiranja start-upova, te objasniti kako prisutnost motivacije kod mladih ljudi može dovesti do efikasnije iskorištenosti sredstava iz Europskih fondova.

2. PODUZETNIČKA KLIMA U RH

Poduzetnička klima [1] je sveukupnost poticajnih i ograničavajućih odnosa u kojima se odvijaju poduzetničke aktivnosti u nekoj državi, regiji ili gradu. Budući da ona podrazumijeva faktore kao što su motiviranost, obrazovanje, prepoznavanje prilika, strah od neuspjeha itd., ima značajni utjecaj na prijavljivanje i pisanje projekata za financijsku pomoć iz fondova. Time možemo zaključiti da su Europski fondovi povezani s poduzetničkim sustavima određenih zemalja. Ako uzmemo u obzir da velika motiviranost dovodi do skoro pa sigurnog uspjeha, prepoznavanje prilike za mogućnost poduzetničke aktivnosti presudan je čimbenik kod pisanja plana projekta.

2.1. GEM istraživanje

Uvid u poduzetničku klimu zemalja već se dugi niz godina, točnije od 1999. godine, može dobiti kroz promatranje GEM istraživanja (engl. *Global Entrepreneurship Monitor*) [2]. GEM, odnosno globalni monitor poduzetništva, daje mogućnost da svaka zemlja prati promjene u poduzetničkom kapacitetu svoje sredine te se na taj način uspoređuje s boljima od sebe. Hrvatska se u istraživanje uključila 2002. godine. Jedan od razloga pokretanja ovog istraživanja je odsutnost pouzdanih i međunarodno usporedivih informacija o povezanosti poduzetništva i ekonomskog rasta, koji su vrlo potrebni istraživačima i onima koji su odgovorni za kreiranje vladinih politika. GEM istraživanje poduzetničku aktivnost i njezinu okolinu prati na individualnoj razini i kroz nekoliko dimenzija. Praćenje na individualnoj razini ostvaruje se kroz faze poduzetničkog ponašanja, uključujući prepoznavanje poslovnih prilika, namjere za pokretanje i rast poslovnog poduhvata do izlaska iz poduzetničke aktivnosti [2]. Ono također prati i obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od neuspjeha, društveni status). Poduzetnička aktivnost zaposlenika počela se pratiti 2011. godine. Istraživanjem je, naravno, potvrđeno da je poduzetništvo globalni fenomen. Prema procjenama istraživačkog tima [3], oko 450 milijuna ljudi širom svijeta uključeno je u neku poduzetničku aktivnost, od toga 98 000 ih je u Hrvatskoj.

Prateći Hrvatsku kroz trinaest godina provođenja istraživanja i uspoređujući ju s ostalim zemljama njene regije, moguće je utvrditi stanje njenog poduzetničkog kapaciteta te

donijeti neke zaključke o razlozima slabije konkurentnosti. Prema GEM istraživanju za Hrvatsku iz veljače 2003. godine [3], poduzetnik u Hrvatskoj tri puta češće je muškarac nego žena, u dobi je između 25 i 34 godine, sa završenom srednjom školom, ima prihode u gornjoj trećini stanovništva, dobro poznaje druge poduzetnike, prepoznaje poslovne prilike, posjeduje vještine vođenja posla, nema strah od poslovnog propašaja i češće je iz područja Istre i Primorja.

Isto istraživanje upozorava da je poduzetnička klima u Hrvatskoj obilježena nedostatkom odgovarajućeg obrazovanja koje bi trebalo biti usmjereno na osposobljavanje za poduzetničko djelovanje. Nekonzistentnost vladinih programa i socio-kulturnih vrijednosti najviše se negativno odrazilo na poduzetničku klimu. Stoga, istraživanje navodi dosta preporuka nositeljima političkog odlučivanja o eliminaciji prepreka i stvaranju trajnog okvira za uspješno poduzetništvo. Percepcija o prilikama daje uvid što poduzetnici vide u svojoj okolini, a percepcija o vlastitim sposobnostima za pokretanje poslovnog poduhvata što misle o sebi [2]. Način viđenja tih percepcija kod poduzetnika je odraz njihovog obrazovanja i iskustva.

Tablica 1: Percepcija o prilikama i sposobnostima za pokretanje poslovnog poduhvata - %

Godina	Percepcija o prilikama	
	Hrvatska	Najviši
2002.	17,19	51,22 Finska
2003.	25,65	65,10 Argentina
2004.	19,27	71,67 Uganda
2005.	37,27	35,75 Danska
2006.	42,75	67,75 Peru
2007.	43,93	81,30 Hong Kong
2008.	44,38	74,45 Angola
2009.	37,00	73,78 Uganda
2010.	23,32	81,36 Zambija
2011.	18,25	85,54 Nigerija

Izvor: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, 2002.-2011.

Iz priložene tablice možemo zaključiti da je percepcija kod Hrvata rasla do 2008. godine, nakon čega počinje padati, možemo pretpostaviti zbog recesije. Prilike i sposobnosti za pokretanje poduhvata nisu jedini čimbenici koji utječu na konačnu sliku poduzetništva, već su tu i strah od promašaja, poduzetničke namjere te poželjnost njega kao karijere. Niske poduzetničke namjere i visoki strah od promašaja, prikazani u tablicama 2 i 3, obilježava Hrvatsku tokom cijelog promatranog razdoblja. Iz prikaza je zapravo jasno vidljiva potreba za provođenjem istraživanja obrazovnog sustava kako bi se ustanovilo što je to što uzrokuje nisko samopouzdanje kod mladih.

Tablica 2: Poduzetničke namjere i strah od promašaja -%

Godina	Poduzetničke namjere*		Strah od promašaja**	
	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najniži
2002.	8,52	42,97 Čile	32,14	19,17 Japan
2003.	8,29	56,25 Uganda	42,59	22,71 SAD
2004.	5,48	62,84 Peru	41,57	21,21 SAD
2005.	8,36	47,79 Venezuela	40,21	18,56 Japan
2006.	11,12	68,72 Kolumbija	38,33	20,96 SAD
2007.	12,53	66,54 Kolumbija	34,92	17,08 Norveška
2008.	12,15	66,85 Kolumbija	38,16	22,73 Norveška
2009.	9,70	64,11 Kolumbija	45,21	20,32 Sirija
2010.	9,78	76,90 Uganda	39,24	11,82 Gana
2011.	21,64	58,46 Kolumbija	45,72	15,56 Panama

Izvor: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, 2002.-2011.

Usprkos velikom strahu od neuspjeha, iz treće tablice vidljivo je da konstantno prevladava mišljenje da je biti poduzetnik dobar izbor karijere.

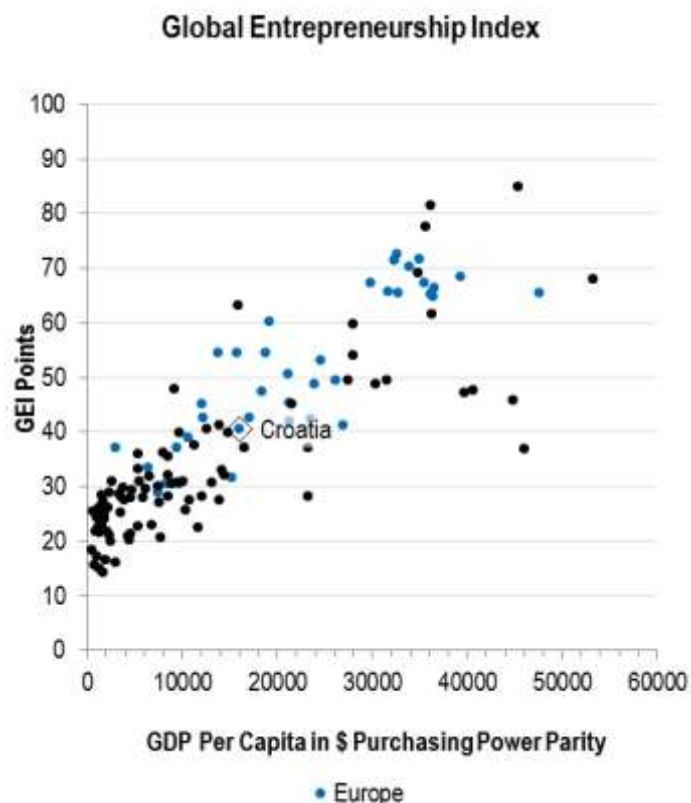
Tablica 3: Percepcija o društvenom položaju poduzetnika

Godina	Biti poduzetnik je dobar izbor karijere		Uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu		Medijska pažnja poduzetništvu	
	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najviši	Hrvatska	Najviši
2002.	-	-	-	-	-	-
2003.	67,91	87,43 Uganda	51,08	85,93 Uganda	44,58	84,02 Island
2004.	65,40	91,27 Uganda	50,73	87,05 Uganda	48,84	80,69 Argentina
2005.	72,05	88,03 Tajland	52,11	86,01 Finska	54,97	84,91 Tajland
2006.	74,70	87,82 Kolumbija	53,49	88,38 Finska	59,56	84,37 Irska
2007.	72,18	96,16 Dominikanska Republika	50,74	86,96 Dominikanska Republika	63,92	84,57 Island
2008.	70,43	92,45 Kolumbija	53,51	89,55 Finska	61,26	81,47 Indija
2009.	68,19	95,29 Jemen	48,98	97,46 Jemen	53,04	95,90 Jemen
2010.	67,07	91,05 Gana	49,91	92,75 Tunis	41,79	88,00 Malezija
2011.	65,33	89,41 Kolumbija	46,95	100,00 Bangladeš	40,90	85,84 Tajvan

Izvor: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, 2002.-2011.

Istraživanje se dotaklo i važnosti medija. Pokazalo se da o pozitivnoj strani bavljenja poduzetništvom ne možemo često čitati u medijima, što iznenađujuće ne utječe na stavove ljudi. Dakle, samo ovaj mali dio istraživanja dovoljan je da dođemo do zaključka da razvoj poduzetništva u Hrvatskoj najviše koči strah od neuspjeha. Time je jasno da se ključ promjene nalazi u preispitivanju obrazovnog sustava koji bi trebao pronaći načina kako poboljšati samopouzdanje kod mladih kroz provođenje prikladnih programa. Prema najnovijem GEM istraživanju iz 2015. godine [4], Hrvatska se smjestila na 51. mjesto od ukupno 130 zemalja. Usporedivši ovaj rezultat samo s državama Europe njezin rezultat prilično je loš. Naime, od 39 uključenih zemalja ona je na 31. mjestu.

Graf 1: Usporedba GEI Hrvatske s državama Europe (plavo) i ostatkom svijeta (crno)



Izvor: Global Entrepreneurship Index, 2015.

Iz priloženog grafa je vidljivo da indeks poduzetničke aktivnosti iznosi oko 40%, te da je na samom kraju ljestvice što se Europe tiče. Prema konkurentnosti Hrvatska je 77. od 144 zemlje, a prema uspješnom poslovanju je 89. od obuhvaćenih 189 zemalja.

Slika 1: Opći indikatori pozicioniranja Hrvatske u odnosu na druge obuhvaćene države

General Indicators	
Population	4.3 million
GDP per capita PPP	\$16,002
Rank in Doing Business Index 2013	89 / 189
Rank in Global Competitiveness Index 2013-2014	77 / 144
Rank in Economic Freedom Index 2013	87 / 178

Izvor: Global Entrepreneurship Index, 2015.

2.2. Faktori za uspješan razvoj poduzetništva u RH

Praćenjem trendova poduzetnički najrazvijenijih zemalja u svijetu, moglo bi se reći da je nedostatak obrazovanja koje bi se trebalo bazirati na poduzetništvu najvažniji faktor koji negativno djeluje na razinu indeksa istraživanja. Osim obrazovanja, raspoloživost financijskih resursa i profesionalne infrastrukture također je među najutjecajnijim faktorima koji utječu na pozitivan ishod poduzetničkog indeksa [3]. S druge strane, pokazalo se da je motivacija upravo ono što ima najključniju ulogu u pokretanju poslovnog poduhvata. Uspješniji poduzetnici su oni koji su ušli u poslovni svijet uočivši priliku i izražavajući želju za poslovanjem a ne zbog osjećaja primoranosti. Kao konačni ishod, njihovi poduhvati odrazili su se pozitivno na razinu poduzetništva za razliku od onih poduzetnika koji su pokrenuli poduhvat iz osjećaja nužnosti.

Ukoliko krenemo u dublju analizu problema poduzetničke aktivnosti u Hrvatskoj, shvatiti ćemo da porezno opterećenje također ima ulogu u kočenju poduzetničkog razvoja. GEM istraživanjem je dokazano da opći uvjeti poslovanja države imaju snažan utjecaj na formiranje uvjeta za poslovno djelovanje. Poduzetnički najuspješnije zemlje imaju najniži postotak od poreza mjeren kao postotak od društvenog proizvoda. Te zemlje imaju niske troškove adaptiranja nove radne snage na zahtjeve poslovanja. Efikasnost formalnog obrazovnog sustava takvih država utječe na poduzetnički osposobljeniju radnu snagu. Hrvatska je po tom pitanju vrlo nisko pozicionirana u usporedbi s ostalim zemljama Europe.

2.3. Motivacija kao temelj razvoja poduzetništva

Budući da je uspješno poduzetništvo povezano s rastom bruto društvenog proizvoda (BDP), logično je da motiviranost za ulazak u takav poduhvat doprinosi i državi [3]. Kao što je već navedeno, GEM model istraživanja uspoređuje priliku i nuždu kod pokretanja poduzetništva. Oni poduzetnici koji su prepoznali priliku, zbog svoje su motiviranosti i pozitivno utjecali na ekonomski rast zemlje. U manje razvijenim zemljama, veći je udio poduzetnika koji su to postali zbog nedostatka alternative, dok je u razvijenim zemljama drugačija priča. Zapravo, to možemo lako uočiti u priloženoj tablici iz 2002. godine.

Tablica 4: Motiviranost za poduzetništvo u Hrvatskoj nasuprot 37 zemalja koje su sudjelovale u projektu

TEA opći	3.6, rang 32, prosjek za sve zemlje 6.88
TEA zbog nužnosti	0.80, rang 24, prosjek za sve zemlje 1.70
TEA zbog poslovne prilike	2.20, rang 34, prosjek za sve zemlje 5.40

Izvor: GEM rezultati, 2002.

Ono što je jasno je da moramo poraditi na povećanju motivacije za pokretanje poduzetničkih poduhvata. Poticanje motivacije moglo bi se postići na razne načine, primjerice, projektima sufinanciranim od strane države za usmjeravanje učenika ili studenata na pravilno razmišljanje prilikom pisanja poslovnog plana o čemu odlučuje ministarstvo za poduzetništvo i obrt. Većina mladih s visokom razinom motivacije umjesto klasičnih poduzeća osniva start-up poduzeća zbog njihove jednostavnosti.

3. START-UP PODUZEĆA U HRVATSKOJ

Start-up poduzeća su novoosnovani poduzetnički poduhvati koji se nalaze u fazi razvoja i još uvijek istražuju tržište [5]. To su poduzeća koja traže svoj jedinstveni poslovni model, odnosno način da ostvare dobit [6]. Obično ih vežemo uz visokotehnološke projekte jer po prirodi imaju najveći potencijal rasta. Njihova popularnost krije se u jednostavnosti osnivanja.

Glavni nedostatak takvog poduzeća je što veliki broj njih propada nakon lansiranja proizvoda na tržište [5]. Poduzeće prestaje biti start-up kada počne ostvarivati stabilniju zaradu prolazeći kroz razvojne faze. Malo je podataka koji obuhvaćaju, prezentiraju i analiziraju situaciju tek pokrenutih poduzetničkih poduhvata u Hrvatskoj. Dostupnost tih podataka mogla bi biti poticaj za daljna istraživanja povezana sa start-up područjima lokalnih razina, koja bi se potom odrazila na državnu razinu.

3.1. Start-up poduzeća i Europska unija

Postoje start-up poduzeća u klasičnim granama poslovanja umjerenog rasta i visoko tehnološka start-up poduzeća [7]. Investitori i Europska unija najviše ulažu u poduzeća ovakvog oblika zbog njihovih osnovnih karakteristika, odnosno veće mogućnosti zarade. Takva poduzeća obično definiraju manji iznosi početnog ulaganja, veći rizik od neuspjeha, ali i veći potencijal povrata investicije.

3.2. Financiranje start-up poduzeća u Hrvatskoj

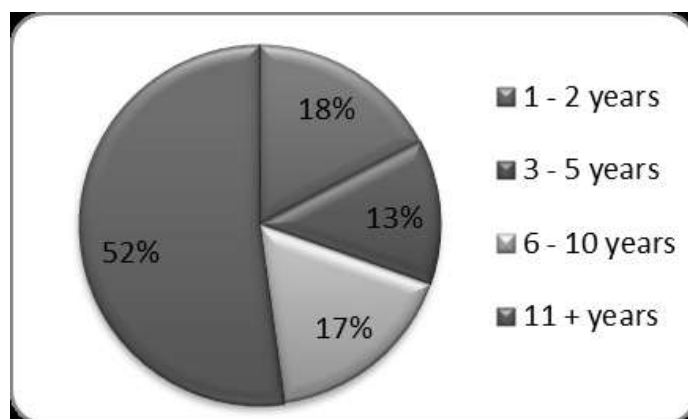
Mogućnost uspjeha i opstanka ovakvog poduzeća uvelike ovisi o investicijama. Podaci GEM istraživanja provedenih od 2001. do 2006. godine, pokazali su da investiranje u start-up poduzeća ovisi o ekonomskom razvoju zemlje. Drugim riječima, ako BDP po glavi stanovnika raste veće su i financijske mogućnosti za investicije u poduzetničke aktivnosti. Istraživanje navedeno u daljnjem tekstu [5], provedeno je 2013. godine, kojemu je cilj bio ispitati start-up poduzeća o metodama financiranja njihovih poduhvata, dovelo je do nekih zanimljivih zaključaka. Podaci su prikupljeni preko upitnika koji je sadržavao pitanja o financiranju, razvoju i poslovnim aktivnostima

poduzeća. Glavni nedostatak ovog istraživanja je nepostojanje službene baze start-upova u Hrvatskoj. Do podataka o postojećim start-upovima može se doći kroz hrvatsku mrežu poslovnih anđela (CRANE). Hipoteze su se bazirale na pretpostavci da iskusniji menadžeri znaju ispravnije procijeniti vrijednost njihovih poduhvata, pa se opredjeljuju za različite metode financiranja.

Cilj istraživanja bio je ispitati poduzetnike da li se još uvijek okreću tradicionalnim metodama financiranja ili su prepoznali neke nove metode i pronašli načine drugačijeg financiranja. Istraživanje je korisno jer prikazuje način razmišljanja nove generacije poduzetnika u području financijske strategije. Provoditeljice istraživanja pronašle su 42 start-up poduzeća u Hrvatskoj i poslale im upitnike na elektroničke adrese. Sveukupno su 23 poduzeća bila voljna sudjelovati u anketi.

Analizom rezultata utvrđeno je da 96% osnivača čine muškarci, većina ih ima između 25 i 34 godine, odnosno 65% ispitanika. Nadalje, 69% ispitanika bave se poduzetništvom više od šest godina. Većina start-upova nalazi se u Zagrebu, odnosno njih 57%. Nakon Zagreba slijede drugi veći Hrvatski gradovi – Split, Rijeka, Varaždin, Osijek i Pula. Također je važno spomenuti da se 52% ispitanika poduzetništvom bavi 11 godina, 17% bavi se između 6 i 10 godina, dok 17% ima do dvije godine profesionalnog iskustva.

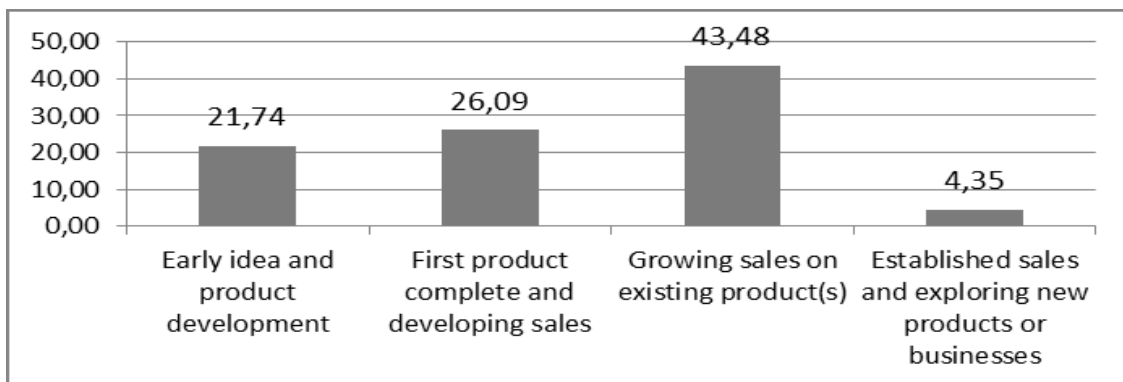
Graf 2: Profesionalno iskustvo start-up osnivača u Hrvatskoj



Izvor: Analiza financiranja start-upova, 2013.

Ispitivanje faze razvijenosti pokazalo je da se 22% start-upova nalaze u početnoj fazi poslovanja, dok ih se najviše nalazi u fazi povećanja prodaje postojećih proizvoda ili usluga.

Graf 3: Faze razvoja Hrvatskih start-up poduzeća



Izvor: Analiza financiranja start-upova, 2013.

Kratka interpretacija ovog istraživanja potvrđuje prisutnost i važnost start-up poduzeća, pogotovo ako uzmemo u obzir rezultate o postotku mladih osnivača. Uzimajući u obzir potencijal brzog rasta istih, možemo shvatiti da većina potencijalnih poduzetnika želi pokrenuti karijeru upravo u ovom području.

Start-up poduzeća visoke tehnologije, zbog pozitivnih strana, vrlo su tražena u Europskoj uniji. Njihova prednost krije se u većem potencijalu rasta s ograničenim ulaganjima u kapital, ljude i nekretnine [7], usprkos navedenoj činjenici su izgledi za neuspjeh dosta visoki. Kako bi razumijeli načine financiranja projekata od strane unije, neizbježno je okrenuti se njezinoj povijesti.

3.3. Erasmus za mlade poduzetnike

Hrvatska gospodarska komora [8] s međunarodnim partnerima uključila se u projekt Erasmus za mlade poduzetnike (engl. *The European Entrepreneur Exchange Programme*). Program pruža novim ili potencijalnim poduzetnicima priliku da učvrste svoje znanje za vlastito poslovanje kod iskusnijih poduzetnika u EU. Poduzetnik na taj način skuplja potrebno iskustvo za započinjanje vlastitog poduhvata te dobiva priliku za pronalazak poslovnih partnera i otkrivanje novih tržišta. Ovakav način početka karijere možda je najbolji način da budući poduzetnici preuzmu inicijativu budući da za prijavljivanje nije potrebno ni iskustvo ni posjedovanje poslovne ideje. Dodatni poticaj za uključenje Europska unija je omogućila lako dostupnim informacijama, te kreiranjem online formulara za prijavu koji je dostupan na web stranici www.erasmus-entrepreneurs.eu. Sve što je potrebno jest dobro razraditi i priložiti poslovni plan.

3.4. Uspješni primjeri Erasmusa

Hrvatska gospodarska komora sudjelujući u Erasmusu za mlade poduzetnike poslala je desetke poduzetnika na razmjene u zemlje EU kako bi stekli znanja, vještine i iskustva koja će im pomoći u obavljanju njihovih poduzetničkih djelatnosti. U daljnjem tekstu opisane su dvije uspješne priče.

Poduzetnica Ana Stipić [9] prvi je primjer uspješne razmjene. Ona se odlučila na sudjelovanje u programu jer je imala vlastitu poslovnu ideju ali nije znala kako započeti njezinu realizaciju. Prijavila se na Erasmus na preporuku prijatelja kako bi stekla potrebna znanja o marketinškim tehnikama da se uspješnije suoči sa poteškoćama na tržištu. Htjela se suočiti sa nepoznatim okruženjem i savladati zadatke na stranom jeziku. Ana je istaknula da poduzetnik domaćin vodi tvrtku na vrlo jasan i organiziran način te su svakodnevne aktivnosti dobro raspoređene među zaposlenicima. Učila je o proizvodima i izrađivala različite baze podataka, načine plaćanja, snalazila se u računovodstvu i logistici. Prema njezinom mišljenju, najzanimljiviji dio posla kao poduzetnici početnici bio joj je rad na europskim vezama i razmjenama. Radila je na stvaranju veza, ne samo za Hrvatsku, već i Veliku Britaniju i druge europske zemlje. Kroz sudjelovanje u brojnim aktivnostima tvrtke naučila je kako se nositi i pregovarati s

ljudima. Osim poslovnih vještina poboljšala je samopouzdanje, što je ključna prepreka poduzeticama u Hrvatskoj, te razumijevanje stranih jezika.

Poduzetnik Domagoj Tkalčec [10] imao je želju osnovati vlastitu konzultantsku tvrtku. Kako bi poboljšao svoje znanje o upravljanju tvrtkom prijavio se u program. Njegov poduzetnik domaćin htio je svoje dugogodišnje iskustvo unaprijediti suradnjom s mladim poduzeticima kako bi izgradili međunarodnu mrežu i razmjenili znanja, te kako bi mladi svojom energijom i stručnosti pomogli u realizaciji raznih projekata i izgradili samopouzdanje. Domagoj je, kao i Ana, radio na različitim poslovima, bio je dio tima i pomogao svojim idejama kod prikupljanja financijskih sredstava iz EU fondova. On je tijekom razmjene poboljšao kritičko razmišljanje, rad u timu, komunikacijske vještine, pronašao je partnera i klijente za buduće poslovanje.

Ana i Domagoj dobri su primjeri da ovakav oblik razmjene može pomoći mladim i neiskusnim ljudima koji imaju ambiciju pokrenuti vlastiti posao. Osim motivacije, poduzetničkih razmjena, kao i cjelokupne poduzetničke klime, kako bi pojedinci shvatili funkcioniranje EU fondova, potrebno se dotaknuti samih početaka Europske unije.

4. INSTITUCIJE I FONDOVI EUROPSKE UNIJE

Europska unija svoju je povijest započela neposredno nakon Drugog svjetskog rata. Štete, razaranja i općenito nepovoljna gospodarska situacija koja je nastala završetkom rata, Sjedinjene Američke Države primorala je da osnuju Međunarodni monetarni fond (MMF), odnosno međunarodnu organizaciju zaduženu za nadziranje globalnog financijskog sistema država. Uz MMF osnovala su i Svjetsku banku te potpisale *Opći sporazum o tarifama i trgovini*. SAD su htjele pružiti financijsku pomoć državama koje su pretrpjele veliku štetu tijekom rata, pa je osnivanje Svjetske banke bilo jedan od prvih koraka za to. Njezino sjedište je u Washingtonu, a unutar nje djeluje pet organizacija koje imaju svaka svoju funkciju pomaganja. Nadalje, Općim sporazumom o tarifama i trgovini željele su smanjiti ili ukloniti carine i druge prepreke te naposljetku liberalizirati svjetsku trgovinu.

S ciljem dodatne pomoći Europi u oporavku, SAD osmišljava *Plan europske obnove* ili *Marschallov plan ekonomske pomoći, 1947. godine*. Tim planom bila je predviđena pomoć od oko 110 milijardi dolara koji bi bili usmjereni na obnovu 16 zemalja s najtežim posljedicama rata uključujući i Njemačku [11]. Pošto su ondašnje vlasti tih Europskih zemalja same trebale odlučiti o raspodjeli tih sredstava, u tu su svrhu osnovala *Organizaciju za europsku ekonomsku suradnju*. Međutim, taj plan je ubrzo propao jer se ustanovilo da Europske države nisu u stanju same osigurati mir. Kako bi došle do nekakvog sporazuma, odluka je pala na to da se europsko zajedništvo mora temeljiti na mogućnošću ostvarivanja nacionalnih interesa unutar te zajednice i postojanju učinkovitih mehanizama za provođenje zajedničkih akcija. Zapravo, ono što je bilo potrebno je da svaka država članica djelomično ograniči svoj suverenitet u korist zajednice.

Prvo je osnovana Europska zajednica za ugljen i čelik, 1951. godine, kojoj su neki od ciljeva bili osigurati slobodnu trgovinu ugljenom i čelikom i regulirati konkurenciju. Tu su se, naravno, javile i prve institucije u cilju boljeg funkcioniranja zajednice. S vremenom se javila potreba za jače ekonomsko povezivanje Europe, koje je bilo i tema sastanka u Messini. Naime, Paul Henry Spaak je predvodio odbor kojem je cilj bilo jače povezivanje, te je kao preduvjet tome predložio da zemlje EZUČ-a sklope dva nova ugovora – ugovor o EEZ i EUROATOM [11]. Europska ekonomska zajednica osniva se

1957. godine Rimskim ugovorom. Tim osnivanjem stvorena je carinska unija i zajedničko tržište, te je njome započelo i stvaranje Europske unije. Zemlje osnivači su Belgija, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Francuska i SR Njemačka. Europska unija do današnjeg oblika dolazila je postepeno. 1968. godine ukinuta su carinska davanja između članica i uspostavljena je ideja o zajedničkoj poljoprivrednoj politici. Shodno s time, 1973. godine ulaze prve nove članice, Danska, Velika Britanija i Irska. Moglo bi se reći da je Europa osnivanjem Europske unije daleko dogurala s obzirom na situaciju u kojoj je bila na kraju Drugog svjetskog rata. Do sada je doživjela šest proširivanja, ono zadnje zbilo se 2013., kada je pristupila i Hrvatska. Važno je napomenuti da države koje žele pristupiti moraju zadovoljiti stroge kriterije kako bi u zajednici vladala temeljna načela: jedinstvo, sigurnost i povjerenje.

4.1. Institucije Europske unije

Europska unija svoj prepoznatljivi identitet njeguje kroz europske institucije kako bi se, kroz njih, mogle donositi odluke o pitanjima od europskog interesa. Sukladno s time, postoji pet institucija koje su važne za donošenje zajedničkih odluka i njihovo funkcioniranje. Odluke tih institucija od velike su važnosti za formiranje Europskih fondova i programa, što je budućim poduzetnicima od velike važnosti.

Vijeće Europske unije (engl. *Council of the European Union*) glavna je institucija EU-a [12], također poznata kao Vijeće ministara te predstavlja pojedinačne države članice. Svaki zakonodavni dokument mora biti usvojen na Vijeću EU. Postoji nekoliko različitih vijeća; za financije, za zaštitu okoliša, za gospodarstvo, vanjske poslove itd. Ono se sastaje prema potrebi. Europska komisija (engl. *European Commission*) je političko tijelo koje predstavlja interese cijele EU. Sjedište tog tijela je u Bruxellesu i ima tri glavne zadaće: predlaže zakone i propise Parlamentu i Vijeću EU, provodi politike EU te, surađujući s Europskim sudom osigurava provođenje europskih zakona [12]. Ona je ujedno zadužena za upravljanje fondovima i programima EU, te raspolaže s proračunom unije. Također, svi ugovori o bespovratnim sredstvima direktno ili indirektno se potpisuju s Europskom komisijom.

Europski parlament (engl. *European Parliament*), predstavničko je tijelo stanovnika EU. Njega čine europarlamentarci koji se biraju općim pravom glasa svakih pet godina

u svakoj od zemalja članica u skladu s njihovim izbornim zakonima [13]. Suradujući s Vijećem Europske unije donosi odluke, te je konačna odluka o godišnjem proračunu EU njegova. Europsko vijeće (engl. *European Council*) sastoji se od čelnika država ili vlada država članica i predsjednika Europske komisije. Ono donosi odluke o glavnom smjeru europske politike što se tiče proširenja, proračuna ili neke važnije reforme vezane uz aspekte pojedine politike EU. Vijeće se sastaje svakih šest mjeseci. Iako ono značajnije ne utječe na zakonodavni proces, budući da se sastoji od čelnika država zemalja članica, najutjecajnije je tijelo u procesu odlučivanja u Uniji [12].

Europski sud pravde (engl. *European Court of Justice*), jedini je ovlašten tumač osnivačkih ugovora. Njegova je zadaća rješavanje sporova između država članica, između EU i država članica, između institucija EU, te između pojedinaca i EU [12]. Sud se sastoji od po jednog suca kojeg je izabrala vlada svake države članice, a mandat traje šest godina. Sjedište suda je u Luxembourgu. Navedene institucije najbitnije za Europske fondove i programe budući da izravno ili neizravno utječu na proračun i strukturu fondova.

4.2. Fondovi Europske unije

Nastanak Europske unije i njezin sadašnji oblik i djelovanje uvijek je neizostavna uvertira pri doticanju teme o fondovima i programima jer, naravno, ona je imala veliki utjecaj na njihovo stvaranje i strukturu. Preciznije govoreći, za fondove se zapravo brine Europska komisija, koja je zadužena za upravljanje njima. Kod definiranja pojma europskih fondova lako je zaključiti da se radi o poticajima za provođenje neke djelatnosti ili unaprjeđenja iste. EU fondovi služe kao motivacija i dodatni korak potpore za neodlučne poduzetnike. Europska unija na taj je način zamislila pružanje različitih oblika pomoći motiviranim pojedincima koji se iz nekog razloga ne mogu osloniti na financijsku podršku svoje zemlje. S druge strane, oni pružaju financijsku pomoć i kod provođenja nekih opsežnih programa koji imaju potencijal pružiti nove horizonte i nova znanja pojedincima unutar zajednice provođenja programa, koji će se potom odraziti i na europsku zajednicu poboljšanjem poduzetničke klime svoje zemlje. Sukladno s time, financijska podrška koju oni pružaju prilagođena je prioritetima određene zemlje, odnosno regije u kojoj se želi potaknuti razvoj.

Prije no što komisija dodjeli sredstva, poduzetnički plan i program akcije moraju udovoljiti visokim kriterijima dobivanja te pomoći. Pošto je komisiji svrha pružiti pomoć samo najboljim projektima, stvorila se potreba za kompliciranim načinima odlučivanja, zahtjevnu birokraciju i stalnu razapetost između udovoljavanja željama članica i ispunjavanja potreba EU kao cjeline [13]. S ciljem jednakog zadovoljavanja svih potreba članica, komisija je s vremenom počela planirati u dugim ciklusima. Naime [13], bez čvrstog okvira djelovanja vrlo brzo bi nastao kaos. Tako su se razvili desetogodišnji strateški i sedmogodišnji financijski ciklusi, koji opet, nekada stvaraju probleme zbog njihovih nepreklapanja.

Za razumijevanje fondova, za pojedinca je važno poznavati oba ciklusa jer se strateški bavi sadržajem i definira za što će biti novaca, a financijski definira koliko, kada i gdje će biti novaca. Postoji mnogo fondova i programa koje unija pruža svojim članicama, no za potrebe ovog rada, pozornost je usmjerena samo na one oblike pomoći koji bi mogli koristiti neiskusnim mladim poduzetnicima kao dodatna motivacija, odnosno poticaj za pokretanjem prepoznate poslovne prilike.

5. PROJEKTNI CIKLUS

Za svakog mladog poduzetnika bitno je da, prije podnošenja zahtjeva ili molbe za provedbu pojedinog projekta, razmisli o prednostima tog projekta i pobrine se da se suština projekta slaže s prioritetima Europske komisije. Budući da se trendovi na tržištu svakih par godina mijenjaju s novim znanjima, preferencije komisije prilagođavaju se tome. One se mogu pronaći na gotovo svim internet stranicama vezanih uz nju, te u svim relevantnijim novijim istraživanjima.

Prema Babiću i Grgiću [14], komisija pridaje veliku pozornost projektima koji razvijaju:

- ◆ Razmjenu primjera dobre prakse
- ◆ Prijenos znanja (engl. Know-how)
- ◆ Diseminaciju rezultata
- ◆ Pilot projekte
- ◆ Inovativna rješenja ili metode

Poduzetnik se mora pobrinuti da njegov poduhvat proba uvesti barem jednu od ovih točaka, koju će detaljno obrazložiti, pa potom svojim financijskim i poslovnim planom i opravdati. Napisati projekt kojem je jedini cilj uzeti novac je nemoguće, te se birokracija Europske komisije ne smije podcjenjivati. Sposobnost samouvjerenja i uvjerenja ostalih u ciljeve projekta povećavaju motiviranost i izgleda za ostvarenje projekta. Predlagatelj je dužan pripremiti što bolju, realniju i motiviraniju argumentaciju. Dobro pripremljen projekt daje odgovor na tri važna pitanja[4]; Koja je svrha projekta i što projekt nudi? Koji su ciljevi i kakav se rezultat može očekivati? Kojom je ciljana skupina i kakav će biti učinak?

Svrha projekta jest ono što će se prvo tražiti pri ispunjavanju dokumentacije. Prilikom pisanja, za poduzetnika je bitno da se zapita; tko od toga ima koristi? Sve to mora biti jasno napisano. Također, u projektu mora biti vidljivo da je predlagatelj analizirao situaciju koju svojim poduhvatom nastoji obuhvatiti i da poznaje njezin kontekst. Uspješan projekt ima jasno definirane dugoročne i kratkoročne ciljeve. Dugoročni ciljevi utječu na sustav ili na konačnu situaciju, a kratkoročni na posljedice koje su izravan ishod projekta. Uvjerljivost cijelog projekta očituje se dobro isplaniranim

ciljevima. Što se tiče odabira ciljne skupine, potrebno se orijentirati na čim detaljiziranu skupinu, npr: ribari u Istri, te opisati način pristupa toj skupini. Primjerice, birokraciju zanima tko su partneri projekta, koliko je ta ciljna skupina uključena u projekt, kako projekt utječe na poboljšanje željene situacije kod izabrane ciljne skupine u odnosu na sadašnje stanje. Odnosno, kroz temeljnu razradu ciljne skupine, već se može ukazati na stvarnu kvalitetu pojedinog projekta.

Svaki fond ili program ima svoja specifična pravila koja se moraju naučiti i uzeti u obzir pri pripremi molbe, prijave ili zahtjeva za financiranje. Zahtjev upućen Europskoj komisiji uključuje dugotrajnu administrativnu proceduru. Ponekad, ovisno o veličini, projekte treba početi osmišljavati i više od godinu dana unaprijed kako bi se mogli poštivati rokovi za pokretanje projekta nakon mogućeg prihvaćanja prijave [14]. Osnovno pravilo svakog fonda ili programa je strogo poštivanje formalnih zahtjeva. Europska komisija često naglašava visoku kvalitetu projekta i preporuča metode za procjenu pravilnog tijeka akcije i faza projekata. To znači da bi za poduzetnika prije slanja prijedloga projekta bilo dobro provesti istraživanje u zajednici pokretanja projekta, kako bi se u analizi mogli priložiti realni rezultati probne provedbe poslovnog poduhvata. Upravo zbog te visine formalnosti, bi bilo preporučivo da projekte sastavljaju visoko obrazovani pojedinci kojima je specijalnost projektni menadžment.

5.1. Kriteriji prihvatljivosti kandidata

Kriteriji prihvatljivosti ovise o vrsti projekta. Za potpore EU najbolje se prijaviti kao pravna osoba jer su kriteriji prihvatljivosti određeni prema zakonskom statusu kandidata. Međutim, iako rijetko, dodjeljivanje potpora je moguće i za fizičke osobe. U tom slučaju osoba mora dati financijsko jamstvo Komisiji da prihvaća punu odgovornost za dodijeljena sredstva. Potpora pojedincima najčešće se daje za istraživanje, razmjenu između visokoobrazovnih institucija ili za poduzetništvo.

Mladi poduzetnici kao fizičke osobe mogli bi dobiti potporu ukoliko već imaju svoj uhodani projekt. Također je potrebno dobro proučiti pravila Komisije jer je njezin običaj odmah eliminirati neiskusne projekte. Dakle, poduzetnici kao fizičke osobe bi trebali imati donekle razvijen poduhvat koji već ima pozitivne učinke na okolinu, tako da oni imaju neki redovni dohodak u svrhu normalnog obavljanja svoje poslovne

aktivnosti tijekom procesa odobravanja financiranja od strane Komisije. U prijavi, Komisija ima pravo zatražiti financijsku i računovodstvenu dokumentaciju potvrđenu od strane revizora. Kandidat treba biti sposoban za obavljanje djelatnosti za koju se prijavio, njegov koordinacijski tim treba imati potrebne vještine koje su primjenjive za zahtjeve projekta. Europska komisija nekada zna zatražiti životopis svih ljudi uključenih u projekt. U njemu je potrebno navesti sve te vještine i osobine pojedinaca koje oni ulažu u taj projekt. Iskustvo je također bitno, tako da kandidati koji su već provodili ili sudjelovali u nekom značajnijem projektu imaju prednost.

5.2. Natječaji i natječajna dokumentacija

Novac EU-a je novac poreznih obveznika iz cijele Europske unije. Sukladno tome, trošenje mu treba biti opravdano, transparentno i u skladu dobrog gospodara. S obzirom na nestabilnu ekonomsku situaciju, Europska komisija uvela je strogost i štednju, te većinu novaca troši na raspisivanje javnih natječaja koji su otvoreni za sve europske građane. Postoje četiri načina dodjele sredstava. Prvi je međunarodni poziv na dostavu prijedloga projekata (*engl. Call for proposals*), na njega se mogu javiti poduzetnici iz različitih zemalja unutar ili izvan Europske unije. Putem javnog natječaja, poduzetnici su pozvani da prilože prijedloge projekata za raspisano područje [14]. Poziv se objavljuje na službenim web stranicama provedbenog tijela, na engleskom jeziku, a ponekad i na nekom drugom jeziku. Svaki takav poziv sadrži opsežnu natječajnu dokumentaciju.

Drugi je lokalni poziv na dostavu prijedloga projekata (Javni poziv ili Natječaj za dodjelu bespovratnih sredstava). On se objavljuje za natječaje vezane uz Hrvatsku ili neku njezinu regiju. Može se pronaći na web stranici provedbenog tijela. Ova sredstva dodjeljuju nadležna ministarstva koja provode projekt, a koja su odobrena iz fondova EU. Takve potpore većinom su namjenjene za poticanje obrazovanja, jačanje socijalne osviještenosti itd. Poziv je popraćen obilnom natječajnom dokumentacijom na hrvatskom jeziku [13]. Treći način je izravna dodjela sredstava. Primjenjuje se rijetko u jasno definiranim okolnostima. To su dogovorene obveze koje proizlaze iz Ugovora EU-a ovisno o području za koje je objavljen natječaj. Četvrti način obuhvaća biranje regionalnih projekata. To su veliki infrastrukturni javni projekti koji ulaze u zalihu

projekata (*engl. project pipeline*) i pri kojima Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova pomaže u pripremi dokumentacije. Obično su imenom i prezimenom u Operativnim programima.

Postoje dva generalna tipa projekata u odnosu na izgled natječajne dokumentacije. Prvi tip projekata su infrastrukturni. Takvi projekti obuhvaćaju gradnju, pregradnju i nabavljanje velike količine opreme. U njima u načelu ima malo pisanja, ali mnogo prikupljanja različitih dozvola, potvrda i potpisa. Ukoliko se projekti odnose na organizaciju događaja, umrežavanje, planiranje, brandiranje, obrazovanje zaposlenika itd., dokumentacija koju treba prikupiti nije ni zahtjevna ni upečatljiva, ali potrebno je dobro obrazložiti projekt i sve njegove koristi za zajednicu. Gotovo svaki poziv popraćen je obilnom dokumentacijom.

Jezik na kojem se natječaj objavljuje je službeni jezik i na njemu se odvija sva komunikacija. Sukladno tome, ako je dokumentacija na hrvatskom s provedbenim tijelom se dopisuje na hrvatskom, ako je na mađarskom i hrvatskom, komunicira se na oba jezika. Budući da nekada dokumentacija može prijeći stotinjak stranica, potencijalni prijavitelji često odustaju od prijave na poziv jer im se čini zahtjevno snalaženje u tolikoj količini teksta. Upravo zbog toga je potrebno savjetovati se sa stručnjacima i točno proučiti redoslijed svladavanja dokumentacije. Najgore što se može napraviti jest prijaviti projekt bez pomnog čitanja natječajne dokumentacije. Nepravilno prijavljen projekt može dovesti do uzalud utrošenog vremena, znanja i živaca.

5.3. Planiranje projekta

Planiranje projekta je najčešće najkreativniji i najzahtjevniji dio pripreme projekta. Prije planiranja, potrebno je dobro proučiti svrhu, prioritete i sve dodatne mjere natječaja. Najbolje prolaze slučajevi gdje nikada ne planira samo jedna osoba, već više njih jer više osoba znači i više različitih kuteva gledanja, ideja i rješenja. Kada razmišljaju o projektu, poduzetnici rijetko razmišljaju onako kako bi htjela Europska unija. Obično se razmišlja o individualnim potrebama i željama.

No, da bi isplanirani projekt postao podoban za sufinanciranje, treba ga uobličiti u vrlo čvrstu i jasnu formu. Kvalitetno i pravilno isplaniran projekt povećava izgleda za dobivanje novaca te olakšava samo provođenje projekta, ako do toga dođe. Planiranje je proces koji može potrajati iznimno dugo, stoga ga je potrebno pokrenuti na vrijeme.

5.4. Planiranje proračuna

U planirani proračun upisuju se ukupni prihvatljivi troškovi projekata. Da bi bio dobro isplaniran, prvo je potrebno izraditi listu svih aktivnosti koje trebaju financijska sredstva za provedbu uz pomoć Ganttove tablice. Zatim, provjeriti resurse koji su potrebni za provedbu aktivnosti, utvrditi troškove za iste, odrediti proračunske linije unutar kojih će biti smješteni pojedini troškovi [13].

Prilikom smještanja troškova u stavke i podstavke, potrebno je slijediti upute iz Vodiča za prijavitelje ili u samom obrascu proračuna. Troškovi trebaju biti realni i ostvarivi. Ne smije se lažno uvećavati proračun jer svaki trošak mora biti opravdan i pojašnjen. Kada su upisani svi troškovi, potrebno je provjeriti jesu li ukupni prihvatljivi troškovi projekta u okviru propisanih minimalnih i maksimalnih limita natječaja, pa provjeriti od kud stiže sufinanciranje. Ako ono nije sigurno, riskantno je upustiti se u projekt jer može završiti velikim povratom već uloženog novca. Ukoliko su troškovi manji od predviđenog limita, treba dodati još nekoliko smislenih aktivnosti s pripadajućim troškovima. S druge strane, ako su oni preveliki, prvo treba utvrditi njihovu realnost, a zatim vidjeti što bi bilo najbolje srezati.

5.5. Pravila za sklapanje proračuna

Prema Belić i Štilinović [13], postoji deset pravila za sklapanje proračuna. Prvo se potrebno upoznati s pravilima igre, odnosno znati da su obrasci proračuna slični te se treba dobro upoznati s karakteristikama onoga kojeg poduzetnik ispunjava. Zatim je potrebno sve projektne aktivnosti iz Ganttove tablice prevesti u troškove, potrebno je popisati sve troškove koji će nastati tokom provođenja aktivnosti.

U proračun treba staviti samo stvarne i prihvatljive troškove, nastavljajući sa pažljivom usporedbom svojih troškova s listom neprihvatljivih. Nadalje, ne smije se napuhavati proračun, trošak po jedinici i količini treba objasniti. Ne smije se pogađati cijene roba i usluga, cijene je potrebno provjeriti kod dobavljača. U završnoj fazi još jednom provjeriti ima li svaka aktivnost sve svoje troškove, odnosno jesu li troškovi dovoljno jasno opisani da se mogu povezati s aktivnostima i može li se svaki trošak smjestiti pod svoju aktivnost.

Bitno je znati da troškove treba upisivati u ispravne rubrike, oni ne smiju biti improvizirani i razbacani nasumično po tablici. Ne smije se mijenjati obrazac tablice što znači da se redovi u tablici ne smiju izbacivati. Ako u predviđenoj tablici ne postoje troškovi, upisuje se '0'. Ukoliko je potrebno još prostora, dodaju se redovi. Na kraju je još potrebno provjeriti kreće li se proračun u okviru raspona određenog pozivom i provjeriti aritmetiku istog.

6. PODUZETNIČKI IMPULS RH

Program poticanja poduzetništva i obrta, poznatiji kao 'Poduzetnički impuls', kombinacija je ciljanih mjera i instrumenata poticanja razvoja sektora malog i srednjeg poduzetništva [15].

Kvalitetno korištenje sredstva iz fondova Europske unije, poticanje uvođenja obrazovnih projekata koji bi trebali potaknuti motivaciju kod mladih i uvođenje olakšanih metoda pokretanja novih poduhvata ono je na čemu se strategija također bazira. Impuls obuhvaća još mnoštvo bitnih detalja za prikazivanje stanja poduzetničke klime, međutim za potrebe ovog rada, samo navedene teme će biti analizirane. Poduzetnički impuls [15] svake godine detaljno analizira svaki segment poduzetničke aktivnosti, od raspoloživosti dostupnih sredstva iz fondova do prisutnih poduzeća u Hrvatskoj. Predočenim grafikonima prikazana su samo neka od tih područja kako bi se dobila slika današnjeg poduzetnika.

Graf 4: Dodijeljene bespovratne potpore po županijama za 2014.



Izvor: Poduzetnički impuls, 2015

Sveukupno dodijeljene potpore po županijama u 2014. godini vidljive su iz gornjeg grafikona. Trećina sredstava, odnosno 29%, pripalo je korisnicima na području grada Zagreba i Zagrebačke županije. Takav rezultat je i očekivan ako uzmemo u obzir koncentraciju stanovništva na tom području [15]. S druge strane Ličko-senjska, Dubrovačko-neretvanska i Šibensko-kninska županija bilježe najmanje dodijeljenih bespovratnih potpora. Ovakvim rezultatima impuls nije zadovoljan, te ukazuje na

potrebu dodatne promocije poduzetništva u tim područjima. Ciljevi inovacija u poduzetništvu bili su povećanje udjela inovativnih tvrtki u ukupnom broju gospodarskih subjekata, poticanje zapošljavanja u istima, poticanje uvođenja inovativnih poslovnih modela u te tvrtke itd. Po prvi puta prijave su mogle podnijeti i fizičke osobe koje imaju inovativnu poslovnu ideju s visokim potencijalom rasta. To znači da poduzetnici nisu trebali imati nekakvo veliko iskustvo, već je njihova ideja prethodno trebala samo pozitivno mišljenje neke poduzetničko potpore institucije. Ostvareni rezultati prikazani su u tablici 5.

Tablica 5: Ostvareni rezultati inovacija u poduzetništvu RH za 2014.

MJERA B2: INOVACIJE U PODUZETNIŠTVU
OSTVARENI REZULTATI
14 dodijeljenih potpora inovativnim gospodarskim subjektima
3 dodijeljene potpore novoosnovanim poduzećima
4 dodijeljene potpore poduzetnicima početnicima

Izvor: Poduzetnički impuls, 2015.

Ciljevi obrazovanja za poduzetništvo bili su usvajanje znanja i vještina kao ključnih kompetencija za poduzetništvo, poticanje poduzetničke kulture, razvoj pozitivnog stava prema cjeloživotnom učenju itd. Aktivnosti koje su se posebno poticale bile su vezane uz visokoobrazovne institucije, odnosno studentsko poduzetništvo i studentski inkubatori. Stvaranje poduzetničke klime uz školama pokušalo se postići kroz vježbeničke tvrtke i formiranje učeničkih zadruga. Rezultati su prikazani u tablici 6.

Tablica 6: Ostvareni rezultati poticanja obrazovanja u poduzetništvu RH za 2014.

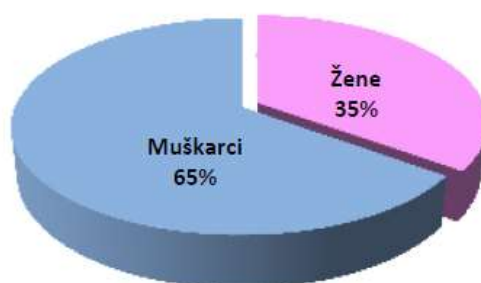
MJERA D1: Obrazovanje za poduzetništvo
OSTVARENI REZULTATI
Proveden 1 program u dijelu promocije poduzetništva na visokoobrazovnoj instituciji
Potaknut rad 9 učeničkih zadruga i 15 vježbovnih tvrtki
Potaknut rad 3 studentska inkubatora

Izvor: Poduzetnički impuls, 2015.

Strategija razvoja ženskog poduzetništva (2014.-2020.) donijeta je na temelju brojnih prijašnjih istraživanja koja su pokazala da muškarci većinom dominiraju na poduzetničkom tržištu u Hrvatskoj. Cilj strategije je poboljšati i unaprijediti podršku ženama u poduzetništvu te promovirati takvu djelatnost kod žena. Rezultati zastupljenosti poduzetnika po spolu priloženi su u nastavku.

Graf 5: Udio dodijeljenih potpora prema spolu RH za 2014.

**Udio potpora dodijeljenih ženama
poduzetnicama u ukupnom broju dodijeljenih
potpora**



Izvor: Poduzetnički impuls, 2015.

Što se tiče promidžbenih aktivnosti, one su provođene s ciljem povećanja konkurentnosti gospodarstva. Aktivnosti koje su sufinancirane u sklopu unaprijeđenja poduzetništva obuhvaćaju organizaciju gospodarskih manifestacija, izložbi, sajмова itd. Poseban naglasak stavio se na malo i srednje poduzetništvo te na nagrađivanje najboljih. Kroz projekt je uspješno educirano više od 7000 malih i srednjih poduzetnika i obrtnika [15]. Poduzetništvo u malim, srednjim i velikim poduzećima predstavlja generator gospodarskog razvoja i zapošljavanja u svim nacionalnim ekonomijama suvremenog svijeta [15], pa tako i u Hrvatskoj. Visoke stope nezaposlenosti i ekonomska neefikasnost Hrvatske mogla bi se riješiti kroz pokretanje poduzetničkih aktivnosti. Poduzetnički impuls koristan je jer analizira efikasnost ili neefikasnost provedenih programa, dajući vladi temelje za bolje formacije strategija poduzetništva ili poboljšanje postojećih.

7. ZAKLJUČAK

Poduzetničko okruženje područje je koje svakodnevno doživljava promjene. Kontinuirano praćenje poduzetničke aktivnosti na individualnoj razini, kao i putem međunarodnog GEM istraživanja, otvara Hrvatskoj mogućnost da na temelju iskustava drugih zemalja bude jednako efikasna u iskorištavanju pruženih poslovnih prilika. Europska unija kroz svoje je fondove okrenuta mladima. Cilj joj je, kroz programe kao što su Erasmus za mlade poduzetnike i pružanja financijskih sredstava za dostupne poduhvate, potaknuti svijest o samozapošljavanju mladih.

Budući da je u današnje doba krize sve više mladih bez osigurane budućnosti nakon završenog obrazovanja, bitno ih je potaknuti na istraživanje mogućnosti koje pruža Europska unija. Iako su države članice same nadležne za kreiranje sustava obrazovanja i osposobljavanja, ona ih podupire postavljanjem zajedničkih ciljeva i širenjem dobre prakse. U današnje vrijeme globalizacije sve potrebne informacije za pokretanje poduzetničkog poduhvata su široko dostupne.

Analizom i usporedbom poduzetničke situacije u Europi i Hrvatskoj, možemo zaključiti da je glavni razlog manjka mladih poduzetnika visoka stopa rizika i straha od neuspjeha kod istih. Njihovu motivaciju mogu podići samo ispravno kreirani programi koje je potaknula Europska unija. Učinak istih omogućava Hrvatskoj više pojedinaca s prepoznatom poduzetničkom prilikom, a ona će njihovom društvu osigurati višu stopu zaposlenosti, te će s vremenom moći izraditi dobar projekt koji može konkurirati za sredstva iz EU fondova. Projekti moraju ispuniti jasno definiranu i nimalo jednostavnu formu, zbog čega je iskustvo presudno.

Proučavanje trendova na Europskom tržištu, prepoznavanje djelatnosti s potencijalom rasta u tekućem razdoblju i ispravno napisani te dobro potkovani poslovni planovi u budućnosti bi mogli donijeti veliki uspjeh mladim poduzetnicima kao i društvenim zajednicama na području Hrvatske.

8. LITERATURA

1. Kuvačić, D. Poduzetništvo i poduzetnička pravila - prezentacija. Split, Sveučilišni studentski centar za stručne studije.
2. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S., GEM Hrvatska 2002.-2011. Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, str. 11-27. Osijek, CEPOR.
3. Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S., rezultati GEM 2002. za Hrvatsku. Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom, str. 7-20. Osijek, CEPOR.
4. Zoltán, J. Ács, Szerb, L., Autio, E. (2015). Global Entrepreneurship Index, str. 42, Section 2: Country pages; Croatia. Washington, The Global Entrepreneurship and Development Institute.
5. Klačmer Čalopa, M., Horvat, J., Lalić, M. (2013). Analysis of financing sources for Start-up companies, str. 20-35. Varaždin, Fakultet organizacije i informatike.
6. Što je startup (na 'Balkanu'): Vodič kroz osnovne pojmove i rušenje nekoliko učestalih mitova. <http://www.netokracija.com/startup-vodic-27580> (04.09.2015.)
7. Šokić, T. Financiranje start-up poduzeća u Europskoj uniji - prezentacija. Zagreb, CERP.
8. Erasmus za poduzetnike početnike. <http://www.hgk.hr/sektor-centar/centar-za-poduzetnistvo-inovacije-i-tehnoloski-razvoj/erasmus-za-poduzetnike-pocetnike> (05.09.2015.)
9. Uspješna priča poduzetnice početnice Ane Stipić. http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/uspjesna_prica_poduzetnice_pocetnice_ane_stipic90.pdf (05.09.2015.)
10. Uspješna priča poduzetnika početnika Domagoja Tkalčeca. http://www.hgk.hr/wp-content/blogs.dir/1/files_mf/uspjesna_prica_poduzetnika_pocetnika_domagoja_tkalceca57.pdf (05.09.2015.)
11. Mikac, S. Osnove prava EU - prezentacija prema knjizi; Craig, P., De Burca G. EU Law (2003). Oxford.

12. Kesner Škreb, M. (2007). Institucije Europske unije, str. 73-75. Zagreb, Institut za javne financije.
13. Belić, M., Štilinović, J. (2013). EU fondovi i programi za turizam, str. 13-14, 63-67, 73-74, 109. Zagreb, Nova knjiga Rast.
14. Granić, M., Mimica, N., Babić, A., Grgić, S. (2005). Europski fondovi za Hrvatsku – Kako iskoristiti sredstva iz fondova EU, str. 19-21, 24-25, 28-32. Zagreb, Europski pokret Hrvatska.
15. Ministarstvo poduzetništva i obrta (2015). Poduzetnički impuls 2015. – program poticanja poduzetništva i obrta, str. 16-36. Zagreb, MINPO.

POPIS PRILOGA

Popis tablica:

Tablica 1. Percepcija o prilikama i sposobnostima za pokretanje poslovnog poduhvata - %

Tablica 2. Poduzetničke namjere i strah od promašaja - %

Tablica 3. Percepcija o društvenom položaju poduzetnika

Tablica 4. Motiviranost za poduzetništvo u Hrvatskoj nasuprot 37 zemalja koje su sudjelovale u projektu

Tablica 5. Ostvareni rezultati inovacija u poduzetništvu RH za 2014.

Tablica 6. Ostvareni rezultati poticanja obrazovanja u poduzetništvu RH za 2014.

Popis grafova:

Graf 1. Usporedba GEI Hrvatske s državama Europe i ostatkom svijeta

Graf 2. Profesionalno iskustvo start-up osnivača u Hrvatskoj

Graf 3. Faze razvoja Hrvatskih start-up poduzeća

Graf 4. Dodijeljene bespovratne potpore po županijama za 2014.

Graf 5. Udio dodijeljenih potpora RH prema spolu za 2014.

Popis slika:

Slika 1. Opći indikatori pozicioniranja Hrvatske u odnosu na druge obuhvaćene države istraživanja