



BARIJERE RAZVOJU PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI

Mr. sc. Vinko Jakić

Fondacija za Održivi Razvoj OdRaz

e-mail: vinkojakic@gmail.com

Sažetak: U poslovnom svijetu danas nema pokretanja bilo kakve poslovne aktivnosti bez temeljnog nositelja, a u razvijenim društvima tu ulogu ima poduzetništvo. Glavni je cilj stvoriti nove vrijednosti pokretanjem i razvojem novih tvrtki. Poduzetništvo otvara mogućnost zapošljavanja, oslobađa spoznaju vlastitih poslovnih mogućnosti, inovacije, ulaganja i širenja na nova tržišta, razvoja novih proizvoda te proizvodnih procesa i tehnika. Poduzetništvo uključuje sve djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju resursa, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača, novih tehnologija i tehnoloških rješenja.

Poduzetništvo je vezano za prijelomna vremena, za neizvjesnost, krize i promjene u okruženju. Ekonomska teorija razvijenih zemalja ističe poduzetništvo kao kamen temeljac gospodarskog sustava i ekonomskog razvoja. U ovom radu pozornost je usmjerena na različite barijere koje sprječavaju brži razvoj poduzetništva u tranzicijskim zemljama, s posebnim osvrtom na stanje u Bosni i Hercegovini.

Ključne riječi: poduzetništvo, malo poduzetništvo, barijere-prepreke, rast i razvoj, nacionalna ekonomija, tranzicijske zemlje, poduzetničke zablude.

BARRIERS TO THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Abstract: In the business world today there is no starting any business activity without basic bearer, in developed societies, this role is played by entrepreneurship. The main goal is to create new value by launching and development of new companies. Entrepreneurship creates employment opportunities, relieves the knowledge of their own business opportunities, innovation, investment and expansion into new markets, developing new products and manufacturing processes and techniques. Entrepreneurship includes all activities aimed at a combination of investment and resources, expansion into new markets, create new products, new customers, new technologies and technological solutions.

Entrepreneurship is related to the crucial time of uncertainty, crisis and changes in the environment. Economic theory of developed countries emphasizes entrepreneurship as a cornerstone of the economic system and economic development. In this paper, attention is



focused on different barriers to the rapid development of entrepreneurship in transition countries, with special emphasis on the situation in Bosnia and Herzegovina.

Keywords: entrepreneurship, small entrepreneurship, barriers-obstacles, growth and development, national economy, transition countries, entrepreneurial errors.

1. UVOD

Suvremeno je poduzetništvo holistička kategorija te ga valja promatrati cjelovito. Uočavajući središnju poziciju poduzetništva u ekonomskim aktivnostima, moguće je ukazati na bitne odrednice suvremenog poduzetništva: profitno orijentiran pothvat, dinamičnost i inovativnost, neizvjesnost, rizik, anticipiranje promjena, prosuđivanje i odlučivanje, korištenje resursima i radost kreacije, pa ga je moguće promatrati kao proces koji naglašava sposobnost i aktivnost pojedinačnih aktera i društva u cjelini (koristeći se promjenama, inovativnošću i prosudbom u uvjetima novih kombinacija ograničenih proizvodnih čimbenika) kreiranja i izvede pothvata koji će rezultirati profitom (i drugim društvenim koristima).

Poduzetništvo je determinirano nizom ekonomskih, psiholoških i društvenih čimbenika te pruža dobar primjer totalnog društvenog fenomena koji nije moguće analizirati isključivo sredstvima formalne ekonomske analize. Možda upravo poduzetništvo pruža najočitiji dokaz artifizijelnosti razdvajanja društvenog i ekonomskog, jer je ekonomsko istodobno i društveno djelovanje.⁶⁸ U ekonomskoj analizi ekonomsko se djelovanje svodi na računanje troškova i koristi od strane društvenih aktera, odnosno na biranje alternativa u korištenju oskudnih resursa, kako bi se zadovoljile mnogostruke potrebe, pa se takvo racionalno postupanje ljudi često proglašava iskonskim, a svako se ponašanje proglašava remetilačkim i obično se ne analizira.

Zemlje u tranziciji najčešće izravnim zakonskim mjerama pokušavaju potaći razvoj poduzetništva (porezne olakšice, sezonske i druge mjere kojima se izravno potiču strana ulaganja, kreditne linije za male i srednje tvrtke i subvencioniranje kamata). U zemljama u tranziciji još uvijek ne postoji odgovarajuća institucionalna infrastruktura koja može značajnije potaći razvoj poduzetništva, gdje su značajne mogućnosti u formiranju institucionalne i informacijske infrastrukture. Svakako, razvoj poduzetničke kulture u tranzicijskim zemljama podrazumijeva razvijenu poduzetničku i društvenu infrastrukturu, pa razvoj poduzetništva valja promatrati u okviru sveukupnih procesa društveno-ekonomskog razvoja, ali i procesa internacionalizacije i globalizacije.

⁶⁸ Granovetter, M. & Swedberg, R.: The Sociology Of Economic Life, Westview Press, Boulder-San Francisco-Oxford, 1992. str. 1.-28.



Uviđajući značenje poduzetništva za nacionalne ekonomije, najveći broj država je prihvatio poduzetništvo kao vitalnu sastavnicu procesa ekonomskog rasta i razvoja. U procesu globalizacije svjetska ekonomija postupno gubi lokalne, regionalne i državne karakteristike, čemu značajno pridonose nove tehnologije, inovativni procesi i brojne lokalne, regionalne i međunarodne integracije. Pritom je neupitan doprinos poduzetništva koje je postalo ključni čimbenik napretka, poduzetnici razvijaju i implementiraju nove tehnologije, generiraju nove proizvode i usluge, pridonose razvoju edukacijskih procesa i porastu općeg blagostanja društava.

2. PODUZETNIŠTVO KAO GENERATOR RASTA I RAZVOJA

Ekonomika je misao bogata različitim pristupima određenju pojma poduzetništva, njegove biti, uloge, dimenzija, doprinosa generiranju ekonomskog rasta i slično. Osim što je jedna od glavnih političkih, ekonomskih, medijskih i općedruštvenih tema, poduzetništvo je danas predmet interesa mnogih znanosti, najčešće društvenih, a posebno: ekonomije, psihologije, sociologije, prava, antropologije, svake iz svog specifičnog diskursa. Njihov interes za poduzetništvo proizlazi iz spoznaje da je povijest civilizacije na određen način proizvod djelovanja poduzetništva i rezultat pojedinačnih i skupnih aktivnosti na mijenjanju svijeta i kreiranju promjena te iz očekivanja da će ovo stoljeće biti era daljnje ekspanzije poduzetništva.⁶⁹

U svijetu, u kojem ideje pokreću poslovne aktivnosti, inovacije i poduzetništvo najčešće se doživljavaju kao nerazdvojni. Uz smanjenje komparativnih prednosti materijalnih resursa, sve se više povećava uloga znanja i poduzetništva za postizanje prednosti i generiranje ekonomskog rasta. Polazeći od nedostatka općeprihvaćene definicije poduzetništva, neki autori⁷⁰ upućuju na drastično izmijenjen društveni i ekonomski kontekst poduzetništva. Naime, poslije 70-tih godina 20. stoljeća, jača trend ponovnog otkrivanja poduzetništva i poticanja njegovog razvoja uz napuštanje koncepta ekonomije obujma. Nastaje razdoblje velike globalne neizvjesnosti, ulaskom velikog broja država u procese društvene i ekonomske tranzicije, smanjenjem poslovnih aktivnosti i restrukturiranjem velikih svjetskih kompanija te se poduzetništvo, prije svega ono realizirano u brojnim malim tvrtkama, prepoznaje kao akcelerator razvoja.⁷¹

⁶⁹ Kružić, D.: Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, god XVI. (2007.), br. 2. str. 167.-192.

⁷⁰ Audretsch, D.: Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2002. str.13.

⁷¹ Kružić, D.: Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, god XVI. (2007.), br. 2. str. 167.-192.



Ekonomске феномене није могуће одвојити од других друштвених појава (моћи, статуса, друштвеног идентитета, вредносних sustava i slično), па се ни подuzetništvo (kao fenomen pokretanja vlastitog posla) не може анализирати искључиво usporedbom načina na koji ljudi racionalno vrednuju takvu u odnosu na druge opcije koje im stoje na raspolaganju (zapošljavanje, nastavak školovanja, obitelj i slično). Nužno je uključiti različite društvene fenomene (društveni status koji poduzetništvo uživa u nekoj sredini, društvene norme koje stimulativno ili destimulativno utječu na poduzetničku aktivnost, društvenu stratifikaciju poduzetnika, obiteljsku strukturu ili društvenu konstrukciju spolnih uloga i slično).⁷²

Uloga poduzetništva kao pokretača ekonomskog razvoja putem nove kombinacije činitelja proizvodnje, ili tzv. *kreativne destrukcije* uvijek je bila važna, ali u suvremenoj globaliziranoj ekonomiji to je posebno izraženo, jer pokretljivost kapitala i izloženost globalnoj konkurenciji onemogućava jednostavnu zaštitu radnih mjesta putem državne intervencije. Multinacionalni kapital može uskratiti materijalnu osnovu društva putem izvoza radnih mjesta u zemlje gdje je rad jeftiniji, putem podjele rada koje nacionalne etikete proizvoda čini iluzornima te cjenjkanjem kojim tjera nacionalne države da se natječu za oskudni kapital.⁷³ U takvim okolnostima nije moguće zadovoljiti se reformama povećanja fleksibilnosti tržišta rada, već valja stvarati nova radna mjesta putem iskorištavanja unutarnjih resursa i inovativnosti ljudskoga kapitala.

Iscrpljenost većine oblika ekonomske i socijalne zaštite država blagostanja, pokazuje da nastupa razdoblje traženja novih rješenja, najčešće fokusiranih na poduzetništvo, njegovu novu ulogu u razvoju društava i poticanju privatnih inicijativa i rizika. Pod utjecajem turbulentnosti globalnih promjena pozicija se poduzetništva drastično mijenja te se svakim danom sve više doživljava generatorom društvenoga i ekonomskog razvoja diljem svijeta. Svjedocima smo svojevrsne renesanse poduzetništva, i to ne samo na razini medijske prezentacije novih ili obnovljenih ideoloških svjetonazora kojima je poduzetništvo u središtu, već i na razini aktualnih rekonceptualizacija ekonomske teorije i ekonomskih politika.⁷⁴

⁷² Pavić, Ž.: Poduzetništvo mladih i nova ekonomija, *Ekonomski vjesnik*, No. 1-2, prosinac 2008. str. 85.-93.

⁷³ Beck, U.: Što je globalizacija? Zablude globalizma - odgovori na globalizaciju, Vizura, Zagreb, 2003. str. 11.

⁷⁴ Franičević, V.: Poduzetništvo kao politički projekt; u *Poduzetništvo - Teorija, politika, praksa*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990. str. 95.



3. PROBLEMI (MALOG) PODUZETNIŠTVA U TRANZICIJSKIM ZEMLJAMA

Mnogi autori, a i A. Rovčanin⁷⁵ ističe da kultura poduzetništva u zemljama u tranziciji *cvjeta*, ali suptilnije analize otkrivaju da je udjel malog biznisa u novim nastajućim tržišnim gospodarstvima još uvijek krhko. Iako za razvoj poduzetništva ne postoje univerzalni recepti, autor ukazuje na neke od mogućih putova razvoja poduzetničkog duha i kulture u tranzicijskim zemljama. Kao najveće prepreke razvoju poduzetništva i malog biznisa u tim zemljama navodi:

A. Nerazvijen i rigidan finansijski sustav koji nije u mogućnosti potaknuti razvoj malih i srednjih tvrtki, jer one teško dolazi do kredita iz objektivnih razloga:

- Banke uglavnom nisu zainteresirane za kreditiranje malih tvrtki zbog disperzije ulaganja, nepostojanja potpunijih informacija, asimetričnih informacija banaka i malih tvrtki;
- Finansijsko tržište ne funkcionira savršeno ili ne onako kako to odgovara malim tvrtkama;
- Brojnost malih tvrtki i njihovih kreditnih zahtjeva te njihova veličina nesuglasni su s ograničenošću kreditnih izvora;
- Ekonomska politika zemlje neprimjereno finansijski podržava malo poduzetništvo (usmjeravanje kapitala kroz banke, organiziranje finansijskog tržišta i slično).

Budući da velike tvrtke puno lakše dolaze do potrebnog kapitala, male su tvrtke prisiljene poslovno se povezivati s velikim. Organizirano finansijsko tržište, formiranje lokalnih, regionalnih i specijaliziranih banaka, asocijacija malih banaka i udruženja malih tvrtki, omogućit će malim poduzetnicima lakši dolazak do kredita.

B. Nepoduzetničko okruženje koje karakterizira korupcija, visoki porezi, birokracija, kriminal, siva ekonomija, nelojalna konkurencija, što su važni uzroci nepostojanja poduzetničkog duha.

C. Nerazvijeno domaće i poteškoće ulaska na strana tržišta zbog nepostojanja veza s velikim tvrtkama, odnosno nepostojanja primjerene institucionalne podrške.

D. Naglašeni rizici političke nestabilnosti, pravnom infrastrukturom, poreznim režimom i lokalnom inflacijom.

U cilju razvoja poduzetničkog duha i poduzetničke kulture, nužno je prevladati navedene prepreke te osigurati institucionalnu podršku poduzetništvu i malom biznisu, slijedeći iskustva

⁷⁵ Više vidjeti u Rovčanin, A.: Kako razvijati poduzetništvo u zemljama u tranziciji, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004. str. 17.-18.



razvijenih tržišnih gospodarstava. SAD je zemlja s najrazvijenijom institucionalnom infrastrukturom za podršku malom biznisu. Veliki broj tih institucija angažira veliki broj savjetnika, znanstvenika, istaknutih poduzetnika, bankara i drugih koji olakšavaju novim poduzetnicima početnicima. I u Velikoj Britaniji postoji centralna vladina agencija za poticanje razvoja poduzetništva, ali i posebne agencije za Englesku, Škotsku, Vels i Sjevernu Irsku.

Zemlje u tranziciji najčešće izravnim zakonskim mjerama pokušavaju potaći razvoj poduzetništva. Kada je riječ o malom poduzetništvu u zemlji, država ne uspijeva zakonskim mjerama, ma koliko one bile kvalitetne, osposobiti male tvrtke za tržišnu utakmicu. Osim toga, male su tvrtke podložne neuspjehu, pa ih mnoštvo bankrotira već na samom početku. Procjenjuje se da od ukupnog broja novih tvrtki, samo polovica njih doživi 18 mjeseci, a tek petina doživi 10 godina. Razlozi su tome što je lako pokrenuti mali biznis, može se odabrati svaki pravni oblik i svaka vrsta djelatnosti, mogu ga pokrenuti iskusni i ljudi bez ikakva iskustva, mogu se napraviti detaljna istraživanja, a može se krenuti i bez ikakvih informacija, može se biti milijunaš ili bez novčića i slično. Sloboda poduzetničke inicijative svima jamči pravo pokretanja poslova, ali ne jamči uspjeh, već često znači i slobodu neuspjeha. S tim u vezi, Nicolac C. Siropolis⁷⁶ navodi sedam skupina uzroka neuspjeha američkih malih tvrtki, i to:

- Nekompetentnost: Psihološka, moralna i intelektualna nesposobnosti za vođenje posla, što uvjetuje propast čak 44% američkih malih tvrtki.
- Menadžersko neiskustvo: Malo ili loše iskustvu u upravljanju kadrovima i drugim resursima, što uvjetuje propast 17% američkih malih tvrtki.
- Neujednačeno iskustvo: Nedostatak ili neujednačenost znanja marketinga, financija, nabave i proizvodnje, što uvjetuje propast 16% američkih malih tvrtki.
- Stručno neiskustvo: Malo ili nikakvo znanje o proizvodu ili usluzi koji su predmet budućeg biznisa, što uvjetuje propast 15% američkih malih tvrtki.
- Nemar: Mala pozornosti prema poslu zbog loših navika, slabog zdravlja ili bračnih i obiteljskih nevolja, što uvjetuje propast 1% američkih malih tvrtki.
- Prijevara: Nejasno ime tvrtke, frizirani financijski izvještaji, namjerne prekomjerne kupnje ili nepropisno raspolaganje imovinom, što uvjetuje propast 1% malih tvrtki.
- Nesreća: Požari, poplave, prijevare zaposlenih, štrajkovi i slično, pa iako se većina nesreća može sanirati osiguranjem, one uvjetuju propast 1% američkih malih tvrtki.
- Nepoznati uzroci: Svi ostali, empirijski neidentificirani uzroci, vjerojatno, samo različite varijante već predočenih uzroka, a uvjetuju propast preostalih 6% američkih malih tvrtki.

⁷⁶ Siropolis, C.N.: Menedžment malog poduzeća, Mate, Zagreb, 1995. str. 18.



Također, na različitim mjestima (od srednjoškolskih udžbenika do ozbiljnih znanstvenih radova) i pod različitim nazivima, u literaturi nalazimo mnoštvo karakterističnih zabluda malih poduzetnika, osobito u tranzicijskim zemljama (primjerice: nedostatna obrazovanost, odbijanje ili ignoriranje savjeta stručnih osoba, uvjerenost da oni sami sve najbolje znaju, oslanjanje isključivo na vlastito mišljenje, neprilagodljivost novotarijama i promjenama, izostanak kreativnosti, inventivnosti i inovativnosti, neobjektivnost prosuđivanja poslovnih situacija, donošenje odluka na temelju emocija i intuicije, neinformiranost i nedostatnost praćenja stručne literature, usmjerenost na prošlost, zanemarivanje budućnosti i slično) koje bitno umanjuju uspješnost njihovog biznisa. Osim zabluda, mnoštvo je i karakterističnih zamki na koje obično nailaze mali poduzetnici početnici u tranzicijskim zemljama primjerice (abecedno):⁷⁷

- Zamka brze ekspanzije: Manifestira se u težnji tržišno neutemeljenog širenja (ekspanzije), što može dovesti do gubitka kontrole troškova. Mali poduzetnici često zaboravljaju da unajmljivanje novog prostora za proizvodnju, skladištenje, prodavaonice ili urede povećava troškove najma, osoblja, energije, vode i slično.
- Zamka izbora suradnika: Mali poduzetnici početnici najčešće ne znaju izabrati suradnika i rasporediti ih na odgovarajuća mjesta, što je uništilo mnoge od njih na samom početku. To što je netko prijatelj ili rođak vlasniku, za posao uopće nije bitno, bitno je da on zna raditi određeni posao, da je odgovoran, da može donositi odluke i svojim radom pridonositi razvoju biznisa.
- Zamka oduševljenja: Mali poduzetnici često znaju biti pretjerano oduševljeni vlastitim potezima, vlastitim proizvodima, vlastitom pameću, što ih može skupo stajati. Mali poduzetnici početnici često ne znaju uočiti i loše strane odluka i vlastitih proizvoda, jer to je prvi korak koji vodi k njihovu poboljšanju. Valja pratiti što nije dobro te to (u)činiti na drugi, bolji način.
- Zamka početnog uspjeha: Mali poduzetnici ne znaju da prvi uspješan proizvod ili usluga mogu biti i rezultat početničke sreće ili tržišnog hira, što poduzetnike početnike često uljulja te se oni zanesu i pravodobno ne razmišljaju o budućnosti biznisa, zapostavljaju njegovu razvojnu – stratejsku viziju.
- Zamka preuzimanja: Kada im biznis upadne u poteškoće mali poduzetnici nerado, ali ipak traže pomoć nekog jačeg partnera, pri čemu ne razmišljaju o mogućnosti da ih on prvobitno pomaže savjetima ili novcem, ali da ih kasnije želi progutati. Ne znaju da veća riba jede manju, pa tako i njihov biznis može izgubiti samostalnost i preći u ruke navodnog dobronamjernog partnera.
- Zamka priljeva novca: Mali poduzetnici obično ne znaju voditi financijsku politiku, bez obzira na količinu priljeva novca, ne znaju da novac nikad ne smije *presušiti*: radnicima se mora redovito davati plaća, izvršavati obaveze prema dobavljačima, bankama, državi, imati ga za normalno življenje, a ponešto ga mora i ostati za razvoj

⁷⁷ Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretim, Split, 2005. str. 176.-177.



biznisa. Ponestane li novca brzo dolazi do tzv. *domino efekta* (sve se lančano ruši), što može dovesti u pitanje i budućnost biznisa.

- Zamka primamljive ponude: Mali poduzetnici, posebice početnici najčešće prihvaćaju svaku dobru i primamljivu ponudu, ne razmišljajući o tomu hoće li to moći kvalitetno i pravodobno proizvesti, hoće li na tome moći zaraditi, hoće li to uopće moći naplatiti i slično, pa često upadaju u ovakve zamke, što može uzdrmati mali biznis i ugroziti njegovu egzistenciju.
- Zamka proizvodnog pristupa: Mali poduzetnici obično tržištu nude proizvode koje znaju proizvesti, a ne one koje će moći prodavati. Suvremena tehnologija danas omogućava proizvodnju najfascinantnijih proizvoda, ali poduzetnici početnici često zaboravljaju poduzetničku maksimu koja pretpostavlja odgovor na pitanje komu će se nešto i koliko prodavati i pri tomu ostvarivati dobit – profit.
- Zamka sveznalaštva: Mali su poduzetnici skloni i neke stručne poslove za koje nisu kompetentni ne prepustiti znalcima, pa većinu poslova žele napraviti sami, jer je to njihov biznis, oni imaju viziju i ne moraju dio profita trošiti na druge. Ako poduzetnik ima ambiciju rasti, više ne može raditi sve, pa dio poslova mora prepustiti drugima, jer ako i dalje bude svaštario, neće stići obaviti ni ono što zna.

4. BARIJERE RAZVOJA PODUZETNIŠTVA U BOSNI I HERCEGOVINI

Zbog nepovoljne privredne strukture u Bosni i Hercegovini se ne proizvodi skoro niti jedan proizvod kućnih potrepština i opreme te niz proizvoda lake i prerađivačke industrije, mada za to postoje uvjeti. Potrošači se tim robama snabdijevaju iz zapadnih dijelova bivše države, ali danas su za nju to skuplje robe koje mora plaćati deviznim sredstvima, što ona dugoročno ne može podnijeti. Postoji čitava skala tih roba koje će ona morati proizvoditi u sklopu mnogih malih i srednjih tvrtki. Postojanje viška sposobne i jeftine radne snage, omogućilo bi da proizvod bude konkurentniji u odnosu na robe iz uvoza. Prema tome, poduzetništvo u Bosni i Hercegovini ima globalne šanse koje treba iskoristiti. Država bi za to morala imati sluha, jer na nekim drugim temeljima ne bi se mogla razvijati pa ni opstati. Ona ne smije zanemariti niti procese privatizacije, niti procese strukturnog prilagođavanja, a niti procese podrške poduzetništvu i razvoju malog biznisa.⁷⁸

Poduzetnost vlasnika tvrtke, temeljna je karakteristika malog biznisa, ali ona mora biti svrhovita u cilju ostvarenja maksimalno moguće dobiti te osiguranja zadovoljstva klijenata i šireg okruženja. Pri tome, mora se imati na umu da mali poduzetnik ne može pokriti širu skalu potreba, već da mora svoje poduzetničke napore usmjeriti samo na onaj proizvod ili uslugu ili neke od sastavnica proizvoda (kroz kooperaciju) gdje može biti efikasan i uspješniji od velikih tvrtki. U uvjetima koji vladaju u Bosni i Hercegovini malo će se i srednje poduzetništvo

⁷⁸ Dostić, M.: Poduzetništvo i menadžment u malom biznisu, Vlastita naklada, Sarajevo, 1996. str. 9.



pojaviti kao alternativa velikim tvrtkama u većini gospodarskih djelatnosti i predstavljat će barijeru povratku na staru samoupravnu filozofiju rada i upravljanja. Bit će barijera i monopolskog ponašanja velikih tvrtki, a masovnost poduzetništva poticat će velike tvrtke na iniciranje vlastitog poduzetništva u cilju veće efikasnosti i bržeg razvoja. Mali poduzetnici poticat će konkurenciju na tržištu, što će biti od koristi za potrošače, a slobodno tržište i konkurencija činitelji su baznog razvoja masovnog poduzetništva.⁷⁹

Na dugom mjestu citirani autor konstatira: Država ne može pratiti entuzijazam i poduzetništvo pojedinaca, pa procesi priprema za prelazak na tržišnu ekonomiju u tranzicijskim zemljama idu ispred procesa koji bi trebala pokrenuti država. Ona obično usporava te procese, a da bi stvorila strategiju razvoja i neophodan ambijent za razvoj tržišta i njemu sukladna poduzetništva i inovatorstva. Elaborirajući probleme razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Federaciji Bosne i Hercegovine, u drugom radu autor navodi barijere koje stoje na putu tome, i to:⁸⁰

A. Interne barijere: Interne su barijere i prepreke brojne, a negativno se odražavaju na proces razvoja malih i srednjih tvrtki i za njih je karakteristično to što se svode na pojedinačnu tvrtku te što se one mogu relativno brzo korigirati i poboljšati. Naravno, svi se ti problemi ne pojavljuju u svakoj tvrtki i na svim razinama, ali se može reći da je mali broj tvrtki koje se povremeno ili kontinuirano ne susreću s nekom od dolje navedenih barijera. Najčešće su posljedice tih barijera sljedeće: nedostatak dovoljno obrazovanih kadrova i iskusnog osoblja za sektor malog poduzetništva; nedovoljna menadžerska znanja za uspješno vođenje tvrtki i neplanski pristup biznisu; loša motiviranost zaposlenih; neprimjereno korištenje i onako oskudnih raspoloživih resursa; snažna usmjerenost malih i srednjih tvrtki na tradicionalne proizvodnje koje se temelje na veoma niskoj produktivnosti i niskom stupnju tehnologije te predominantna usmjerenost malih i srednjih tvrtki na lokalna tržišta.

B. Barijere eksternog (makro) okruženja: Eksterno makro-okruženje producira niz barijera u odnosu na male i srednje tvrtke, pa valja istaknuti sljedeće:

B.1. Barijere političko-ekonomskog okruženja: Političko-pravno okruženje u načelu je nestabilno i ekonomski neefikasno, što se ogleda u sljedećem:

- Uloga je vlade nedovoljno definirana, a njezin utjecaj na događaje slab te joj je niska popularnost zbog slabih rezultata;
- Između stabilnosti vlade i ekonomije zemlje ne postoji nikakva uzročno-posljedična veza, jer za loše rezultate nitko ne odgovara;

⁷⁹ Više vidjeti u Dostić, M.: Isto, str. 14.-15.

⁸⁰ Više vidjeti u Dostić, M.: Ima li šansi za razvoj malog biznisa u Federaciji Bosne i Hercegovine, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004. str. 8.-11.



- Vladina politika vanjske trgovine preferira uvoz, a ne potiče izvoz roba, mada bez izvoza nema spasa za ekonomiju zemlje;
- Monetarno-kreditna, porezna i fiskalna politika u širem su smislu neizgrađene i nekompatibilne potrebama gospodarstva, osobito malim i srednjim tvrtkama;
- U programima stranaka i izbornim programima u primjerenoj formi i mjeri nije zastupljen program razvoja malog i srednjeg poduzetništva;
- Vlada nema razvijenu organizacijsku strukturu važnu za biznis, niti na razini entiteta, kantona i općina, niti na bilo kojoj drugoj razini;
- Nedostatak jedinstvenog ekonomskog prostora na razini BiH bitno sprječava pokretanje biznisa domaćih poduzetnika i strana ulaganja;
- Previsoke su cijene usluga javnih tvrtki i slično.

B.2. Barijere pravnog okruženja: Pravno okruženje vrlo je rigidno, što se osobito ogleda u sljedećem:

- Pretjerana birokratizacija upravljanja zemljištem i drugim nekretninama;
- Neizgrađeni pravni okviri, još opterećeni socijalističkim sadržajem;
- Kontraproduktivan utjecaj pravnih okvira, a primjena komplicirana;
- Nepostojanje konzistentnog sustava zaštite vlasništva, prava i potraživanja te zaštite kupaca;
- Neefikasnost sudskog sustava u borbi protiv prevare i kriminala;
- Pravno i praktični neriješena nelojalna konkurencija;
- Birokratizirano i rigidno upravljanje infrastrukturuom i poslovnim prostorima preko Zavoda za izgradnju grada i općinskih službi;
- Neefikasni procesi stečaja i likvidacije i slično.

B.3. Barijere demografskog i socijalnog okruženja: I ove barijere negativno utječu na malo i srednje poduzetništvo, pa valja nastaviti s transformacijom sustava obrazovanja i iniciranjem drugih vrijednosti (društvenih, demokratskih), kompatibilnih s europskim vrijednostima. Ove se barijere osobito prepoznaju u sljedećem:

- Znatno smanjen broj stanovnika zbog ratnih djelovanja, a dobar dio je iz ekonomskih razloga napustio zemlju nakon rata, tako da je zbog toga umanjen kvalitetni potencijal zemlje;
- Poduzetni i mladi perspektivni ljudi u velikom broju odlaze u druge zemlje;
- U populaciji nezaposlenih najviše je onih koji su bez dostatnog iskustva ili obrazovanja, i onih koji iz ruralnih područja i koji se ne vraćaju na selo, jer za to nemaju nikakvih poticaja;
- Utjecaj nacije, religije i jezika u nekim regijama BiH negativno i frustrirajuće djeluje na poduzetničke procese i cijelo gospodarstvo;



- Socijalne strukture ruralnog karaktera (manualna radna snaga) pritiskuju one iz urbanih staništa bez predispozicija za obavljanje složenijih poslova ili osnivanja biznisa za samozapošljavanje;
- Neizgrađen sustav moralnih vrijednosti i socijalnih promjena jako nužnih za tržišno gospodarstvo, poduzetničku i drugu demokraciju i slično.

B.4. Barijere na razini vladinih struktura: Vlade entiteta, kao i vlasti na razini kantona i općina ne prate razvoj malog i srednjeg poduzetništva lako dostupnim i dovoljnim finansijskim sredstvima, što rezultira sljedećim:

- Nema zakona s posebnom namjenom za male i srednje tvrtke po ugledu na druge zemlje;
- Nema formalnih domaćih fondova naslonjenih na budžet za razvoj malog i srednjeg poduzetništva;
- U organizacijskom sklopu Vlada Federacije BiH ima posebno ustrojenu funkciju za sektor malih i srednji tvrtki kroz Ministarstvo razvoja ali bez ogovarajuće finansijske potpore;
- Federacija BiH nema agencije za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, što je jedini slučaj u široj regiji;
- Nema formalnih kriterija tko se smatra malim i srednjim poduzetnikom, pa tako ni kriterija za eventualnu preciznu pomoć ili olakšice;
- Porezi koje nameće Vlada previsoki su i destimulativni;
- Vlade na razini entiteta, kantona ili općina ne iniciraju razvoj malog biznisa u obliku inkubatora, industrijskih parkova i slično, već suprotno destimuliraju zainteresirane poduzetnike u tim pothvatima;
- Vlada nema strategiju poticanja korištenja komplementarnih prednosti nekih resursa (šume, poljoprivreda, turizam, rude i drugo), a nije zainteresirana ni za pomoć malim i srednjim poduzetnicima u pogledu uključivanja u *high-tech electronics*, informacijske tehnologije i R&D.

B.5. Barijere upisa u sudski registar: Registriranje tvrtke (upis u sudski registar) temelji se na propisanom postupku, uz veliki broj dokumenata. Nije olakšan upis za tvrtke iz sektora malog biznisa u odnosu na druge organizacijske oblike. Upisi u sudski registar vezani su za organizacijske oblike, a ne za veličinu tvrtke. Empirijska komparacija pokazuje da u većini zemalja broj zahtjeva i iznosi novca koji se uplaćuju minimizirani su ili svedeni na prihvatljivu razinu. U Bosni i Hercegovini stanje je zabrinjavajuće, pa je nužno te barijere što prije otkloniti, što traži obavljanje registracije na jednom mjestu, isključivanje registriranja iz sudskog sistema i povjeravanje Komorama i Agencijama za malo i srednje poduzetništvo. Zbog toga je svojevremeno nastala tzv. Buldožder komisija koja uz pomoć OHR-a utječe na unapređenje poslovne klime, čime se djelomično nadoknadila neefikasnost državnih institucija. Ta Komisija je trebala da vodi prema poboljšanju procesa registriranja malih i srednjih tvrtki u Bosni i Hercegovini, međutim nije bilo značajnijih rezultata.



Zanimljiva je i rasprava autora⁸¹ o šansama razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Bosni i Hercegovini. Naime, šansa je širok pojam i vezana je za mjesto i vrijeme, a mi živimo u vremenu izražene potrebe za novim načinom mišljenja koja tragaju za šansama i mijenjanju strategija. Gledano pojedinačno, primjerice, iz aspekta poduzetnika kao pojedinca bolje je biti spreman na ukazanu šansu, nego imati šansu, a ne biti spreman. U tom kontekstu, daju se neke zanimljive sugestije makro-karaktera. U funkciji poboljšanja makro-sustava u ovom dijelu, nužno je stvarati fundamentalne pretpostavke za dugoročnu orijentaciju na razvoj malih i srednjih tvrtki, kao zadatak svih institucija na makro razini, a što podrazumijeva:⁸²

- Razvijati svijesti o potrebi razvoja malog i srednjeg poduzetništva, kao ključne oblasti gospodarstva, po uzoru na suvremeni svijet;
- Promovirati malo i srednje poduzetništvo kao temelj samozapošljavanja i stvaranja egzistencije ljudi u svim dijelovima zemlje;
- U obrazovnom sustavu uvažavati potrebe sektora malih i srednjih tvrtki;
- Ubrzano otkloniti ekonomske, pravne i institucionalne barijere; te
- Prioritetno ulagati i poticati malo i srednje poduzetništva u odnosu na sve druge sektore.

U programskom pristupu razvoja malog i srednjeg poduzetništva, valja u što većoj mjeri koristiti model tzv. Madridskog skupa, Deklaracije CEI o SME-u i Pakta stabilnosti, a koji podrazumijevaju sljedeće:

- Poduzetništvo, male i srednje tvrtke moraju dobiti pokretačku snagu ekonomskog razvoja kroz podršku države;
- U tom kontekstu valja precizno kreirati povoljne činitelje okruženja;
- Educirati poduzetnike i obične ljude za start u vlastitom biznisu;
- Educirati menadžere u pogledu uspješnog vođenja biznisa;
- Stvoriti fondove za malo i srednje poduzetništvo;
- Koordinirati obrazovanje u školama i fakultetima; te
- Educirati vladine institucije glede efikasnijeg servisiranja malog i drugog poduzetništva.

Tako bi država i entiteti uspjeli male i srednje tvrtke staviti u centar gospodarstva zemlje, i to na razini općine, kantona, distrikta i entiteta. Kao temelj tome treba poslužiti Strategija zemlje o malom i srednjem poduzetništvu, zasnovana na znanstveno-istraživačkom projektu, za što je neophodno uraditi sljedeće:

A. Kratkoročne mjere. U sklopu ovih mjera nužno je (odmah) ustanoviti: Ministarstvo za malo i srednje poduzetništvo na razini Vlade Federacije Bosne i Hercegovine; Službu, sektor ili Ministarstvo kantona za malo i srednje poduzetništvo; Agenciju za razvoj malog i srednjeg

⁸¹ Više vidjeti u Dostić, M.: Isto, str. 11.-13.

⁸² Više vidjeti u Dostić, M. & Muminagić, N. & Hromić, M.: Strateški pravci razvoja malih i srednjih preduzeća, Federalni Zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2003.



poduzetništva na razini Vlade Federacije Bosne i Hercegovine i kantona; Centar (inkubator ili slično) za malo i srednje poduzetništvo; Udruženje malih poduzetnika; te Fond (budžet) za financijsku podršku malom biznisu.

U sklopu mjera na razini općina potrebno je ustanoviti: Lokalnu agenciju za malo i srednje poduzetništvo, kao dio regionalne ili kantonalne mreže; Općinski ured (službu) specijaliziran za malo i srednje poduzetništvo; te Općinsko udruženje malih i srednjih poduzetnika. Također, u kratkoročne mjere spadaju i sljedeće aktivnosti: pojednostaviti sustav registriranja tvrtki, davanja dozvola i rješenja, minimizirati financijska opterećenja za male i srednje tvrtke, osobito onih poduzetnika koji se nalaze u početnoj fazi rada te razviti sustav obrazovanja potencijalnih poduzetnika za brzi start i dobro vođenje biznisa.

Neophodno je hitno educirati javni sektor, predstavnike vlasti u općinama i kantonima vezano za njihovu ulogu u razvoju malog i srednjeg poduzetništva i zapošljavanja, a edukacija treba obuhvatiti male i srednje tvrtke kao bazu zapošljavanja i razvoja (općine, distrikta i kantona), metode i primjere razvoja malog i srednjeg poduzetništva u svijetu, mjere i načine kako razvijati malo i srednje poduzetništvo u distriktu, gradu, općini, sinkronizaciju mjera sa svima od kojih ovisi osnivanje i rad malih i srednjih tvrtki (vlade, nevladine institucije, međunarodne institucije, financijski sektor i mnoge druge institucije), vidove pružanja inicijalne pomoći malim poduzetnicima i slično.

Općinski organi moraju sinkronizirati svoje aktivnosti prema povratnicima, kako bi inicirali osnivanje tvrtki i samozapošljavanje. U tom trebaju sudjelovati službe imovinskog, pravnog, izvršnog, poreznog, financijskog i slično karaktera. One trebaju potaći brzi ulazak u biznis na bazi vlastite poduzetničke ideje i iskustva, upoznavanje sa procedurama registracije s pravima i obavezama vlasnika, izradi biznis-planova, iznalaženju dodatnih kredita i slično. Općina mora biti glavni inicijator pokreta za razvoj malog biznisa.

B. Dugoročne mjere: U sklopu ovih mjera nužno je koncipirati dugoročne pravce razvoja malog i srednjeg poduzetništva. Naime, Federacija Bosne i Hercegovine, kantoni i svaki grad koji žele prosperitetan ekonomski razvoj trebaju imati urađenu strategiju za budućnost. Ranije strategije nisu upotrebljive, jer smo sada u sasvim novom društvenom, ekonomsko-tržišnom i međunarodnom okruženju. Najvažnije je imati u vidu da afirmacija tržišne ekonomije i poduzetništva nameće nove modele ekonomskog razvoja, a to se ranije nije uzimalo u obzir. Stoga, strategija dugoročnih pravaca razvoja treba se temeljiti na pojedinačnim strategijama, kao što su: prostorno-geografski razvoj, razvoj infrastrukture, razvoj poljoprivrede, industrije, trgovine, turizma, usluga i slično.

Kad je riječ o suvremenim oblicima pokretanja start-up vlastitog biznisa (originalni poduhvat, kupnja etablirane tvrtke, franchising, uključivanje u inkubatorske sustave i klastere te



pokretanje zadruge ili kooperative), M. Dostić⁸³ kaže da oni u Bosni i Hercegovini još uvijek nisu dostatno afirmirali, osobito model frenchisinga, inkubatora, klastera i kooperativa, što bi trebalo ubrzati, kako bi se što bolje iskoristili svi raspoloživi činitelji razvoja. Inače, bosanskohercegovački zakoni o privrednim društvima, odnosno poduzećima podrazumijevaju postojanje četiri oblika privrednih društva, i to: društvo s neograničenom solidarnom odgovornošću, komanditno društvo, dioničko ili akcionarsko društvo te društvo s ograničenom odgovornošću. Kada je riječ o malom i srednjem biznisu najznačajnija su dioničarska društva i društva s ograničenom odgovornošću.

Konačno, u sklopu mog empirijskog istraživanja koje sam lanjske godine obavio za potrebe svoje doktorske disertacije pokušao sam identificirati splet vanjskih i unutarnjih barijera koje prema mišljenju ispitanika priječe brži razvoj malog poduzetništva u Bosni i Hercegovini, a na temelju njihovih odgovora na sljedeće pitanje iz upitnika: *Upisivanjem rednih brojeva u koloni R, rangirajte 3 vanjske i 3 unutarnje barijere koje onemogućavaju brži razvoj malog poduzetništva u Bosni i Hercegovini, pri čemu broj 1 označava najvažniju, a broj 3 najmanje važnu od tri rangirane barijere.* Budući da još nisam obranio disertaciju, ovdje ću prezentirati sam dva opisna podatka. U upitniku je bilo ponuđeno deset vanjskih i deset unutarnjih barijera bržem razvoju poduzetništva u Bosni i Hercegovini.

Na prva tri mjesta (u prvom rangu) među vanjskim barijerama bile su sljedeće: 1. Prepreke u području osnivanja i poslovanja tvrtki malog poduzetništva; 2. Marginalizacija tvrtki malog poduzetništva kao generatora novog zapošljavanja i gospodarskog razvoja; te 3. Nerazvijenost velikih gospodarskih sustava na koje bi se poslovno vezale tvrtke malog poduzetništva. Od unutarnjih barijera na prva tri mjesta bile su sljedeće barijere: 1. Niska razina primjene novih proizvodnih i informacijskih tehnologija u tvrtkama malog poduzetništva; 2. Niska kvaliteta proizvoda/robe/usluga te produktivnosti u tvrtkama malog poduzetništva; te 3. Niska razina primjene suvremenih marketinških znanja i vještina u tvrtkama malog poduzetništva.

ZAKLJUČAK

Kao najveće prepreke razvoju poduzetništva i malog biznisa u tranzicijskim zemljama navode se: nerazvijenost poduzetničkog duha i kulture, nerazvijen i rigidan finansijski sustav, nepoduzetničko okruženje koje karakterizira korupcija, visoki porezi, birokracija, privredni kriminal, siva ekonomija, nelojalna konkurencija, što su važni uzroci nepostojanja poduzetničkog duha, nerazvijeno domaće i poteškoće ulaska na strana tržišta zbog nepostojanja veza s velikim tvrtkama, odnosno nepostojanja primjerene institucionalne podrške, naglašeni rizici političke nestabilnosti, pravnom infrastrukturom, poreznim režimom

⁸³ Dostić, M.: Socijalno poduzetništvo i kooperative - novi pristup u razvoju malog biznisa, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004. str. 43.



i lokalnom inflacijom. U cilju razvoja poduzetničkog duha i poduzetničke kulture u tranzicijskim zemljama nužno je prevladati navedene prepreke te osigurati institucionalnu podršku poduzetništvu i malom biznisu, slijedeći iskustva razvijenih tržišnih gospodarstava.

Razvoj malih i srednjih tvrtki i razvoj malog poduzetništva tangira sve gospodarske oblasti i višedimenzionalnog je karaktera. Zato, u okviru dugoročnih koncepata razvoja ovo treba zauzimati stožernu poziciju. Gledano iz aspekta zapošljavanja, to je ujedno najznačajniji sektor. Međutim, još uvijek poduzetnici u tranzicijskim zemljama obično pokreću vlastiti biznis bez osobite podrške države i bez bilo kakvih kooperativnih formi s drugim poduzetnicima, a niti uz pomoć komora ili asocijacija. U toj situaciji i u nedostatku budžetske podrške, mnoge tek osnovane male tvrtke propadaju i samo mali broj opstaje na tržištu.

Na tom tragu, država bi na svim razinama, prema nadležnostima, morala smisliti i izvršiti proces privatizacije, donijeti zakone koje omogućavaju jednostavnije osnivanje tvrtki, koji podržavaju novoosnovane tvrtke te koji podržavaju i stimuliraju uspješne tvrtke, podržavati otvorenost cjelokupnog gospodarstva, intenzivirati sve oblike međunarodne suradnje, ukinuti zakone koji su u suprotnosti s tržišnom ekonomijom i slično.

LITERATURA

1. Audretsch, D.: Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparision, Kluwer Academic Publishers, Boston, 2002.
2. Beck, U.: Što je globalizacija? Zablude globalizma - odgovori na globalizaciju, Vizura, Zagreb, 2003.
3. Dostić, M. & Muminagić, N. & Hromić, M.: Strateški pravci razvoja malih i srednjih preduzeća, Federalni Zavod za programiranje razvoja, Sarajevo, 2003.
4. Dostić, M.: Ima li šansi za razvoj malog biznisa u Federaciji Bosne i Hercegovine, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004. str. 8.-11.
5. Dostić, M.: Poduzetništvo i menadžment u malom biznisu, Vlastita naklada, Sarajevo, 1996.
6. Dostić, M.: Socijalno poduzetništvo i kooperative - novi pristup u razvoju malog biznisa, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004.
7. Franičević, V.: Poduzetništvo kao politički projekt; u Poduzetništvo - Teorija, politika, praksa, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990.
8. Kružić, D.: Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji, Ekonomska misao i praksa, god XVI. (2007.), br. 2. str. 167.-192.
9. Kuvačić, N.: Poduzetnička biblija, Beretim, Split, 2005.



10. Pavić, Ž.: Poduzetništvo mladih i nova ekonomija, Ekonomski vjesnik, No. 1-2, prosinac 2008. str. 85.-93.
11. Rovčanin, A.: Kako razvijati poduzetništvo u zemljama u tranziciji, u Skupina autora: Tempus projekti u funkciji razvoja malog biznisa, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo, 2004.
12. Siropolis, C.N.: Menedžment malog poduzeća, Mate, Zagreb, 1995.