


PODUZETNIŠTVO U BIH EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE IZAZOVA I POTREBA NOVIH BIZNISA

Autor
Senajid Đozo

Sarajevo, 2025



**PODUZETNIŠTVO U BIH
EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE
IZAZOVA I POTREBA
NOVIH BIZNISA**

Autor
Senajid Đozo

Sarajevo, 2025

IMPRESSUM

Naslov:

**PODUZETNIŠTVO U BIH - EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE IZAZOVA I
POTREBA NOVIH BIZNISA**

Izdavač:

Investicijska fondacija Impakt

Za izdavača:

Senajid Đozo

Autor:

Senajid Đozo

Recezeni:

prof. dr. Željko Šain
prof. dr. Bahrija Umihanić
Mirela Omerović

Glavna urednica:

Belma Gijo

Saradnici na istraživanju:

**Mirela Omerović, Belma Gijo, Igor Nedeljković, Danijela Jakovljević,
Luka Krtinić**

Lektura:

Elvedina Obuća, Belma Gijo

Dizajn i prijelom:

Belma Gijo

Izjava o ograničenju odgovornosti:

Izrazi koji su radi preglednosti dati u jednom gramatičkom rodu u ovoj studiji bez diskriminacije se odnose jednako na osobe svih rodova.

Umnožavanja i besplatna distribucija publikacije dozvoljeni su uz pismeno odobrenje izdavača.

Nije dopušteno mijenjanje bilo kojeg dijela sadržaja publikacije. Publikacija je u vlasništvu Investicijske fondacije Impakt.

ISBN978-9926-8856-1-8

**CIP zapis dostupan u COBISS sistemu Nacionalne i univerzitetske
biblioteke BiH pod ID brojem 63646726**

Lista skraćenica

BHAS Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine

BiH Bosna i Hercegovina

ARS Anketa o radnoj snazi

EU Evropska unija

EUR Euro (valuta na području Evropske Unije)

FBiH Federacija Bosne i Hercegovine

FZS Federalni zavod za statistiku

JLS Jedinica lokalne samouprave (općine i gradovi)

KM Konvertibilna marka (valuta BiH)

NVO Nevladina organizacija

OECD Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (eng. Organisation for Economic Cooperation and Development)

OSI Osobe sa invaliditetom

Popis Popis stanovništva u BiH 2013. godine

RS Republika Srpska

RZS RS Republički zavod za statistiku RS

SPSS Statistical Package for the Social Sciences

WB Svjetska banka (World Bank)

SADRŽAJ

6	UVODNA RIJEČ
8	SAŽETAK
11	IZVOD IZ RECENZIJA
13	UVOD
18	OSNOVNI MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI ZA BiH
31	INSTITUCIONALNI I PRAVNI OKVIR ZA PODUZETNIŠTVO U BiH
32	Institucije i akteri nadležni za poduzetništvo u BiH
36	Zakonski okvir
	Bosna i Hercegovina
	Brčko distrikt BiH
	Federacija BiH
	Republika Srpska
38	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA
40	Istraživački instrument
42	Analiza podataka
42	Uzorak ispitanika
45	REZULTATI ISTRAŽIVANJA
47	Demografske karakteristike uzorka
54	Obrazovanje, vještine i kompetencije
60	Novi poduzetnici i dijaspora
63	Formalni oblik registracije i ključni aspekti osnivanja poslovnih subjekata
73	Finansiranje poslovnog poduhvata
93	Tržište
90	Poslovni rezultati
94	Ljudski resursi
103	Umrežavanje
108	Neformalno obrazovanje i jačanje vještina i kompetencija za vođenje biznisa
117	Poslovno okruženje
126	Poduzetničke kompetencije (EntreComp)
135	Cross-cutting teme
138	KLJUČNI NALAZI I PREPORUKE
139	Ključni nalazi
144	Preporuke
147	Recenzije
153	Popis grafikona
155	Popis tabela
155	Popis ilustracija

UVODNA RIJEČ

Poduzetništvo je jedan od ključnih pokretača ekonomskog razvoja, inovacija i zapošljavanja, ali i važan faktor za stabilnost i dugoročnu održivost BH privrede. Kroz stvaranje novih poslovnih prilika, poduzetništvo ne samo da doprinosi ekonomskom rastu, već oblikuje i dinamičnije i konkurentnije poslovno okruženje, ali i društveni kontekst.

U posljednjoj deceniji, a posebno u proteklih nekoliko godina, evidentan je određeni napredak u razvoju poduzetništva u Bosni i Hercegovini. Ovaj trend rezultat je ekonomskih reformi, procesa globalizacije i poboljšanog pristupa različitim izvorima finansiranja. Međutim, ove promjene dominantno zahvataju sektore s niskom ili srednjom dodatnom vrijednošću, što dovodi do ograničenog ekonomskog rasta i usporava transformaciju privrede ka modelima zasnovanim na inovacijama i visokoj produktivnosti.

Poduzetnički ekosistem u Bosni i Hercegovini suočava se s nizom strukturnih izazova koji značajno ograničavaju rast i razvoj malih i srednjih preduzeća, otežavaju ulazak novih poduzetnika na tržište te umanjuju atraktivnost zemlje za strane investicije. Ova preduzeća djeluju u okruženju koje karakterišu složene administrativne procedure, neefikasna birokratija, visoka stopa korupcije, nedovoljna ulaganja u inovacije i istraživanje, kao i ograničeni vladini podsticaji, što predstavlja ozbiljne prepreke njihovoj dugoročnoj održivosti i konkurentnosti.

Ono što dodatno komplikuje ekonomski razvoj i poduzetnički ambijent u BiH jeste nerazvijenost institucionalnog okvira i neadekvatno upravljanje, gdje se zanemaruju ekonomski prioriteti. Ovaj problem, karakterističan za tranzicijske ekonomije, odražava se kroz nedovoljnu profesionalizaciju administracije, prekomjernu birokratizaciju i slabu implementaciju reformskih politika. Kao rezultat, poduzetnici se susreću sa sporim i neefikasnim procedurama, neizvjesnim poslovnim okruženjem i nedostatkom sistemske podrške.

Pored ovih strukturnih izazova, dodatni problem predstavlja neujednačen ekonomski razvoj lokalnih zajednica, što dovodi do koncentracije tržišta u urbanim centrima i migracija radne snage iz manje razvijenih područja. Neravnomjeran ekonomski rast ugrožava dugoročnu stabilnost zemlje i povećava ekonomske i socijalne nejednakosti.

Uz sve ove izazove, poduzetnici u BiH nažalost ne dobijaju dovoljan nivo medijske i društvene podrške. Da bi poduzetništvo bilo percipirano kao važan pokretač ekonomskog razvoja, potrebno je osigurati pozitivan javni narativ koji promoviše pionirski duh poduzetnika, inovacije i poslovne uspjehe.

Aktivna poduzetnička politika svih nivoa vlasti bi trebala biti jedan od temeljnih mehanizama koji može potaknuti razvoj poduzetništva, malih i srednjih preduzeća, te u konačnici lokalni ekonomski razvoj. Istini za volju, naša iskustva pokazuju da lokalne vlasti imaju značajan potencijal u kreiranju poticajnog poslovnog ambijenta kroz kombinaciju finansijskih i nefinansijskih resursa namijenjenih podršci poduzetnicima.

Investicijska fondacija Impakt, primarno kroz IMPAKT Inkubator poslovnih ideja, aktivno doprinosi razvoju poduzetništva u BiH. U proteklom periodu, u saradnji sa 59 lokalnih zajednica, kantonalnim ministarstvima, prije svega Ministarstvom za kulturu, sport i mlade Tuzlanskog kantona i Ministarstvom privrede Tuzlanskog kantona i javnim službama za zapošljavanje kao i drugim partnerima, realizovano je više od 600 poslovnih poduhvata širom zemlje.

Poduzetnička obuka i mentorska podrška su se pokazali kao ključni faktor uspjeha, dok je analiza potreba poduzetnika pokazala potrebu za akceleratorским programom, koji je prvi put implementiran prošle godine sa fokusom na biznise koji su prošli inicijalnu start up fazu, a koji se po instrumentima podrške izdvaja ne samo u BiH nego i u regiji.

Istraživanje koje se nalazi pred Vama donosi prvi sveobuhvatan uvid u stanje poduzetničkog ekosistema u BiH. Kroz ovo istraživanje pružamo bolje razumijevanje konteksta u kojem posluju novosnovani poduzetnici i detaljan uvid u ključne aspekte razvoja poduzetništva u BiH, analizirajući sistemske prepreke, ali i mogućnosti za unaprjeđenje ekosistema podrške kroz kreiranje konkretnih mjera podrške za razvoj i održivost poslovanja.

Prema recenzijama, ovaj dokument ispunjava sve karakteristike monografije, pružajući empirijski utemeljenu analizu i sveobuhvatan prikaz ključnih izazova i perspektiva razvoja poduzetništva u BiH.

Podaci koji su prikupljeni pružaju osnovu za donošenje odluka i izradu strategija koje mogu omogućiti poduzetnicima lakši pristup resursima, poboljšanje poslovnog ambijenta i dugoročnu stabilnost biznisa.

Želim izraziti iskrenu zahvalnost svim partnerima s kojima već godinama radimo na strateškim promjenama u poduzetničkom ekosistemu Bosne i Hercegovine, ulažući napore u razvoj poduzetničke kulture i mindseta.

Također, zahvaljujem svima koji su izdvojili svoje vrijeme i aktivnim učešćem doprinijeli uspješnoj realizaciji ovog istraživanja.

Nadam se da ćemo i dalje zajednički raditi na izgradnji dinamičnijeg i prosperitetnijeg društva, stvarajući održive prilike za razvoj poduzetništva u BiH.


Senajid Dozo,
izvršni direktor Investicijske fondacije IMPAKT

SAŽETAK

The background of the page is a light gray color. It features a faint world map in the upper left quadrant. A thick, dark gray line graph starts from the left side and trends upwards towards the right. In the lower half of the page, there is a bar chart with four vertical bars of varying heights, also in a dark gray color. The overall aesthetic is clean and professional, typical of a business report cover.

Analiza izazova i potreba novih poslovnih poduhvata u BiH, koje je provela Investicijska fondacija Impakt, primarno je koristilo kvantitativni pristup uz elemente kvalitativne metodologije. Glavni instrument bio je anketni upitnik plasiran poduzetnicima čiji su biznisi stari do 3,5 godine (do 42 mjeseca).

Kvalitativni aspekt istraživanja uključivao je analizu arhivske građe, fokus grupe i strukturane intervjuje.

Upitnik, sastavljen od 102 pitanja u 10 tematskih cjelina, obuhvatio je demografske podatke, obrazovanje, formalnu registraciju biznisa, finansiranje, ljudske resurse, umrežavanje, podršku poduzetništvu, poslovni ambijent, poduzetničke kompetencije i cross-cutting teme (poput AI u poslovanju).

Istraživanje je obuhvatilo 335 poslovnih poduhvata iz 69 lokalnih zajednica širom BiH. Uzorak je definisan tako da uključi samo poduzetnike čiji su biznisi osnovani od 2021. godine do sredine 2024. (starosti do 42 mjeseca – u skladu sa definicijom novih poslovnih poduhvata), isključujući poljoprivredna gazdinstva.

Ovo istraživanje pruža reprezentativan uvid u izazove i potrebe novih poduzetnika u BiH, koristeći kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih metoda za sveobuhvatnu analizu poslovnog okruženja.

Većina ispitanika su osnivači malih preduzeća, s dominantnim učešćem mlađih poduzetnika i poduzetnika u srednjoj životnoj dobi (do 45 godina starosti). Veći dio ispitanika ima formalno obrazovanje relevantno za poslovanje, ali značajan broj ističe potrebu za dodatnom edukacijom u menadžerskim i finansijskim vještinama. Većina novih poduzetnika smatra da formalno obrazovanje ne nudi adekvatne kompetencije za poduzetništvo, dok istovremeno mali broj njih koristi prilike za dodatnu edukaciju i mentorstvo što ističe potrebu za dodatnim edukacijama i programima podrške.

Većina novih poduhvata registrovana je kao obrt ili društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Poduzetnici su istakli kompleksnost i dužinu administrativnih procedura kao prepreku pri registraciji. Proces registracije traje duže od mjesec dana za 50,4% poduzetnika, a mnogi se oslanjaju na eksternu pravnu pomoć.

Dominantan broj poduzetnika koristi vlastita sredstva za pokretanje biznisa, dok su eksterni izvori finansiranja (kredit, investicije, grantovi) manje zastupljeni. Nedostatak kapitala često ograničava rast i razvoj poslovanja. Prihodi variraju, a dio preduzeća se suočava s izazovima u stabilizaciji finansijskog poslovanja. Među osnivačima novih biznisa je 9,9% povratnika iz inostranstva, a većina njih koristi stečena znanja i iskustva za pokretanje poslovnih poduhvata.

Zapošljavanje je uglavnom ograničeno na osnivače i manji broj zaposlenih. Međutim, obzirom da su u pitanju novi poslovni poduhvati ovaj podatak treba posmatrati u pozitivnom kontekstu. Pronalaženje kvalifikovane radne snage predstavlja izazov, dok su dostupne sistemske mogućnosti za obuku i usavršavanje zaposlenih nedovoljno iskorištene. Mnogi poduzetnici nisu dio formalnih mreža i asocijacija, iako prepoznaju njihov značaj za razvoj poslovanja.

Ispitanici smatraju da su programi podrške poduzetnicima nedovoljno dostupni ili da nisu prilagođeni realnim potrebama malih biznisa. Samo manji broj ispitanika je koristio subvencije ili druge oblike podrške vlasti. Programi podrške su ključni faktor za pokretanje biznisa za 11,3% ispitanika, ali sredstva iz inkubatora i drugih fondova često nisu dovoljna za realizaciju poslovnih ideja.

Regulatorne prepreke, fiskalni i parafiskalni nameti (63,3% smatra ih previsokim), te složene administrativne procedure istaknuti su kao ključne barijere za razvoj poduzetništva. Također, nestabilnost tržišta i ograničen pristup finansijskim resursima dodatno otežavaju poslovanje.

Većina ispitanika pokazuje visok stepen poduzetničkih kompetencija, ali izražavaju potrebu za dodatnim edukacijama u oblasti finansijskog upravljanja, digitalnog marketinga i upravljanja inovacijama. Korištenje umjetne inteligencije i digitalnih alata u poslovanju još uvijek je na niskom nivou, iako raste interes za ovu oblast.

Istraživanje ukazuje na potrebu za poboljšanjem poslovnog ambijenta kroz administrativne reforme, povećanje dostupnosti finansijskih sredstava i prilagođavanje programa podrške specifičnim potrebama novih poduzetnika. Također, jačanje mreža podrške i unapređenje edukacija može značajno doprinijeti održivosti i rastu mladih poslovnih poduhvata u BiH.

Cilj ovog istraživanja nije samo analiza trenutnog stanja, već i kreiranje preporuka i rješenja koja mogu unaprijediti poslovno okruženje u BiH. Kroz analizu podataka i interpretaciju ključnih trendova, istraživanje pruža smjernice za donosioce odluka, institucije podrške, međunarodne partnere i same poduzetnike kako bi zajedno radili na jačanju poduzetničkog ekosistema u BiH.

The background features a faint, light gray world map. Overlaid on the map is a bar chart with four vertical bars of varying heights, and a thick, dark gray line that trends upwards from left to right across the top of the image.

IZVOD IZ RECENZIJA

“Rezultati istraživanja prezentiraju se vrlo zanimljivo i kvalitetno sadržajno i grafički kroz bitne odrednice za poduzetništvo u BiH: izvedene demografske karakteristike, obrazovanje, vještine i kompetencije, nove poduzetnike i dijasporu, formalni oblik registracije i ključne aspekte osnivanja poslovnih subjekata, finansiranje poslovnog poduhvata, tržište, poslovne rezultate, ljudske resurse, umrežavanje, neformalno obrazovanje i jačanje vještina i kompetencija za vođenje biznisa, poslovni ambijent, poduzetničke kompetencije (EntreComp) i Cross-cutting teme. Od svega navedenog i veoma profesionalnog prezentiranja rezultata istraživanja, posebno želim istaći sadržaje vezane za poduzetničke kompetencije (EntreComp) i Cross-cutting teme. Evropska komisija, iz puno razloga, veliki značaj daje poduzetničkim kompetencijama. To na poseban način tangira i poduzetništvo u BiH. Nezaustavljivi trend spoznaja i primjena umjetne inteligencije, sasvim prirodno, nije zaobišao ni prostore BiH. Zato ovaj dio zaslužuje posebnu pažnju.

Ova istraživačka studija poentira svoju kvalitetu svojim posljednjim poglavljem: Ključni nalazi i preporuke. Jedna vrsta rezimea i putokaza šta dalje raditi u ovoj oblasti. Izuzetno argumentirano, jasno i konkretno!

Kome je namjenjena ova istraživačka studija? Odgovor je općenit, poseban i pojedinačan. Općenito: svima koji žele sagledati dijagnostiku stanja i utemeljene projekcije daljnjeg razvoja i rasta poduzetništva u BiH. Posebno ekonomskim, društvenim i državnim institucijama i odgovornim pojedincima koji kreiraju, donose, reguliraju i nadziru ekonomsku politiku u BiH na svim razinama njenog državnog uređenja. Domaćim i stranim investitorima. Pojedincima i grupama poslovnih ljudi koji žele razvijati poduzetništvo u BiH iz ličnih i drugih interesa, studentima i svim ljudima koji se žele educirati iz ove oblasti i ostvarivati princip cjeloživotnog učenja. Pogotovo, u aktuelnim trendovima ESG (Environmental Social Governance) principa poslovanja i umjetne inteligencije.”

Prof. dr. Željko Šain
Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli

“Istraživačka monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa predstavlja vrijedan stručni doprinos razumijevanju poslovnog okruženja u Bosni i Hercegovini. Djelo je prvenstveno namijenjeno donosiocima ekonomskih politika i institucijama podrške, poslovnim savjetnicima i poduzetnicima, jer pruža konkretne uvide u ključne izazove s kojima se suočavaju novi biznisi. Kroz analizu regulatornog okvira, izvora finansiranja, tržišnih faktora i poduzetničkih kompetencija, monografija nudi smjernice za unapređenje poslovnog ambijenta i razvoj održivih poduzetničkih inicijativa.

Istovremeno, istraživačka monografija ima značajan naučni doprinos i preporučuje se istraživačima, akademskoj zajednici i studentima koji se bave poduzetništvom i ekonomskim razvojem. Njen metodološki pristup, koji kombinuje teorijsku analizu s empirijskim istraživanjem, omogućava dublje razumijevanje poduzetničkih procesa u tranzicionim ekonomijama. Zahvaljujući jasnoći izlaganja i praktičnoj primjenjivosti nalaza, knjiga predstavlja nezaobilazan izvor informacija za sve koji nastoje unaprijediti poslovno okruženje i poduzetničku klimu u Bosni i Hercegovini.”

Prof. dr. Bahrija Umihanić
Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli

UVOD



U 2023. g. mala i srednja poduzeća imala su ključnu ulogu u evropskoj ekonomiji, čineći 99,8% svih poduzeća u nefinansijskom poslovnom sektoru. S 25,8 miliona malih i srednjih poduzeća koja zapošljavaju 88,7 miliona ljudi, značajno su pridonijela zapošljavanju i dodanoj vrijednosti u zemljama Evropske Unije (EU-27).

Mikro poduzeća bila su najzastupljenija i činila su 94% malih i srednjih poduzeća u 2023. Snažna prisutnost mikro poduzeća primijećena je u svim državama članicama EU-27 i svih 14 ekosistema.

Dok su registracije novih MSP-a porasle za 2,6 % u 2023., broj stečajeva MSP-a također je porastao za 13%, što je u skladu s izazovnom situacijom MSP-a u evropskoj Uniji posljednjih godina.

Prema izvještaju OECD-a, Bosna i Hercegovina je postigla određeni napredak u provedbi Small Business Act-a (SBA)[1] u periodu od 2019. g.

Ekonomija je postigla najviše prosječne ocjene u sljedećim područjima: bankrot i druga prilika za male i srednja poduzeća (MSP), usluge podrške za MSP, standardi i tehnički propisi i MSP u zelenoj ekonomiji. Međutim, napredak je bio prilično inkrementalan, a gospodarstvo i dalje treba pojačati svoje napore u izgradnji okruženja pogodnog za poslovanje u nizu područja.

Porast broja novih poduzetnika u svijetu, ali i kod nas, može se pripisati nekoliko faktora, uključujući napredak u tehnologiji, povećani pristup kapitalu i promjene preferencija potrošača. Digitalne platforme, e-trgovina smanjili su prepreke ulasku, omogućujući budućim vlasnicima kompanija da s većom lakoćom pokrenu i povećaju svoje pothvate. Osim toga, društvena i ekološka svijest dovela je do razvoja startupa vođenih misijom kojima je prioritet održivost i društveni utjecaj uz profitabilnost.

Unatoč tim mogućnostima, novi poduzetnici suočavaju se s brojnim izazovima, uključujući tržišnu konkurenciju, regulatorne prepreke i finansijska ograničenja. Sposobnost prevladavanja ovih prepreka zahtijeva otpornost, strateško planiranje i spremnost da se prihvati rizik. Nadalje, mentorstvo, umrežavanje i pristup resursima igraju ključnu ulogu u uspjehu novih poduzeća.

Ovaj istraživački rad ima za cilj istražiti karakteristike, mogućnosti i izazove s kojima se susreću novi poduzetnici. Razumijevanjem dinamike novog poduzetništva, svi relevantni akteri – uključujući kreatore politike, investitore i poduzetnike – mogu bolje podržati i poticati okruženje pogodno za inovacije i rast.

Poduzetnički proces se sastoji od 4 faze: (1) identifikacija i procjena prilike), (2) razvoj novog poslovnog plana, (3) determinacija potrebnih resursa i (4) menadžment poduzeća koji nastaje kao posljedica. Iako ove faze slijede jedna iza druge, nijednom se od njih poduzetnik ne bavi izolirano. Poduzetnički način razmišljanja je način razmišljanja koji tjera pojedince da prepoznaju prilike, preuzmu proračunate rizike i inoviraju kako bi stvorili novu vrijednost ili proizvod. Ne radi se samo o pokretanju posla; radi se o pristupanju izazovima s otpornošću, kreativnošću i stavom rješavanja problema.

[1] OECD (2022) SME Policy Index Western Balkans and Turkey (2022) (<https://eu4digitalsme.ba/wp-content/uploads/2023/04/3-SME-Policy-Index-2022-Bosnia-and-Herzegovina-Economy-Profile.pdf>)

Poduzetnici imaju jasnu viziju onoga što žele postići. Oni mogu uočiti prilike tamo gdje drugi vide prepreke i uvijek traže načine poboljšanja ili inovacije. Snažan poduzetnički način razmišljanja znači oporavak od neuspjeha, učenje na pogreškama i prilagođavanje promjenjivim okolnostima. Poduzetnici nisu nepromišljeni, ali su spremni preuzeti proračunate rizike. Odluke donose s povjerenjem, na temelju istraživanja, iskustva i intuicije. Poduzetnici stalno traže nove načine za rješavanje problema, poboljšanje proizvoda i poremećaj industrije. Poduzetnici na izazove gledaju kao na prilike za učenje i rast. Najbolji poduzetnici doživotno uče. Oni ostaju znatiželjni, traže znanje i stalno poboljšavaju svoje vještine kako bi ostali ispred konkurencije.

Spol igra značajnu ulogu u poduzetništvu, utječući na pristup prilikama, finansiranju, mrežama i percepcijama društva. Dok i muškarci i žene doprinose poduzetničkom ambijentu, izazovi i prednosti temeljeni na spolu oblikuju njihova iskustva na različite načine. Muškarci tradicionalno dominiraju poduzetničkim prostorom, posebno u brzorastućim industrijama poput tehnologije i finansija.

Broj žena poduzetnica na globalnom nivou je sve veći, ali su više koncentrirane u sektorima kao što su maloprodaja, obrazovanje i zdravstvo. Studije pokazuju da žene poduzetnice dobivaju manje sredstava rizičnog kapitala od muškaraca. Investitori mogu imati nesvjesne predrasude koje favoriziraju startupove koje vode muškarci. Kompanije koje vode žene često se više oslanjaju na osobnu štednju / vlastita sredstva i mikrofinansiranje.

Muškarci općenito imaju širi pristup poslovnim mrežama na visokoj razini, što im daje prednost u osiguravanju ulagača i strateških partnerstava. Žene poduzetnice mogu se suočiti s preprekama u pristupu mentorstvu i poslovnim vezama, iako su grupe fokusirane primarno za umrežavanje žena u porastu.

Društvena očekivanja često stavljaju više porodičnih odgovornosti na žene, što može utjecati na njihovu sposobnost da posvete vrijeme poslovnom rastu.

Od muškaraca se u mnogim kulturama očekuje da se usredotoče na karijeru i finansijski uspjeh, što utječe na njihove poduzetničke motivacije.

Istraživanja pokazuju da su muškarci skloni preuzimanju većeg finansijskog rizika u poduzetništvu, dok žene često imaju oprezniji, održiviji pristup. Žene poduzetnice ističu suradnju, inkluzivnost i društveni utjecaj više od svojih muških kolega. Također, istraživanja pokazuju da se potporne skupine razlikuju između žena i muškaraca, muškarci obično navode eksterne savjetnike kao što su pravnici, računovođe kao najvažniju podršku, a suprugu na drugom mjestu, dok žene prvo navode svog supruga, zatim bliske prijatelje pa tek onda poslovne saradnike.

Sumirano gledano, poduzetnički ambijent se mijenja, sa sve više žena koje ruše prepreke i izazivaju tradicionalne rodne norme i stereotipe. Poduzetništvo ne postoji izolirano – ono je duboko oblikovano kulturom, društvom i faktorima vanjske okoline. Na uspjeh, strategije, pa čak i način razmišljanja poduzetnika utječu kulturne norme, ekonomski uslovi i poslovni sistemi u kojima posluju.

Kultura oblikuje način na koji ljudi percipiraju poslovanje, preuzimanje rizika i inovacije. Različita društva potiču ili obeshrabruju poduzetništvo temeljeno na vrijednostima, tradicijama i normama.

U individualističkim kulturama (npr. SAD, Velika Britanija, pa donekle i Kanada), poduzetništvo se često vidi kao put do ličnog uspjeha, s naglaskom na samopouzdanje i kompetitivnost. U kolektivističkim kulturama (npr. Japan, Kina, Indija), poslovne odluke često uzimaju u obzir interese uže ili šire porodice i zajednice, s jakim naglaskom na grupnu harmoniju i društvenu odgovornost.

Neke kulture prihvaćaju preuzimanje rizika i gledaju na neuspjeh kao na iskustvo učenja (npr. način razmišljanja Silicijske doline "brzo pogriješi, brže uči"). Neke kulture stigmatiziraju neuspjeh, zbog čega pojedinci oklijevaju preuzeti poduzetničke rizike.

Kulture koje cijene otvorenost, preispitivanje autoriteta i razmišljanje izvan okvira imaju tendenciju poticanja poduzetnika usmjerenih na inovacije. Konzervativna ili hijerarhijska društva mogu ograničiti razvoj poduzetništva, ali se ističu u održavanju tradicionalnih poslovnih modela.

Ekonomije u razvoju (kakva je i u BiH) često vide poduzetništvo vođeno nuždom, gdje ljudi pokreću posao zbog nedostatka zaposlenja, a ne zbog inovacija. Fragmente ovog ponašanja ćemo u našem radu vidjeti kod propitivanja motiva za pokretanje biznisa poduzetnika koje smo analizirali.

Često porodična očekivanja, društvene norme i utjecaji vršnjaka igraju ključnu ulogu u poduzetničkom uspjehu. Na našem uzorku ćemo vidjeti da je podrška porodice izuzetno važna u ustrajnosti ili uspjehu poduzetnika.

Kultura i okolinski faktori oblikuju način na koji poduzetnici razmišljaju, djeluju i uspijevaju. Dok neka okruženja prirodno potiču inovacije i preuzimanje rizika, druga predstavljaju prepreke koje poduzetnici moraju savladati. Razumijevanje tih utjecaja pomaže poduzetnicima da se prilagode, iskoriste prilike i učinkovito se nose s izazovima. Bosna i Hercegovina (BiH) predstavlja jedinstveno okruženje za poduzetništvo, koje karakteriziraju, sa jedne strane, obećavajuće mogućnosti (zbog neiskorištenih tržišnih potencijala), ali i značajni izazovi (zbog uslova poslovanja na tržištu).

Kada govorimo mogućnostima, BiH je locirana u srcu Balkana, te nudi strateški položaj povezujući istok i zapad. Generalno gledano, BiH raspolaže bogatim prirodnim resursima, industrijskim sektorom koji se u zadnjih nekoliko godina razvija uzlaznom putanjom (iako su pomaci inkrementalni) i rastućom uslužnom industrijom, posebice u maloprodaji, prometu i turizmu.

Ako govorimo o preprekama, već smo spominjali da kultura i kulturne odrednice mogu biti i katalizator, ali i prepreka u razvoju poduzetništva. Nažalost, kultura u BiH djeluje destimulirajućem te prema istraživanju[2] ističe se da 21,4% ispitanika ove navedene studije smatra poduzetničku kulturu u BiH nezadovoljavajućom, dok ju dodatnih 41,1% ocjenjuje lošom.

[2] Mujkić, A (2021) Analiza barijera u razvoju poduzetništva u Bosni i Hercegovini

Ako govorimo o preprekama, već smo spominjali da kultura i kulturne odrednice mogu biti i katalizator, ali i prepreka u razvoju poduzetništva. Nažalost, kultura u BiH djeluje destimulirajućem te prema istraživanju[3] ističe se da 21,4% ispitanika ove navedene studije smatra poduzetničku kulturu u BiH nezadovoljavajućom, dok ju dodatnih 41,1% ocjenjuje lošom.

Poduzetnički potencijal u Bosni i Hercegovini je značajan, posebno imajući u vidu njen strateški položaj, raspoloživost resursa i proaktivne napore organizacija i finansijskih institucija. Međutim, kako bi se u potpunosti iskoristio ovaj potencijal, ključno je pozabaviti se kulturološkim percepcijama poduzetništva, obrazovanjem za poduzetništvo i nastaviti poboljšavati privredni i pravni okvir kako bi se stvorilo povoljnije okruženje za poslovni razvoj.

[3] Mujkić, A (2021) Analiza barijera u razvoju poduzetništva u Bosni i Hercegovini

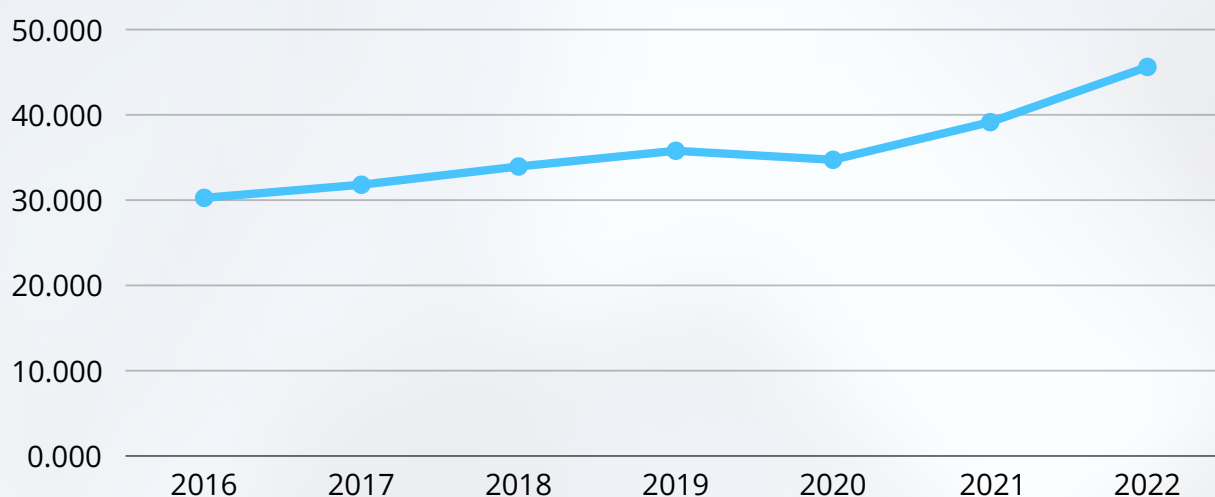
The background features a light gray map of Europe, with a thick, dark gray line representing a trend or growth curve that starts from the bottom left and curves upwards towards the top right. Below the map, there are several vertical bars of varying heights, suggesting a bar chart or data visualization.

OSNOVNI MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI ZA BIH

Za sveobuhvatno razumijevanje poslovnog okruženja jedne zemlje ključno je uzeti u obzir ključne makroekonomske pokazatelje i njihove trendove. U ovom pregledu izdvojili smo nekoliko relevantnih pokazatelja koji reflektiraju opće stanje ekonomije u Bosni i Hercegovini.

Bruto domaći proizvod (BDP ili GDP, eng.) bilježi trend rasta u posljednjem desetljeću. Tokom 2020. g. primjetna je bila stagnacija BDP-a, koju u određenoj mjeri možemo pripisati pandemiji COVID-19, ali je od 2021. g. nastavljen stabilan trend rasta.

Grafik 1. BDP u BiH (u milionima KM)

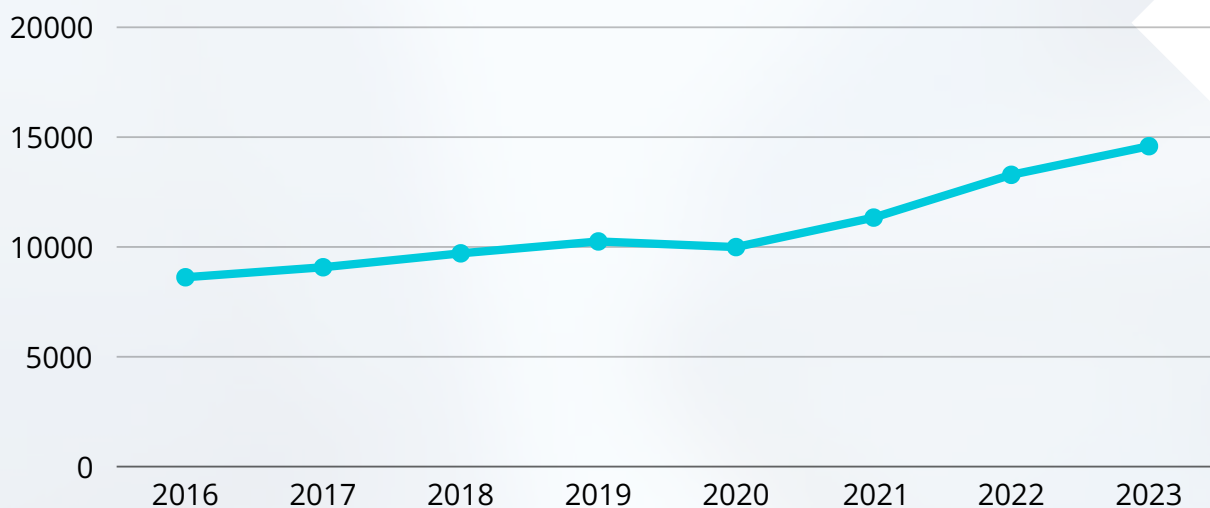


izvor: Agencija za statistiku BiH

Kao i BDP, i BDP po glavi stanovnika bilježi ujednačen trend rasta gledano od 2016. g.[4] Kao i kod BDP-a, stagnacija je vidljiva u 2020. g. ali je trend rasta nastavljen nakon toga. Od 2015. g. pa do 2023. g. BDP po glavi stanovnika u BiH je porastao za 69%.

[4] Agencija za statistiku BiH (2023) Bruto domaći proizvod (BDP) prema proizvodnom, dohodovnom i rashodnom principu (https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2025/NAC_00_2023_TB_1_HR.pdf)

Grafik 2. BDP u BiH, per capita



izvor: Agencija za statistiku BiH

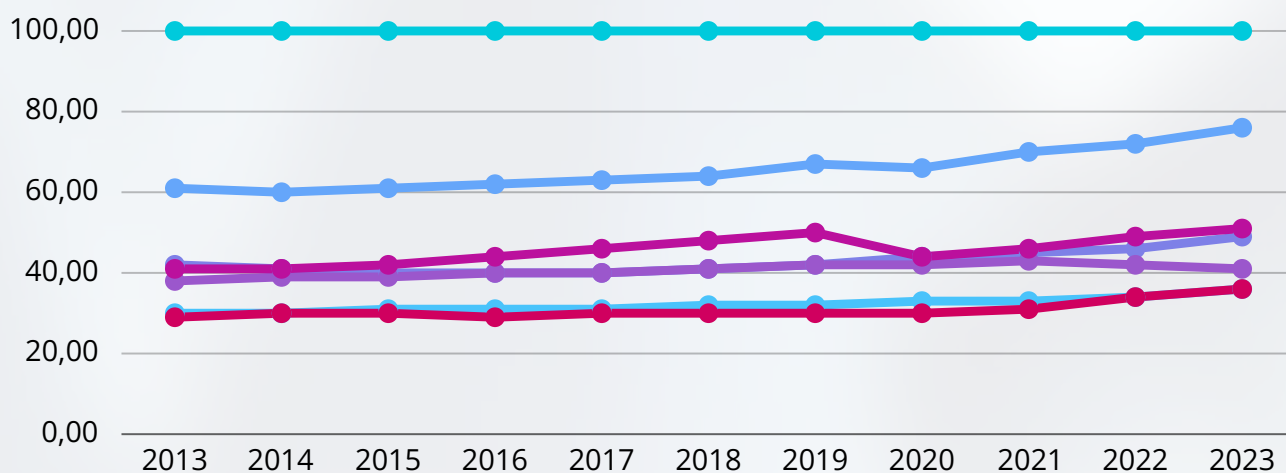
Međutim, ključni problem sa rastom BDP-a je to što je on i dalje na nivou najnerazvijenijih država Evrope.

Ako BDP BiH postavimo u kontekst Evropske unije i zemalja okruženja, vidjećemo da naša zemlja značajno zaostaje u odnosu na zemlje regije, a pogotovo u odnosu na prosjek EU[5].

Uzmimo da je prosječni BDP po glavi stanovnika na nivou evropske unije (EU27) indeksiran sa 100. BDP po glavi stanovnika u BiH je u prethodnoj deceniji bio u rasponu od 30 % do 36 % u odnosu na prosjek EU, i po tom parametru smo, skupa sa Albanijom, na začelju i EU i zemalja Zapadnog Balkana.

Orientacije radi, u Hrvatskoj je BDP per capita bio u rasponu od 60 % do 76 % prosjeka EU, dok je u Srbiji bio od 40 % do 49% prosjeka EU.

Grafik 3. Indeks kretanja BDP-a u BiH u odnosu na zemlje regije i EU



izvor: EUROSTAT

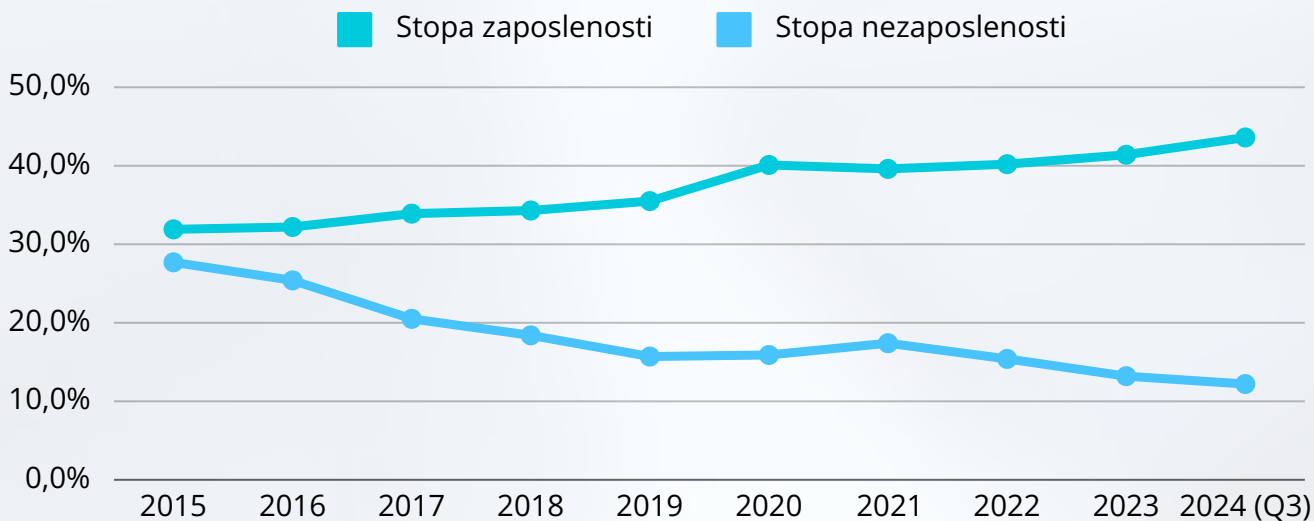
[5] Eurostat (Agencija za statistiku BiH (2023) Bruto domaći proizvod (BDP) prema proizvodnom, dohodovnom i rashodnom principu (https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2025/NAC_00_2023_TB_1_HR.pdf))

Osim bruto domaćeg proizvoda, bitne ekonomske pokazatelje za ovu analizu predstavljaju i stope zaposlenosti i nezaposlenosti.

Stopa zaposlenosti u BiH bilježi stabilan rast u periodu od 2015. g., koju smo uzeli kao presječnu, pa do 2024. g. (podaci dostupni za treći kvartal 2024. g.).

Dodatno, stopa zaposlenosti bilježi stabilan trend opadanja u istom vremenskom periodu.

Grafik 4. Stope zaposlenosti i nezaposlenosti u BiH



izvor: Agencija za statistiku BiH[6]

Međutim, oba parametra su daleko od prosjeka opaženih u EU, ali i zemljama regiona.

U Evropskoj Uniji, prosječna stopa zaposlenosti (EU27) u trećem kvartalu 2024. g. bila je 75,9% za osobe starosti od 20 do 64 godine, dok je u 2023. g. bila 75,3%[7].

Prema podacima Eurostata, prosječna stopa nezaposlenosti na nivou Evropske Unije u decembru 2024. g. bila je 5,9%[8], što je duplo manje od stope izmjerene u BiH.

U Hrvatskoj je stopa zaposlenosti u 2023. g. bila 70,7%, dok je stopa nezaposlenosti u decembru 2024. g. bila 4,5%.

Međutim, kada je u pitanju stopa zaposlenosti, postoje određene razlike između podataka koje navode Agencija za statistiku BiH i Eurostat. Prema Eurostatu, stopa zaposlenosti u BiH u 2023. g. je bila 55,9%, što je i dalje za 20 procentnih poena niže u odnosu na stanje izmjerenu na nivou EU.

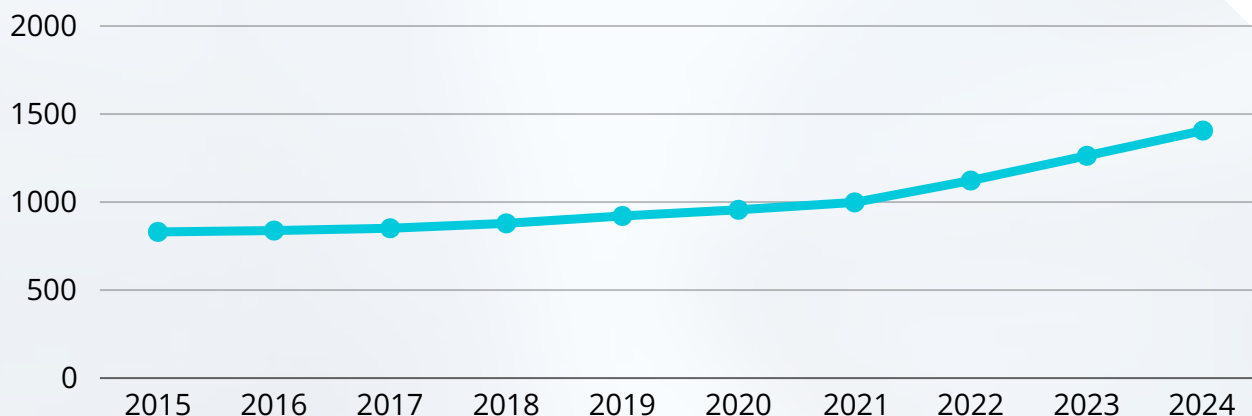
Prosječna isplaćena neto plata u BiH je u periodu od 10 godina zabilježila rast od 69,33%. U periodu od 2015. g. pa do 2021. g. vidljiv je prilično usporen trend rasta prosječne neto plate, dok od 2021. g. trend rasta prosječne neto plate postaje istaknutiji. Za 2024. g. u trenutku pisanja ove analize dostupni su podaci za novembar, 2024. g. te ona iznosi 1.406 KM (718,88 EUR).

[6] Agencija za statistiku BiH (2015 - 2024) Anketa o radnoj snazi (2015 - 2024)

[7] Eurostat (https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Employment_-_annual_statistics)

[8] Eurostat (https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics#Unemployment_in_the_EU_and_the_euro_area)

Grafik 5. Prosječna isplaćena neto plata u BiH



izvor: Agencija za statistiku BiH

Međutim, sagledano u kontekstu regiona, vidimo da Bosna i Hercegovina značajno zaostaje i po ovom parametru. U Hrvatskoj je u novembru 2024. g. prosječna isplaćena neto plata iznosila 1.366 EUR, dok je u Srbiji u istom mjesecu iznosila 860,43 EUR (100.738 RSD).

U Crnoj Gori je u prosječna plata u decembru 2024. g. iznosila 1.012 EUR.

Treba imati u vidu da u BiH (odnosno u FBiH) u obračun neto plate ne ulaze topli obrok i prijevoz (za radnike koji imaju pravo na ove novčane naknade) te bi prosječna plata sa uračunatim ovim parametrima bila nešto veća i donekle slična prosječnoj plati u Srbiji, ali direktna komparacija nije adekvatna zbog razlika u tome šta sve čini neto platu.

Kada govorimo broju stanovnika u BiH trebamo imati u vidu da je posljednji popis proveden 2013. g. Prema zvaničnim podacima Agencije za statistiku BiH, tada je u Bosni i Hercegovini živjelo 3,531 miliona stanovnika.

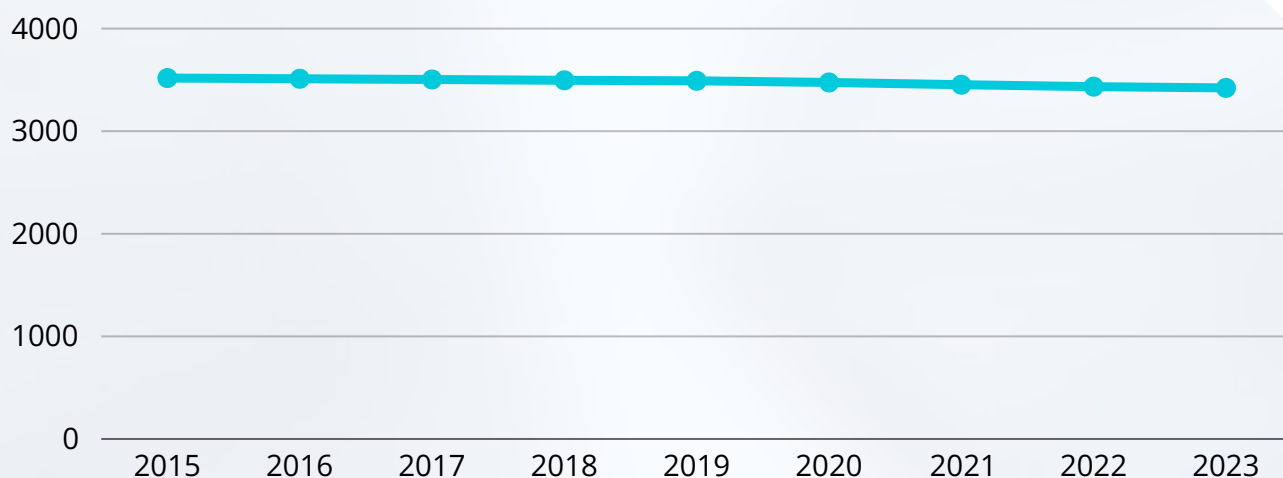
Kada govorimo broju stanovnika u BiH trebamo imati u vidu da je posljednji popis proveden 2013. g. Prema zvaničnim podacima Agencije za statistiku BiH, tada je u Bosni i Hercegovini živjelo 3,531 miliona stanovnika.

Podaci za naredne godine predstavljaju procjene Agencije za statistiku BiH[9], na osnovu demografskih kretanja, ali bez uključenih migracija, te je prema ovim podacima vidljiv jasan trend pada broja stanovništva u BiH.

Stvarni broj stanovnika u BiH je vjerovatno znatno niži od ovdje predstavljenih procjena zbog vrlo izraženih migracija stanovnika iz BiH u inostranstvo (primarno zemlje EU), te zbog toga ove procjene vjerovatno predstavljaju precijenjenu i optimističnu sliku broja stanovnika u BiH

[9] Agencija za statistiku BiH (2023) Demografija 2023
(https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2024/DEM_00_2023_TB_1_BS.pdf)

Grafik 6. Kretanje broja stanovnika u BiH

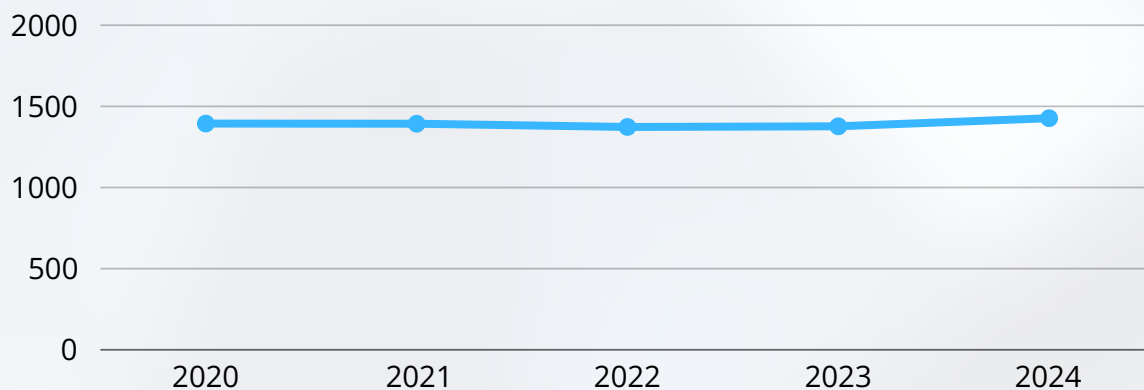


izvor: Agencija za statistiku BiH

Osim procjene broja stanovnika, zanimljiv parametar svakako predstavlja i procjena broja radne snage u BiH.

Na osnovu podataka iz Ankete o radnoj snazi za BiH[10] za posljednjih 5 godina, možemo primijetiti da radna snaga varira, ali u parametrima koji ne predstavljaju drastične promjene trendova.

Grafik 7. Kretanje broja radne snage u BiH



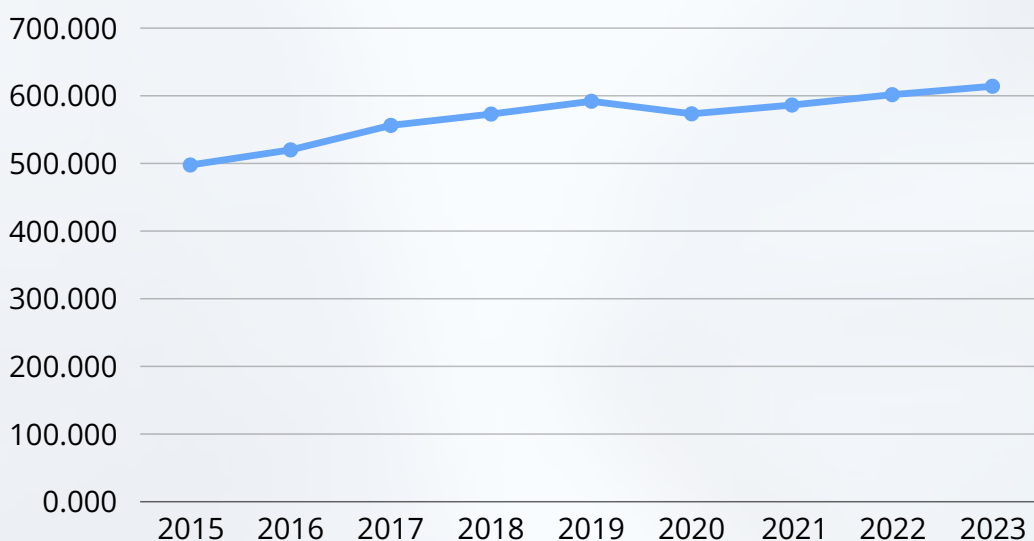
izvor: Agencija za statistiku BiH

Trend rasta stope zaposlenosti praćen je i trendom rasta broja zaposlenih osoba u BiH. Međutim, trend rasta broja zaposlenih je bio nešto izraženiji u periodu od 2015. g. do 2019. g. da bi tokom 2020. g. došlo do pada broja zaposlenih (primarni razlog je već ranije spomenut). Nakon toga, do 2021. g. vidljiv je stabilan trend rasta broja zaposlenih, ali uz nešto slabije izraženu stopu rasta[11].

[10] Agencija za statistiku BiH (2020 - 2024) Anketa o radnoj snazi (2020 - 2024)

[11] Agencija za statistiku BiH (2015 - 2023) Strukturne poslovne statistike (2015 - 2023)

Grafik 8. Broj zaposlenih u BiH

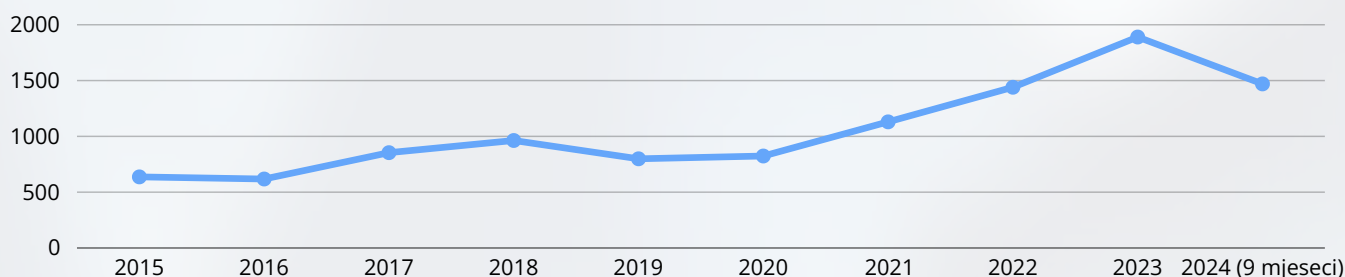


izvor: Agencija za statistiku BiH

Jedan od relevantnih ekonomskih pokazatelja povezanih s poduzetništvom odnosi se na direktne strane investicije (FDI) u Bosni i Hercegovini. Analiza također otkriva da određeni broj novih poduzetnika dolazi iz dijaspore, pri čemu su se odlučili za povratak i ulaganje vlastitog kapitala u razvoj lokalnog poslovnog okruženja.

Prema podacima Centralne banke Bosne i Hercegovine[12] i Agencija za unapređenje stranih investicija u Bosni i Hercegovini[13] napravili smo pregled direktnih stranih investicija (DSI) u posljednjem desetljeću. Na osnovu podataka vidljivo je da su DSI u periodu od 2015. g. pa do 2020. g. imale prilično neujednačene trendove, koji su se odnosili i na rast i na pad DSI. Od 2020. g. vidimo vrlo jasan trend rasta DSI, uz naglasak da se podaci za 2024. g. odnose na 9 mjeseci ove godine.

Grafik 9. Direktne strane investicije u BiH (u milionima KM)



izvor: centralna banka BiH i agencija za unapređenje stranih investicija u BiH

[12] Centralna banka Bosne i Hercegovine ([Agencija za statistiku BiH \(2020 - 2024\) Anketa o radnoj snazi \(2020 - 2024\)](#))

[13] Agencija za unapređenje stranih investicija u BiH (2023) Direktne strane investicije (DSI) – stanje i performanse ([Agencija za statistiku BiH \(2015 - 2023\) Strukturne poslovne statistike \(2015 - 2023\)](#)).

JKomparacije radi, Srbija je u periodu od 2010. do 2022. g. imala 40,59 milijardi EUR stranih investicija, dok je Albanija imala 14,64 milijardi EUR stranih investicija u istom periodu. Strane investicije u BiH su na nivou nešto većem od investicija plasiranih u Sjevernu Makedoniju i Kosovo, a niže su od stranih investicija plasiranih u Crnu Goru.

Osim stranih investicija, parametar kojemu doprinose poduzetnici odnosi se i na robnu razmjenu sa inostranstvom.

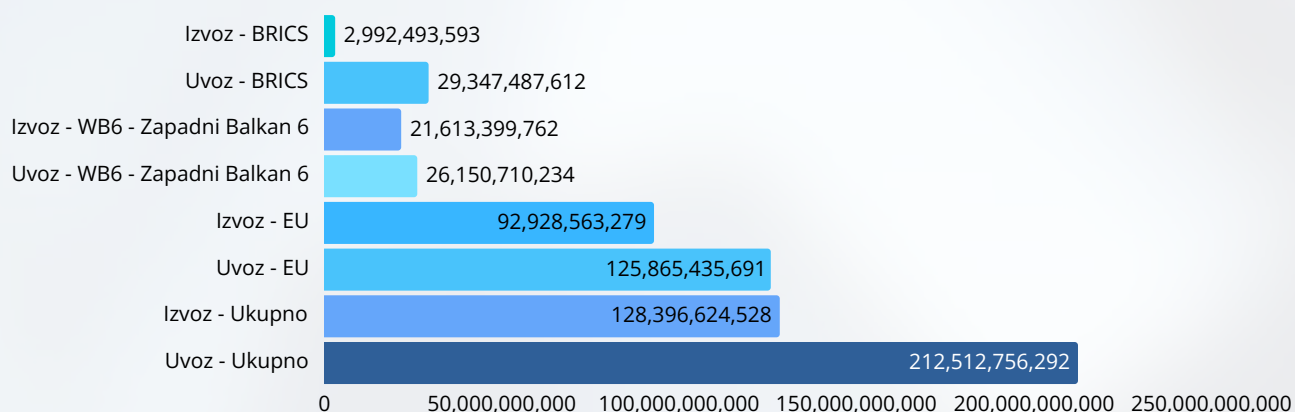
Bosna i Hercegovina ima negativnu robnu razmjenu kada se gleda ukupna vrijednost uvezene i izvezene robe sa Evropskom Unijom[14], zemljama Zapadnog Balkana (WB6)[15], i zemljama BRICS-a[16].

Generalno, ukupno vrijednost uvezene robe u prethodnih 10 godina (2015 - 2024) iznosila je 212,5 milijardi KM. Vrijednost izvezene robe u istom periodu iznosila je 128,4 milijarde KM[17].

Najpovoljniji omjer uvoza i izvoza imamo sa zemljama Zapadnog Balkana, gdje je pokrivenost uvoza izvozom 82,65%.

U znatno većoj mjeri uvozimo robu iz EU i BRICS nego što izvozimo u zemlje članice ovih organizacija. Pokrivenost uvoza izvozom u zemlje EU je 60,42%, dok je pokrivenost uvoza izvozom u zemlje BRICS-a na nivou od 10,2%.

Grafik 10. Uvoz i izvoz u prethodnih 10 godina (ukupno, EU, Zapadni Balkan, BRICS)



izvor: Agencija za statistiku BiH

Detaljnije gledano, izvoz iz Bosne i Hercegovine u prethodnoj deceniji bilježi rast (uz određene oscilacije na međugodišnjim nivoima). Trend rasta je posebno izražen nakon pandemije COVID-19. Trend izvoza u EU prati trend ukupnog izvoza i krivulje su skoro identične uz razlike u ukupnoj vrijednosti izvezene robe.

U zemlje EU smo izvezli 72,38% ukupne vrijednosti izvezene robe u prethodnih 10 godina, dok smo u zemlje Zapadnog Balkana izvezli 16,83% ukupne vrijednosti izvezene robe.

U zemlje BRICS-a smo izvezli 2,33% ukupno izvezene robe. Među ovim zemljama, najviše smo izvezli u Rusiju (1,1 milijardu KM u prethodnoj deceniji).

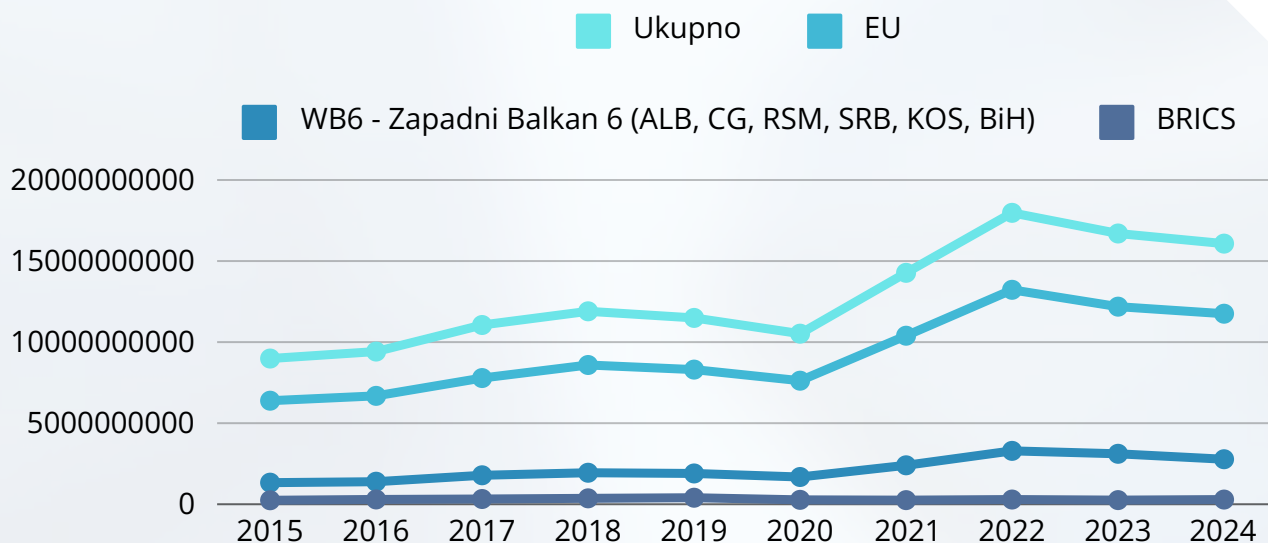
[14] Pod pojmom Evropske Unije podrazumijevamo robnu razmjenu u zbirnom iznosu sa svih 27 članica EU.

[15] Pod pojmom Zapadni Balkan (Western Balkans 6) podrazumijevamo robnu razmjenu sa 6 zemalja regiona: Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Kosovo*, Republika Sjeverna Makedonija, Srbija)

[16] Pod pojmom BRICS podrazumijevamo zbirnu robnu razmjenu sa zemljama članicama ove alijanse: Brazil, Rusija, Indija, Kina, Južna Afrika, Egipat, Etiopija, Iran, Saudijska Arabija, Ujedinjeni Arapski Emirati.

[17] Agencija za statistiku BiH (2025) Robna razmjena sa inozemstvom po zemljama (2015 - 2024)

Grafik 11. Izvozni trendovi u prethodnih 10 godina



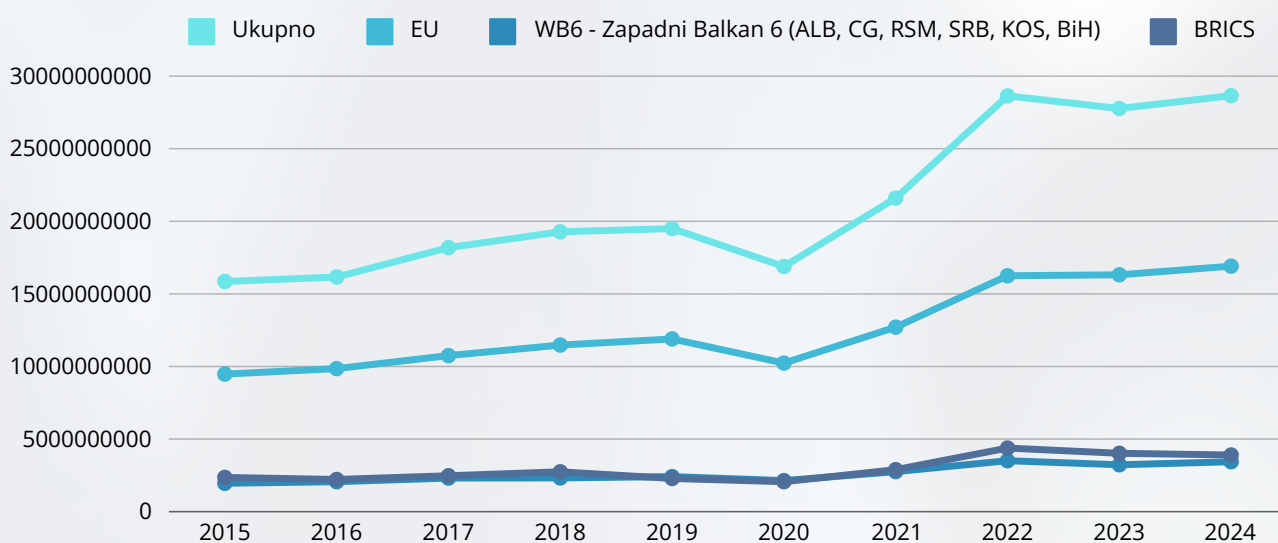
izvor: Agencija za statistiku BiH

Gledano ukupno, uvoz u BiH bilježi značajan rast u prethodnih 10 godina. Dodatno, najznačajniji udio uvoza dolazi iz zemalja Evropske Unije.

Uvozi iz zemalja Zapadnog Balkana i zemalja BRICS-a imaju vrlo slične trendove i u prethodnih 10 godina su iznosili od 1,9 5milijardi KM do 4,38 milijardi KM.

Ukupni uvoz iz zemalja zapadnog Balkana u prethodnih 10 godina iznosio je 12,31% ukupnog uvoza u BiH, dok je uvoz iz zemalja BRICS-a iznosio 13,81% ukupnog uvoza. Među ovim zemljama, najviše smo robe uvezli iz Kine (16,9 milijardi KM u prethodnih 10 godina).

Grafik 12. Uvozni trendovi u prethodnih 10 godina

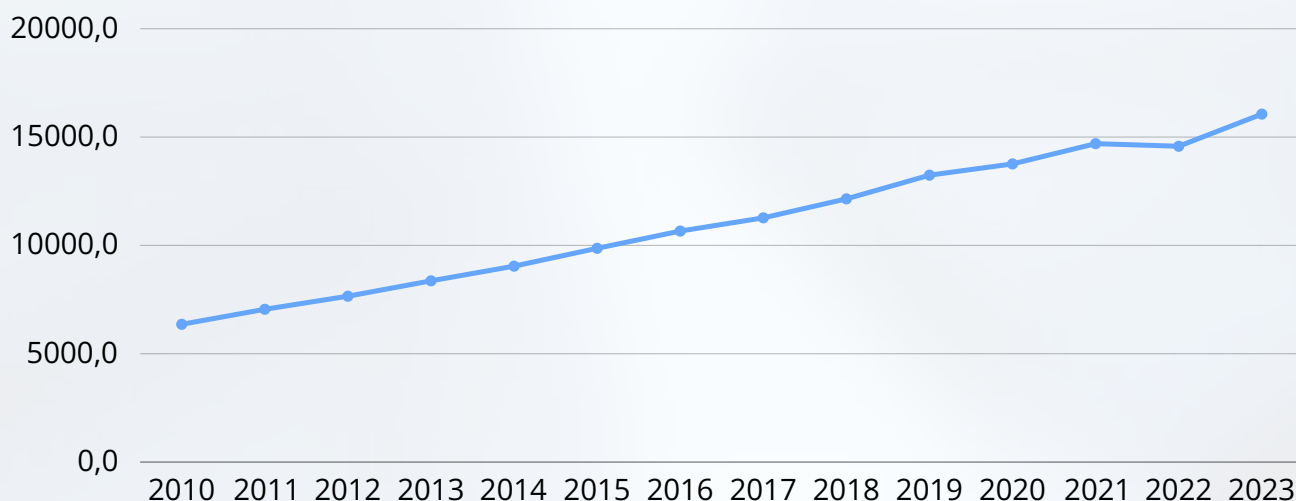


izvor: Agencija za statistiku BiH

U kontekstu potencijala za investiranje možemo promatrati i podatak o sredstvima koje građani u BiH štede u bankama (i ne investiraju u privredu).

Prema podacima Agencije za statistiku BiH, depoziti stanovništva u BiH bilježe stabilan trend rasta od 2010. g. Pri tome su depoziti porasli sa 6,36 milijardi KM u 2010. g. na 16,06 milijarde KM u 2023. g.

Grafik 13. Depoziti stanovništva u BiH (u milionima KM)



izvor: Agencija za statistiku BiH

Deponirana sredstva u bankama predstavljaju neangažirani kapital koji nije produktivno uloženi u ekonomske aktivnosti i ne generira dodatnu vrijednost u realnom sektoru. Osim kamatnih prihoda za deponente, koji često predstavljaju najniži mogući prinos na kapital, ova sredstva ne doprinose značajnije ekonomskom rastu i razvoju kroz investicije i kreiranje novih poslovnih prilika.

Nekoliko je razloga zbog čega građani u BiH deponirana sredstva ne investiraju u privredu (manjak prilika za investiranje, nerazvijenost tržišta kapitala i ograničene mogućnosti, niska ekonomska pismenost stanovništva, manjak povjerenja u privredu u BiH, politička neizvjesnost i sl.).

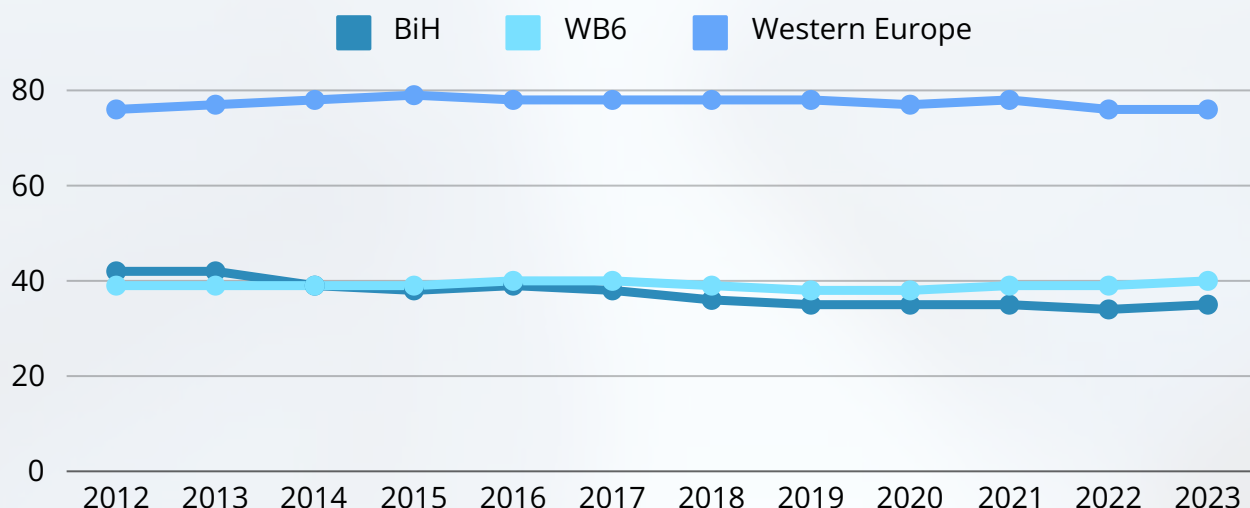
Za poslovni ambijent i domaće i strane investicije podatak koji je posebno važan odnosi se na indeks percepcije korupcije (CPI) u zemlji u koju se investira. Indeks percepcije korupcije u Bosni i Hercegovini je na nivou trenda percepcije korupcije u zemljama Zapadnog Balkana[18], i za razliku od prosjeka zemalja regije, indeks percepcije korupcije u BiH bilježi trend dodatnog pada od 2018. g.

[18] Transparency International u BiH (2023) Indeks percepcije korupcije 2023 (<https://ti-bih.org/indeks-percepcije-korupcije-cpi-2023/>)

U kontekstu potencijala za investiranje možemo promatrati i podatak o sredstvima koje građani u BiH štede u bankama (i ne investiraju u privredu).

Prema podacima Agencije za statistiku BiH, depoziti stanovništva u BiH bilježe stabilan trend rasta od 2010. g. Pri tome su depoziti porasli sa 6,36 milijardi KM u 2010. g. na 16,06 milijarde KM u 2023. g.

Grafik 14. Indeks percepcije korupcije



izvor: Transparency International u BiH

Prema podacima Svjetske Banke i Doing Business Index-a, Bosna i Hercegovina je u 2020. g. bila na 90. mjestu u svijetu (od 183 zemlje) po lakoći poslovanja, sa indeksom od 65,4[19].

Poređenja radi, Albanija je bila na 82. mjestu, Kosovo na 57. mjestu, Hrvatska na 51. mjestu, Crna Gora na 50. mjestu, Srbija na 44. mjestu, Sjeverna Makedonija na 17. mjestu.

Ovaj podatak nećemo dalje elaborirati, jer je Svjetska Banka prestala objavljivati Doing Business Index zbog metodoloških i statističkih neujednačenosti u izradi rangiranja.

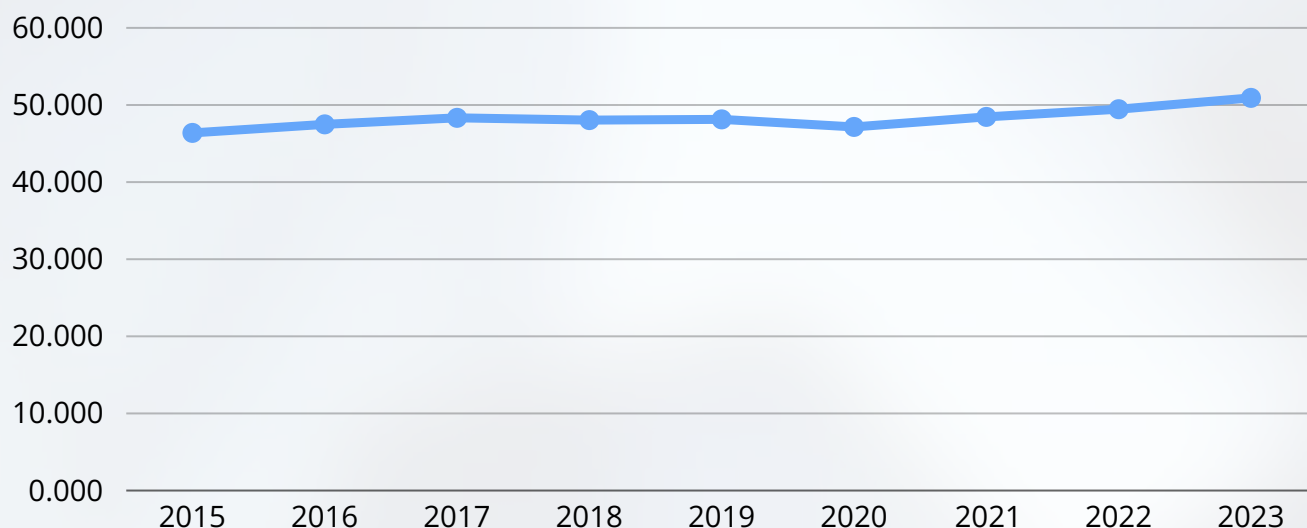
Poboljšanje pozicije na ovoj listi podrazumijevalo bi unaprijeđenje u onim područjima koja su zajednička karakteristika prvih 20 zemalja sa Doing Business liste. To podrazumijeva upotrebu elektronskih sistema, internetskih procesa registracije poslovanja, elektronskih platformi za prijavu poreza, internetskih postupaka prijenosa imovine, te elektronskih postupaka izdavanja građevinskih dozvola.

[19] Svjetska Banka / World Bank (2020) Doing Business Report 2020
(<https://archive.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/b/bosnia-and-herzegovina/BIH.pdf>)

Nadalje, ova pozicija BiH je na prvom mjestu dodijeljena i zbog sporog i kompliciranog procesa registracije biznisa, što dovodi do destimulacije ne samo domaćih, već i stranih investitora da svoje poslovne aktivnosti smjeste u ovo područje[20].

Podatak koji nas posebno zanima, u kontekstu istraživanja čije ćemo rezultate prikazati u nastavku publikacije, odnosi se na broj poduzetnika u Bosni i Hercegovini. Kada gledamo period od skoro desetljeća, možemo primjetiti dva podperioda sa različitim trendovima. Od 2015. g. pa do 2020. g. su se smjenjivali periodi rasta i pada broja poduzetnika u BiH[21], pri čemu se uočena stagnacija i pad u periodu od 2017. g. do 2020. g. ne može pripisati pandemiji COVID-19, kao što je to bilo prilično opravdano kod nekih drugih parametara. Nakon 2020. g. vidljiv je u određenoj mjeri izraženiji rast broja poduzetnika u BiH. Međutim, treba imati u vidu da je procentualni rast broja poduzetnika u BiH u periodu od 2015. g. pa do 2023. g. iznosio svega 9,79%, što ipak ne predstavlja značajan porast. Iako nije direktno komparativno jer podaci ne govore isključivo o poduzetnicima, ali ogleđa radi, u Hrvatskoj je u 2023. g. bilo registrovano 201.008 malih i srednjih preduzeća[22] dok ih je u Bosni i Hercegovini u 2021. g. bilo 67.009[23].

Grafik 15. Broj poduzetnika u BiH



izvor: Agencija za statistiku bh BiH

Stopa zaposlenosti u MSP (malim i srednjim preduzećima) ukazuje na u ulogu malih i srednjih preduzeća u ekonomiji, što je ključna informacija za razvoj poduzetništva.

U Federaciji BiH, prema podacima iz 2023. godine, MSP su zapošljavala oko 205.000 ljudi, što je činilo okvirno dvije trećine (62,8%) ukupnog broja zaposlenih u privrednim društvima.

U Republici Srpskoj, do 2021. godine, MSP su zapošljavala oko 75% ukupne radne snage u privatnom sektoru (bez informacija o novijim podacima).

[20] Mujkić, A (2021) Analiza barijera u razvoju poduzetništva u Bosni i Hercegovini (<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ba/Analiza-barijera-razvoju-poduzetnistva-u-BiH.pdf>)

[21] Agencija za statistiku BiH (2015 - 2023) Strukturne poslovne statistike (2015 - 2023)

[22] European Commission (2024) SME Performance Review 2024 – Croatia country fact sheet (Agencija za statistiku BiH (2015 - 2023) Strukturne poslovne statistike (2015 - 2023))

[23] European Commission (2021) SME Performance Review 2024 – Bosnia and Herzegovina country fact sheet (Agencija za statistiku BiH (2015 - 2023) Strukturne poslovne statistike (2015 - 2023))

Prema podacima Evropske Komisije[24], mala i srednja preduzeća su zapošljavala oko 70% ukupno zaposlenih u građevinarstvu, tekstilnoj industriji i turizmu. Dodatno SMEs su zapošljala oko 32% do 38% svih zaposlenih u granama koje nisu primarno ovisne o malim i srednjim preduzećima i gdje uglavnom dominiraju velika preduzeća, kao što su trgovina, proizvodnja elektroničkih uređaja, energetski sektor.

Kada govorimo o strukturi zaposlenosti, proporcija radne snage u različitim sektorima (npr. usluge, industrija, poljoprivreda) može otkriti koje sektore treba dodatno razvijati kroz poduzetništvo. Prema informacijama iz Ankete o radnoj snazi koju je sproveda Agencija za statistiku BiH u aprilu 2023 struktura zaposlenosti je bila sljedeća:

- 58,1% zaposlenih je bilo u uslužnim djelatnostima;
- 34,3% zaposlenih je bilo u industriji i građevinarstvu;
- 7,6% zaposlenih je bilo u djelatnostima poljoprivrede, šumarstva i ribolova.

Neki od uzroka pada i usporavanja ekonomije u BiH su:

- TEHNOLOŠKI – zastarjele tehnike rada
- PSIHOLOŠKI – ljudi su skloniji ulaganju manje resursa, energije i vremena u rad
- SOCIJALNI – obrazovni sistem nije prilagođen potrebama tržišta i ekonomskom rastu
- INSTITUCIONALNI – rast javnog sektora premašuje optimalnu veličinu za demografske karakteristike države
- EKOLOŠKI – u smislu različitih ograničenja za poslovanje.

Sama ekonomija u BiH ne može ponuditi odgovore na probleme Bosne i Hercegovine, jer je opterećena političkim pitanjima. Javna uprava u Bosni i Hercegovini nije dovoljno kapacitirana niti institucionalno osnažena da stručne argumente suprotstavi političkim pritiscima. Kao i druge tranzicijske zemlje, BiH se suočava s dugotrajnim problemom nejasne granice između politike i administracije. Ovaj nedostatak jasnog razgraničenja rezultira slabim upravljačkim i institucionalnim okvirom, u kojem politizacija procesa regrutacije i upravljanja u državnoj i javnoj službi stvara značajne rizike. Posljedica toga je sistemski problem u kojem visoki državni službenici i nositelji javnih funkcija često nemaju neophodne kompetencije za efikasno obavljanje svojih funkcija.

Poduzetništvo u BiH specifično je prema određenim problemima koji predstavljaju velike prepreke za daljnji rast i razvoj malog i srednjeg poduzetništva, za ulazak novih poduzetnika u određene poslovne aktivnosti te za ulaganja stranih poduzetnika. Malo i srednje poduzetništvo definirano je velikim problemima u administraciji, složenom i neefikasnom birokracijom, velikim indeksom korupcije, malenim postotkom ulaganja u inovacije i istraživanje te s nedovoljnim vladinim poticajima.

[24] European Commission (2024) Annual report on European SMEs 2023/2024

The background features a light gray world map. Overlaid on the map are several vertical bars of varying heights and widths, some in a darker gray and others in a lighter gray, creating a bar chart effect. The text is centered in the upper portion of the image.

***INSTITUCIONALNI
I PRAVNI OKVIR ZA
PODUZETNIŠTVO
U BIH***

Institucije i akteri nadležni za poduzetništvo u BiH

Svaka osoba s poslovnom idejom ima priliku da kroz poduzetništvo testira njenu održivost, stvori nova radna mjesta ili osigura zaposlenje za sebe, čime može generirati osnovni ili dodatni izvor prihoda za sebe i svoju porodicu. Drugim riječima, poduzetništvo omogućava pojedincu da preuzme kontrolu nad vlastitom budućnošću, usmjeri svoje znanje, vještine i resurse u razvoj i rast vlastitog poslovnog poduhvata te ostvari finansijsku i profesionalnu neovisnost.

Poduzetnička djelatnost se može registrovati kao:

- osnovno zanimanje,
- dodatno zanimanje,
- dopunsko zanimanje.



Koji tip će poduzetnik odabrati zavisi od toga da li će sam svojim radom obavljati djelatnost ili će zaposliti radnike i da li je poduzetnik već zaposlen kod drugog poslodavca:

Osnovno zanimanje:

Ukoliko vlasnik nije već zaposlen i nije po nekom drugom osnovu osiguran tada registruje samostalno poduzetništvo kao osnovno zanimanje. U ovom slučaju vlasnik za sebe plaća doprinose u skladu sa aktima entiteta ili distrikta.

Dodatno zanimanje:

Ukoliko je vlasnik u statusu studenta, penzionera ili zaposlenog kod nekog drugog poslodavca i djelatnost će obavljati zapošljavajući druga lica tada registruje dodatno zanimanje. U ovom slučaju za vlasnika obrta se ne plaćaju doprinosi.

Dopunsko zanimanje:

Ukoliko je vlasnik samostalnog poduzetništva zaposlen na puno radno vrijeme kod nekog drugog poslodavca i ukoliko će djelatnost obavljati isključivo svojim radom tada registruje dopunsku djelatnost. U ovom slučaju za vlasnika obrta se ne plaćaju doprinosi.

U procesu mapiranja ključnih stejkholdera u BiH u kontekstu razvoja poduzetništva, možemo ih grupirati u nekoliko glavnih kategorija prema njihovoj ulozi i utjecaju. Mapiranje može pomoći u identifikaciji ključnih aktera koji oblikuju poduzetnički ekosistem u zemlji.

Ključni akteri u razvoju poduzetništva u BiH i njihove okvirne nadležnosti:

1. Institucije vlasti i regulatorni organi – relevantni u domenu kreiranja politika, zakonodavnog okvira, poduzetničkog ambijenta.

- Vijeće ministara BiH – Formulisanje ekonomskih i razvojnih politika na državnom nivou.
- Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH (MVTEO) – Podrška razvoju biznisa, trgovini i investicijama.
- Agencija za unapređenje stranih investicija u BiH (FIPA) – Povezivanje BiH biznisa sa stranim investitorima.
- Ministarstvo privrede FBiH / Ministarstvo privrede i poduzetništva RS – Kreiranje politika i programa podrške za privredu na entitetskim nivoima.



U FBiH kantonalna ministarstva privrede imaju donekle slične nadležnosti.

- Općinske i kantonalne razvojne agencije – Lokalni programi podrške za poduzetnike i mala preduzeća.
- Porezna uprava FBiH / Poreska uprava RS – Fiskalni i poreski okvir za poslovanje.

2. Finansijske institucije i investitori – relevantni u domenu pristupa kapitalu, fondovima, podršci u finansiranju.

- Komercijalne banke – Kreditne linije i finansijske usluge za mala i srednja preduzeća (MSP).
- Razvojna banka FBiH / Investiciono-razvojna banka RS – Kreditni fondovi i investicioni projekti.
- Mikrokreditne organizacije – Podrška malim poduzetnicima i startupima.
- Privatni investitori i poslovni anđeli – Rizični kapital i investicije u startup projekte.
- Međunarodne finansijske institucije (EBRD, IFC, Svjetska banka, UNDP, GIZ, USAID, SIDA, EU fondovi, itd.) – Fondovi za razvoj poduzetništva i inovacija.





3. Obrazovne institucije i istraživački centri - relevantni u domenu razvoja poduzetničkih vještina i inovacija.

- Univerziteti i poslovne škole (Univerzitet u Sarajevu, Banjoj Luci, Tuzli, Mostaru, Istočnom Sarajevu, Bihaću, Zenici, SSST, IUS, Burch, itd.) – Akademska podrška, istraživanja i obuke za poduzetnike.
- Tehnološki i inovacijski centri (BIT Centar Tuzla, INTERA Mostar, ICBL Banja Luka, Networks Sarajevo, Hub387, Mozaik, itd.) – Razvoj digitalnog poduzetništva i startupa.
- Privredne komore (Vanjskotrgovinska komora BiH, Privredne komore FBiH i RS, općinske privredne komore) – Edukacija i povezivanje poduzetnika s tržištima.
- Inkubatori i akceleratori (IMPAKT Inkubator, Startup Studio Mozaik, Spark Mostar, INTERA, ICBL, Networks, Qlab, itd.) – Podrška startupima i rastućih biznisa.

4. Poslovne mreže i udruženja - relevantni za mrežu podrške i zastupanju interesa poduzetnika.

- Udruženja poduzetnika (Poduzetnici.ba, Udruženje poslodavaca FBiH, Unija poslodavaca RS, Privredna komora BiH, Bit Alijansa, ASB, Digitalna koalicija, i sl.) – Zagovaranje boljeg poslovnog ambijenta i povezivanje firmi.
- Međunarodne poslovne mreže (AmCham BiH, Njemačko-bosanskohercegovačka privredna komora, Britansko-bosanska poslovna komora, itd.) – Povezivanje bh. biznisa sa globalnim tržištem.
- Ženska poduzetnička udruženja (Biznis centar žena, Ženski poduzetnički centar BiH, Udruženje poslovnih žena BiH, Poduzetnice IN itd.) – Podrška ženama poduzetnicama.

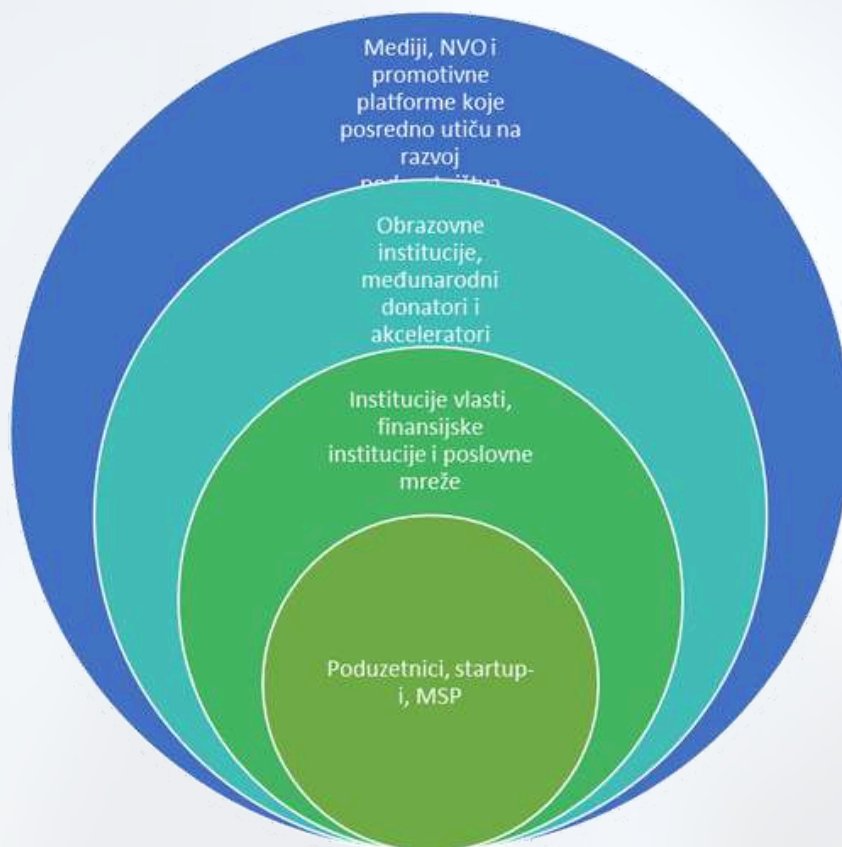
5. Donatorski i međunarodni programi podrške – relevantni za grantove, tehničku pomoć, mentorstvo.

- USAID WHAM, EU4Business, EU4DigitalSME, GIZ, UNDP, Svjetska banka, EBRD, itd. – Programi podrške za digitalizaciju, MSP i inovacije.
- Lokalne razvojne agencije i nevladine organizacije (CRP Tuzla, Impakt Investicijska fondacija, Mozaik, CREDI, Revizija.ba, itd.) – Edukacije, mentorstvo i grantovi za poduzetnike.

6. Mediji i promotivne platforme – relevantni za vidljivost poduzetništva, promociju i edukaciju.

- Poslovni mediji (kao npr. Akta.ba, Poslovne novine, Capital.ba, Indikator.ba, Bloomberg Adria itd.) – aktivni su na polju promocije poduzetništva i praćenje poslovnih trendova.
- Digitalne platforme i društvene mreže (LinkedIn, Facebook grupe, YouTube kanali o biznisu, podcasti, itd.) – korisni u polju razmjene iskustava i savjeta za poduzetnike.

Ilustracija 1. Institucionalni okvir za podršku poduzetništvu u BiH



izvor: investicijska fondacija Impakt

Razvoj poduzetništva u BiH zavisi od međusobne povezanosti svih navedenih aktera. Ključni izazov leži u boljoj koordinaciji između sektora i stvaranju ekosistema u kojem poduzetnici mogu lakše pristupiti finansijama, edukaciji, mentorstvu i globalnim tržištima.

ZAKONSKI OKVIR

Zakoni uglavnom daju mogućnost da se određene djelatnosti mogu obavljati u stambenom prostoru ili bez prostora. Liste djelatnosti koje se tako mogu registrovati su određene posebnim pravilnicima.

Sve ostale djelatnosti koje nisu navedene u ovim pravilnicima se moraju obavljati u poslovnom prostoru.

Pod poslovnim prostorom podrazumjeva se prostor izgrađen u skladu sa urbanističko-građevinskim propisima, a što utvrđuje nadležni organ rješenjem o odobrenju za upotrebu.

Za određene djelatnosti postoje posebni propisi koji regulišu kako se djelatnost obavlja i koje uslove poduzetnik u smislu prostora, opreme i zaposlenih mora ispuniti. Npr: trgovinske radnje, ugostitelji, pekare i neke druge djelatnosti moraju ispunjavati dodatne uslove za obavljanje djelatnosti.

Pravni okviru u domenu poduzetništva u BiH definiran je u skladu sa nadležnostima, primarno entiteta i Brčko distrikta. U nastavku je dat takstativni pregled zakonske regulative.

Bosna i Hercegovina

Zakoni koji se u određenoj mjeri tiču i poduzetništva u BiH:

- Zakon o politici direktnih stranih ulaganja u BiH (Službeni glasnik BiH, 22/15 – zadnje izmjene)
- Zakon o vanjskotrgovinskoj politici (Službeni glasnik BiH, 35/2004 – zadnje izmjene)
- Zakon o kontroli vanjskotrgovinskog prometa roba dvojne namjene (Službeni glasnik BiH, 53/2016)

Brčko distrikt BiH

Zakoni i strateški dokumenti koji se tiču poduzetništva u Brčko distriktu BiH:

- Zakon o preduzećima Brčko distrikta Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik Brčko distrikta BiH, 31/2024 – zadnje izmjene)
- Zakon o socijalnom poduzetništvu Brčko distrikta Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik Brčko distrikta BiH, 1/2022)
- Zakon o registraciji poslovnih subjekata u Brčko distriktu Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik Brčko distrikta BiH, 11/2020)
- Zakon o radu Brčko distrikta Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik Brčko distrikta BiH, 15/2022 – zadnje izmjene)

Federacija BiH

Zakoni i strateški dokumenti koji se tiču poduzetništva u FBiH:

- Zakon o privrednim društvima (Službene novine FBiH, 75/2021 – zadnje izmjene)
- Zakon o obrtu i srodnim djelatnostima u Federaciji Bosne i Hercegovine (Službene novine FBiH, 75/2021)
- Zakon o poticanju male privrede (Službene novine FBiH, 39/2024 – zadnje izmjene)
- Zakon o poduzetničkoj infrastrukturi u Federaciji Bosne i Hercegovine (Službene novine FBiH, 41/2024)
- Zakon o radu FBiH (Službene novine FBiH, 39/2024 – zadnje izmjene)
- Strategija razvoja malog gospodarstva Federacije BiH 2022.-2027. godina

U proceduri usvajanja je Nacrt zakona o društvenom poduzetništvu u Federaciji BiH.

Između ostalog, ovo zakonsko rješenje propisuje da status društvenog preduzeća može steći pravno lice, sa sjedištem u Federaciji, osnovano kao privredno društvo, zadruga, udruženje građana, fondacija, ustanova ili u nekoj drugoj, zakonom propisanoj pravnoj formi, čiji je osnivač jedno ili više, domaćih ili stranih, fizičkih i/ili pravnih lica i koje je registrirano kao društveno preduzeće u skladu sa ovim zakonom. Ovo pravno lice može steći status društvenog preduzeća i ako je u mješovitom vlasništvu, ali udio privatnog vlasništva u ukupnom vlasništvu minimalno mora biti 51 posto, dok javna preduzeća i javne ustanove ne mogu steći status društvenog preduzeća. Društveno preduzeće se registruje u posebnom Registru, koji vodi Federalno ministarstvo razvoja, poduzetništva i obrta.

Kad je u pitanju raspodjela dobiti, u Nacrtu zakona je navedeno da dio dobiti društvenog preduzeća namijenjen za isplatu članovima ili vlasnicima kapitala društvenog preduzeća ne može biti veći od 49 posto neto dobiti. Također, ovo zakonsko rješenje predviđa da društveno preduzeće primjenjuje princip demokratskog učešća svih zaposlenih u odlučivanju organa koje se ostvaruje obavezanim pribavljanjem konsultativnog mišljenja zaposlenika u društvenom preduzeću prilikom svakog odlučivanja i to o raspodjeli neto dobiti, sticanju ili raspolaganju imovinom velike vrijednosti, zatim o prestanku društvenog preduzeća.

Republika Srpska

Zakoni i strateški dokumenti koji se tiču poduzetništva u Republici Srpskoj:

- Zakon o privrednim društvima (Službeni glasnik Republike Srpske, 17/2023 - zadnje izmjene)
- Zakon o samostalnim poduzetnicima (Službeni glasnik Republike Srpske, 98/2024)
- Zakon o razvoju malih i srednjih preduzeća (Službeni glasnik Republike Srpske, 115/2024 – zadnje izmjene)
- Zakon o društvenom poduzetništvu Republike Srpske (Službeni glasnik Republike Srpske, 111/2021)
- Zakon o radu Republike Srpske (Službeni glasnik Republike Srpske, 39/2024 – zadnje izmjene)
- Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća Republike Srpske za period 2021–2027. godina
- Strategija razvoja poduzetništva žena Republike Srpske za period 2019 - 2023. godine

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

The background features a light gray world map. Overlaid on the map are several data visualization elements: a thick gray line graph that trends upwards from left to right, and a bar chart with four vertical bars of varying heights. The bars are positioned across the lower half of the page, with the tallest bar in the center-right.

Istraživanje o potrebama i uslovima poslovanja novih poslovnih poduhvata (privrednih društava i samostalnih poduzetnika starih do 42 mjeseca / 3,5 godina) koji djeluju u BiH provedeno je za potrebe Investicijske fondacije Impakt.

U kontekstu metodologije koristio se primarno kvantitativni istraživački pristup uz elemente kvalitativne metodologije u vidu analize arhivske građe (desk review), fokus grupa i struktuiranih intervjuja za triangulaciju podataka iz više izvora, odnosno, radilo se o sekvencijalnom eksplanatornom istraživanju u kojem su se kvalitativne tehnike koristile kao dodatak kvantitativnoj metodologiji, s ciljem pomoći u interpretaciji rezultata primarno kvantitativnog istraživanja.

Kao primarni izvor informacija korišten je anketni upitnik koji je plasiran poduzetnicima koji su pokrenuli biznis unutar 3 godine od anketiranja.

Anketiranje ispitanika (poduzetnika čiji poslovni poduhvati nisu stariji od okvirno 3 godine) vršeno je putem online postavljenog upitnika te distribucijom linka na upitnik potencijalnim ispitanicima. U praksi je to značilo da je upitnik bio digitaliziran, odnosno, programiran i postavljen na platformu LimeSurvey[25], sa direktnim linkom na digitaliziranu verziju upitnika.

Platforma LimeSurvey je ujedno korištena i kao mjesto gdje je pohranjena izvorna baza podataka sa odgovorima ispitanika. U trenutku kada ispitanik ispuni upitnik i pošalje odgovore, oni dolaze na server platforme i dostupni su u realno vremenu za obradu.

Prednosti ovog načina je u tome što u procesu prikupljanja podataka eliminira mogućnost greške od strane onoga ko unosi podatke jer su pitanja u upitniku programirana redoslijedom i logikom koja onemogućava suštinske greške, te su kroz softversko rješenje prevenirani mnogi nedostaci tradicionalnog anketiranja korištenjem papira i olovke (čitljivost podataka, greške u pisanju, logičke greške, greške kod unosa podataka i sl.).



Važno je naglasiti da zaštita ličnih podataka ispitanika ni u jednom dijelu istraživačkog procesa nije bila ugrožena jer je anketiranje bilo anonimno, te se od ispitanika nije tražilo ime, prezime, identifikacijski dokumenti i slični lični podaci. Podaci ostaju isključivo u vlasništvu Investicijske fondacije Impakt, te neće biti korištena u bilo kakve druge svrhe.

Podaci za potrebe ovog istraživanja prikupljeni su u periodu od marta do jula 2024. g. te je to razlog zašto među pokrenutim biznisima imamo i one iz 2024. g.

Kako je već spomenuto, dostupni arhivski podaci u ovoj analizi su korišteni kao dodatna pojašnjenja kvantitativnih podataka.

Također, osim analize dostupne dokumentacije u svrhu prikupljanja što relevantnijih kvalitativnih podataka i sticanja što potpunije slike o položaju novih poduzetnika korištene su i kvalitativne tehnike kao izvori informacija.

U okviru kvalitativnih tehnika provedena je fokus grupa sa predstavnicima institucija vlasti koji rade sa poduzetnicima, odnosno koji su uposleni u službama za ekonomski razvoj, poduzetništvo i obrte i lokalnim zajednicama ili kantonalnim ministarstvima. Fokus grupa je provedena u maju 2024. g.

Dodatno, provedeni su i strukturirani intervjui i fokus grupe sa poduzetnicima čiji biznisi nisu stariji od 3,5 godina. Učesnici vođenih intervjua i fokus grupa su poduzetnici iz različitih gradova u BiH. Intervjui i fokus grupe su provedene tokom oktobra i novembra 2024. g.

Istraživački instrument

Ispitanici su ispunjavali upitnik koji je Investicijska fondacija IMPAKT pripremila i razvilo za potrebe ove analize. Upitnik se sastoji od 102 pitanja zatvorenog (dominantno), te poluotvorenog i otvorenog tipa.

Upitnik je strukturiran u 10 segmenata/panela, pri čemu se početni panel odnosio na demografske podatke o samim ispitanicima/poduzetnicima.

Struktura upitnika prikazana je ispod:

- Panel A) DEMOGRAFSKI PODACI

Spol i dob osnivača biznisa (jednog ili više njih), godina osnivanja preduzeća, starost osnivača.

- Panel B) OBRAZOVANJE, VJEŠTINE I KOMPETENCIJE

Obrazovanje osnivača, samoprocjena posjedovanja određenih vještina i kompetencija važnih za poduzetnike, način kako je poduzetnik stekao vještine potrebne za pokretanje biznisa, neformalno obrazovanje i sl.

- Panel C) FORMALNI OBLIK REGISTRACIJE I INFORMACIJE O POSLOVNOM SUBJEKTU

Formalni oblik registracije biznisa, vrsta djelatnosti, način poslovanja prije registracije biznisa, način generiranja i razvoja poslovne ideje.

- Panel D) FINANSIRANJE I POSLOVNI REZULTATI

Izvori finansija za pokretanje biznisa, dostatnost sredstava za pokretanje biznisa iz različitih izvora, spremnost na investiranje dodatnih sredstava, oblasti poslovanja prema Klasifikaciji djelatnosti (KD BiH 2010), tržište i plasman proizvoda, stanje na tržištu, spremnost na izvoz i sl.

- Panel E) LJUDSKI RESURSI

Broj uposlenih, obrazovna struktura uposlenih, pronalazak radne snage, obuka i edukacija zaposlenih.

- Panel F) UMREŽAVANJE

Članstvo u profesionalnim ili neformalnim mrežama poduzetnika unutar ili van BiH, korištenje resursa tih mreža za širenje poslovanja.

- Panel G) PROGRAMI PODRŠKE RAZVOJU PODUZETNIŠTVA

Pohađanje neformalnog obrazovanja koje se tiče poduzetničkih vještina ili razvoja biznisa, dostupnost ovakvih programa, potrebe za jačanjem poduzetničkih ili menadžerskih vještina, korištenje mjera različitih organa vlasti namijenjenih poduzetnicima.

- Panel H) POSLOVNI AMBIJENT

Izazovi sa kojima se suočavaju poduzetnici, fiskalni i parafiskalni nameti, dostupnost i dostatnost mjera podrške poduzetnicima od strane različitih nivoa vlasti i sl.

- Panel I) PODUZETNIČKE KOMPETENCIJE (EntreComp)

Okvir kompetencija za poduzetništvo ili EntreComp pruža resurse za unaprijeđenje poduzetničkih kapaciteta evropskih građana i organizacija. Okvir ima za cilj izgradnju konsenzusa o zajedničkom razumijevanju poduzetničke kompetencije definisanjem 3 područja kompetencija, 15 kompetencija, ishoda učenja i nivoa stručnosti. Poduzetničke kompetencije su propitivane kroz sub-skalu od 22 pitanja Likertovog tipa, sa 7 podioka odgovora, pri čemu se ocjena 1 odnosi na to da određena karakteristika ili sposobnost uopće nije izražena, dok se ocjena 7 odnosi na to da je određena karakteristika ili sposobnost jako visoko izražena kod ispitanika.

- Panel J) CROSS-CUTTING TEME

Ova sekcija obuhvatala je teme kao što su korištenje umjetne inteligencije u poslovanju i razvoju poslovanja, prosocijalna ponašanja i podrška zajednici (volontiranje, učešće u humanitarnim aktivnostima i sl.)

Strukturalno, upitnik se dominantno sastoji od pitanja sa ponuđenim odgovorima, dok je manji broj pitanja otvorenog ili poluotvorenog tipa.

Upitnik se u svojoj strukturi sastoji od pitanja koja služe kao logičke kontrole („jumperi“) te ne odgovaraju nužno svi ispitanici na sva pitanja, jer su neka pitanja uslovljena odgovorima na prethodna pitanja (različiti „scenariji“). Upitnik je razvijen u komercijalnoj istraživačkoj aplikaciji Lime Survey[26].

[26] Lime Survey: <https://www.limesurvey.org/>

Analiza podataka

Statistička obrada kvantitativnih podataka izvršena je korištenjem Statističkog paketa za društvene nauke (IBM Statistical Package for the Social Sciences SPSS, v. 20). Rezultati su tekstualno interpretirani, te grafički i tabelarno prikazani u sveobuhvatnom izvještaju koji predstavlja sintezu nalaza dobijenih korištenjem različitih istraživačkih metoda.

Dodatno, u svrhu analize prikupljenih podataka korišten je i open-source programski jezik R[27] (www.r-project.org).

Pri izradi ove analize korišteni su podaci državnih institucija Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine i Zavoda za statistiku Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske te drugih relevantnih institucija.

Uzorak ispitanika

Populaciju za ovo istraživanje u širem smislu čini su poduzetnici koji imaju pokrenut biznis na području Bosne i Hercegovine.

Termin poduzetnik (eng. entrepreneur), u svom izvornom značenju, porijeklo vuče iz Francuske gdje je u 13. vijeku terminom „entreprendre“[28] označavan neko ko je spreman nešto poduzeti ili učiniti.

Kasnije, do 16. vijeka, termin je evoluirao i nastala je imenica „entrepreneur“ koja se odnosi na nekoga tko poduzima poslovni projekt ili špekulaciju.

Kasnije, u razvoju ekonomske nauke, u 19. vijeku francuski ekonomist Jean-Baptiste Say[29] opisao je poduzetnika kao onoga koji "prebacuje ekonomske resurse iz područja niže u područje veće produktivnosti i većeg prinosa", čime je proširio doslovni prijevod s francuskog, "onaj koji poduzima", da obuhvati koncept stvaranja vrijednosti.

Kasnije, poznati austrijski ekonomist, Joseph Schumpeter[30], skovao je pojam „Unternehmer“ pod kojim je mislio na poduzetnički duh. Drugim riječima, netko tko identificira komercijalnu priliku, bilo da se radi o materijalu, proizvodu, usluzi ili poslu, a zatim organizira pothvat ili sistem da to provede tako da zaradi novac.

U svom historijskom razvoju, termin se odnosio i odnosi na osobu, ljudsko biće, koje poduzima određeni poslovni poduhvat.

Dakle, poduzetnik je fizičko lice koje je registrovano i koje obavlja poduzetničke djelatnosti u svoje ime i za svoj račun[31]. Ovo lice se putem registrovanog subjekta može koristiti i radom drugih lica, a s kojima je obavezan zaključiti adekvatne ugovore[32].

[27] <https://www.r-project.org/>

[28] Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.

[29] Ibid.

[30] Ibid.

[31] Zakon o samostalnim poduzetnicima (Službeni glasnik Republike Srpske, br. 98/2024)

[32] Zakon o obrtu i srodnim djelatnostima u Federaciji BiH (Službene novine Federacije BiH, br. 75/21)

Međutim, populaciju za potrebe ovog istraživanja nisu činili svi poduzetnici u BiH. Fokus ovog istraživanja su novi poduzetnici, odnosno osobe koje imaju poslovni poduhvat koji je star do okvirno 3 i po godine, a koji su registrovani na području BiH (Brčko distrikt BiH, Federacija BiH, Republika Srpska).

Dakle, za potrebe ovog istraživanja ispitanike su mogli činiti svi poduzetnici čiji je poslovni poduhvat osnovan 2021. g. ili je mlađi. Odnosno, relevantne godine osnivanja biznisa su 2021., 2022., 2023. i 2024. g. (do sredine 2024. g.).

Na ovaj način smo ograničili da su novi poslovni poduhvati oni koji su stari do 42 mjeseca[33], što je u skladu sa uobičajenom definicijom novih poslovnih poduhvata.

Pod poslovnim poduhvatom smo podrazumijevali različite formalne oblike registracije:

- Obrt (SP, SPP)
- SZR
- STR
- SUR
- Društvo sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.)
- Dioničarsko društvo (d.d.) ili akcionarsko društvo (a.d.)
- Društvo sa neograničenom solidarnom odgovornošću

Privatna zdravstvena ustanova

Važno je spomenuti da za potrebe ovog istraživanja nismo u obzir uzimali poljoprivredna gazdinstva (ppg) ili komercijalna poljoprivredna gazdinstva (kpg). Odgovori koji su se, i pored instrukcija za ispunjavanje, odnosili na poljoprivredna gazdinstva su isključeni iz finalne baze te nisu ušli masu podataka za analizu.

Ovako usko definirana kategorija novih poduzetnika činila je vrlo usku nišu ukupne populacije poduzetnika u BiH. Uska definicija mogućih ispitanika predstavljala je i izazov za prikupljanje podataka sa terena.

Baza odgovora koja je prikupljena za potrebe ovog istraživanja sačinjena je od odgovora osoba, predstavnika preduzeća, koje ispunjavaju eliminatorne kriterije.

Obzirom na vrlo usko definiranu ciljnu grupu za ispitivanje, distribucija upitnika na terenu rađena je putem nekoliko kanala i resursa.

Kontaktirane su sve lokalne zajednice i njihove službe koje u svojoj nadležnosti imaju razvoj poduzetništva. Dodatno, kontaktirana su udruženja, asocijacije i mreže koje okupljaju poduzetnike.

Dodatno, upitnik smo distribuirali i prema kontaktima koji su koristili resurse Investicijske fondacije Impakt u prethodnom periodu.

Od svih ovih instanci traženo je da plasiraju upitnik do predstavnika poslovnih poduhvata koji odgovaraju definiranom profilu u pogledu datuma osnivanja i poduzetničkog fokusa (bez poljoprivrednih gazdinstava).

[33] Halabisky, D (2012) Entrepreneurial Activities in Europe – Youth Entrepreneurship. OECD (2012)

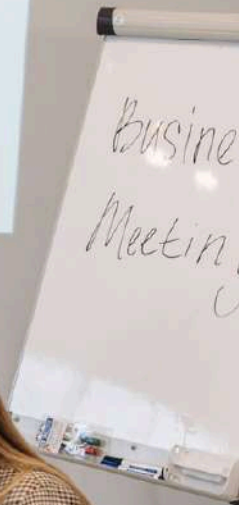
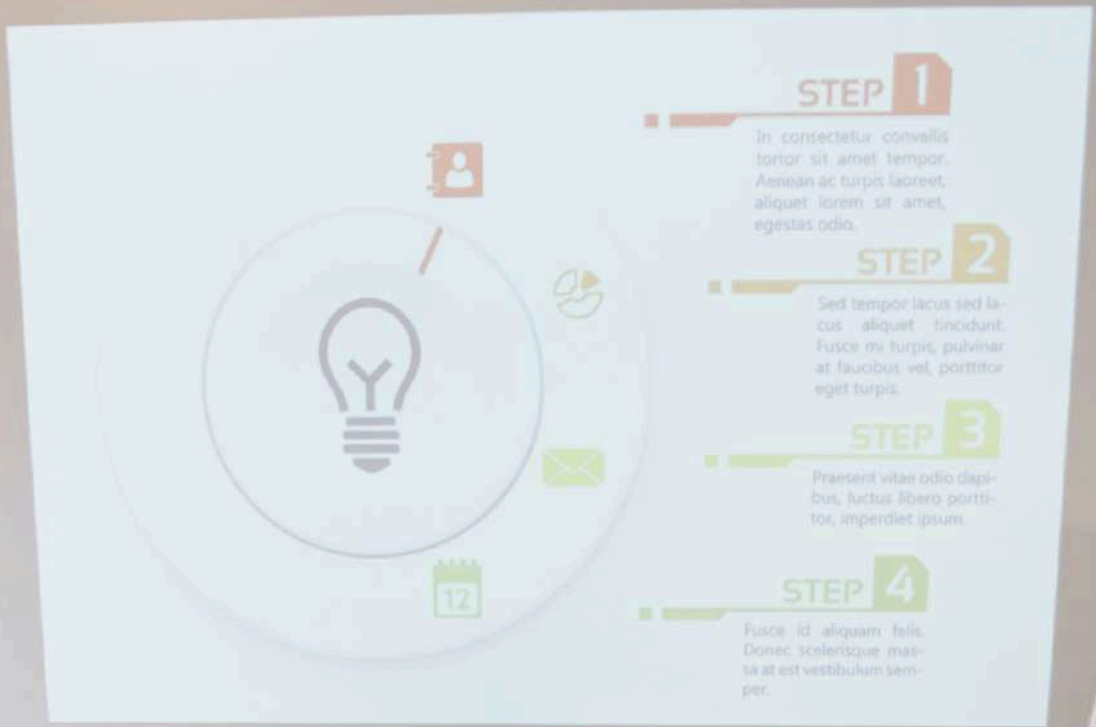
U konačnici, nakon kompletiranja rada na terenu, animiranja različitih instanci i organizacija da distribuiraju upitnik do poduzetnika koji ogovaraju definiranom profilu, naš uzorak činili su odgovori od 335 poslovnih poduhvata iz svih dijelova BiH.

Imali smo odgovore na anketu iz 69 lokalnih zajednica u BiH, što čini 48,25% svih lokalnih zajednica u BiH.

Za ovako usko definiranu populacijsku nišu, uzorak ove veličine (kao i njegova geografska disperzija), vjerujemo da predstavlja reprezentativan set odgovora za generalizabilnost prikupljenih podataka na populaciju novih poduzetnika u BiH.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA







demographic

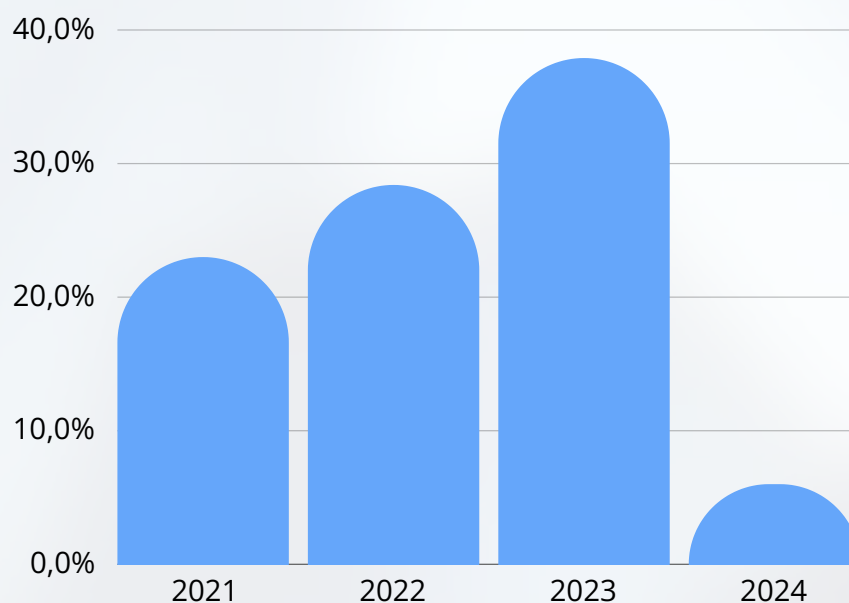
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE UZORKA

U nastavku su predstavljene ključne karakteristike uzorka korištenog za potrebe izrade ove analize.

Kao što je prethodno navedeno, na upitnik je odgovorilo 335 predstavnika poslovnih subjekata koji su osnovani u periodu 2021. - 2024. godine.

Disperzija uzorka po godinama osnivanja prikazana je ispod.

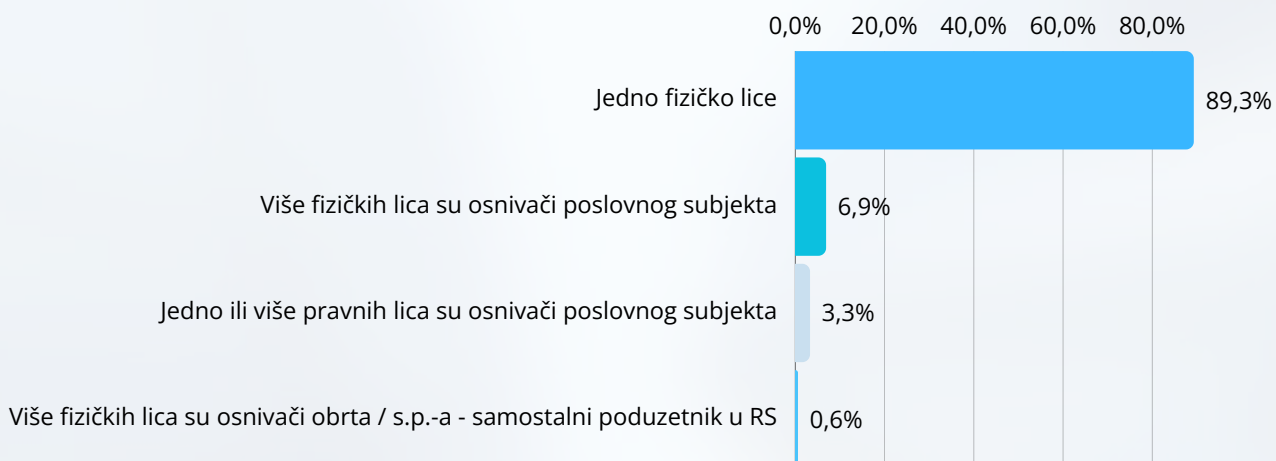
Grafik 16. Disperzija uzorka po godinama osnivanja poslovnog poduhvata



izvor: investicijska fondacija impakt

Najviše biznisa koji su odgovorili na upitnik osnovano je tokom 2023. g. (37,9%), dok je 28,4% osnovano tokom 2022. g. Najmanje ih je osnovano tokom 2024. g., a obrazloženje treba tražiti u primarnom fokusu istraživanja na biznise osnovane u periodu od 2021. do 2023. g. te da su podaci u istraživanju prikupljeni do sredine 2024. g.

Grafik 17. Osnivačka struktura

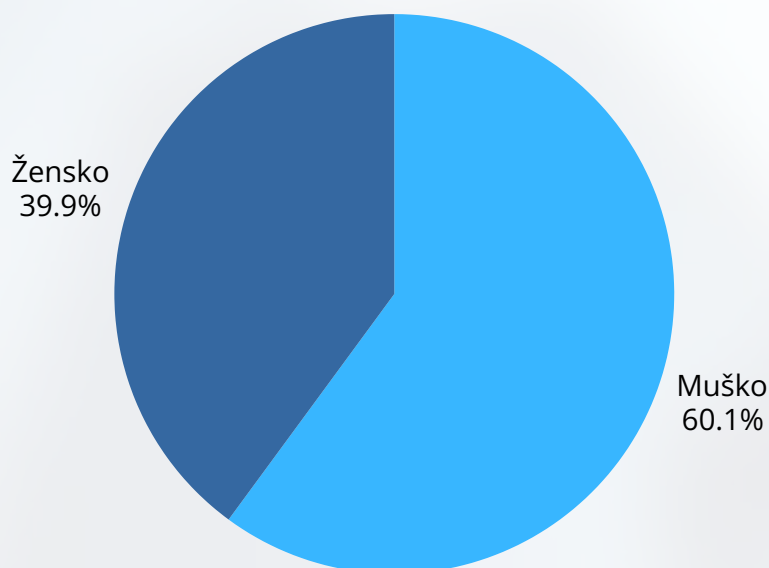


izvor: investicijska fondacija impakt

Kada govorimo o osnivačkoj strukturi novih poslovnih poduhvata, dominantan broj biznisa osnovan je od strane jedne jednog fizičkog lica (89,3%). Kod 6,9% biznisa više fizičkih lica su osnivači poslovnog subjekta, dok 0,6% novih obrta ili s.p.-ova je kao osnivače imalo više fizičkih lica.

Zanimljivo je da imamo 3,3% novih biznisa koji su osnovani od strane jednog ili više pravnih subjekata. Opaženi rezultati su u skladu sa očekivanjima i trendovima na tržištu, ali i u skladu sa samom definicijom poduzetnika, koju smo spomenuli kod definiranja uzorka.

Grafik 18. Spolna struktura osnivača



izvor: investicijska fondacija impakt

Kada se govori o poduzetnicima, vrlo često se spominju muškarci, dok su žene u znatno manjoj mjeri percipirane kao poduzetnice.

Međutim, nalazi našeg istraživanja ukazuju na to da su žene vrlo prisutne u poduzetničkoj zajednici te da dominacija muškaraca u populaciji, barem novih poduzetnika u BiH, nije u tolikoj mjeri izražena. Naime, tri od pet osoba koje su ispunile upitnik su muškarci (59,9%), dok su dvije od pet osoba koje su nam odgovorile na upitnik bile žene (39,8%).

Da ovaj opaženi trend nije slučajan pokazuju i podaci iz Situacione analize položaja i potreba mladih poduzetnika u BiH iz 2022. g. U ovom istraživanju mlade vlasnike biznisa je činilo 38,8% žena i 60,2% muškaraca[34].

Spolna struktura poduzetnika u svijetu pokazuje različite trendove ovisno o kojoj državi govorimo. Generalno gledano, prema podacima Svjetske Banke, oko jedne trećine svih poduzetnika čine žene i dvije trećine muškarci. Spolne razlike su najviše vidljive u zemljama Afrike i nerazvijenim zemljama, dok su ove razlike najmanje vidljive u razvijenim zemljama[35].

Slična je situacija i u Srbiji gdje je u 2023. g. jedna trećina žena (31,2%) bila vlasnikom biznisa[36].

Dobna struktura realiziranog uzorka otkriva da je dominantan udio vlasnika novih poslovnih poduhvata u BiH u dobi od 31 do 45 godina (44,5%), a što su ujedno percipirane kao najproduktivnije godine, odnosno godine kada osobe imaju određeno profesionalno iskustvo i zrelost kako bi se odlučili na korak koji podrazumijeva pokretanje vlastitog biznisa.



89.30%

Individualno osnivanje
poslovnog poduhvata



10.70%

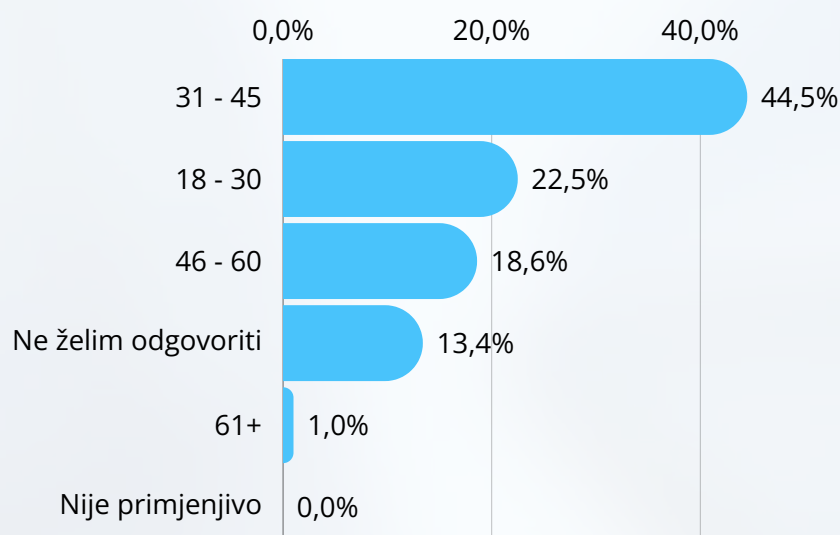
zajedničko osnivanje
poslovnog poduhvata

[34] Institutu za razvoj mladih KUT (2022) Situaciona analiza problema i potreba biznisa vođenih od strane mladih poduzetnika u BiH (Halabisky, D. (2012) Entrepreneurial Activities in Europe – Youth Entrepreneurship. OECD (2012))

[35] Svjetska Banka (2022) We-Data: Measuring the gap in female entrepreneurship around the world

[36] UN Women (2023) Poduzetništvo žena u Srbiji – 10 godina kasnije (https://eca.unwomen.org/sites/default/files/2023-06/UN_Women_Poduzetništvo_zena_u_Srbiji_SRB_web.pdf)

Grafik 19. Dobna struktura vlasnika novih poslovnih poduhvata



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Zanimljivo je da imamo 22,5% ispitanih koji su pokrenuli biznis a imaju od 18 do 30 godina. Ovo je posebno važan podatak jer ukazuje da mladi u BiH[37] iskazuju spremnost za pokretanjem biznisa, te da predstavljaju jednu petinu osoba koje pokreću novoosnovane poslovne poduhvate.

Nešto manje od jedne petine (18,6%) novoosnovanih poslovnih poduhvata ima vlasnike koji su u dobi od 46 do 60 godina starosti.

Samo 1% novopokrenutih poslovnih subjekata ima preko 61 godinu.

Treba istaknuti i da 13,6% ispitanih nije bilo spremno dati odgovor na ovo pitanje.

Vrlo slične podatke o dobnoj i spolnoj strukturi zabilježilo je istraživanje o preprekama u razvoju poduzetništva u BiH[38].

Uočeni podaci mogu imati implikacije na planiranje mjera koje se odnose na podršku pokretanju novih poslovnih poduhvata ili tek osnovanim poslovnim poduhvatima. Naime, mjere podrške poslovnim poduhvatima često znaju biti fokusirane na određenu dobnu grupu. Međutim, podaci otkrivaju da je duh poduzetništva prilično prisutan među svom radno-sposobnom populacijom te da mjere podrške ne bi trebale nužno praviti dobne granice, osim ako ne želimo specifično ciljati određenu dobnu grupu.

Naravno, uočeni podaci ukazuju i na to da dobna ograničenja mjera podrške imaju uporište u empiriji jer među novim poduzetnicima dominira grupa u dobi od 31 do 45 godina starosti.

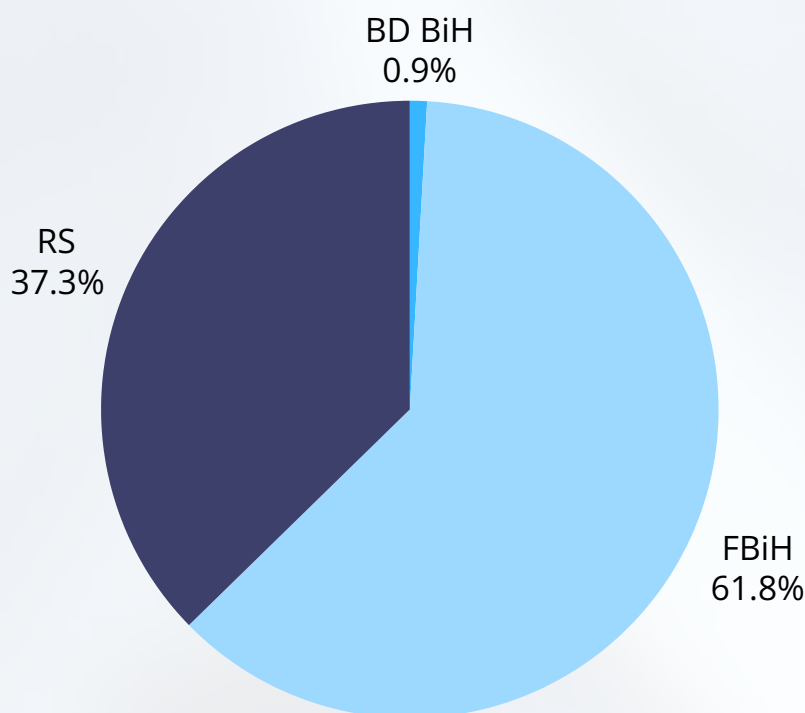
[37] Mladi u BiH su definirano sa 3 zakona o mladima i omladinskom organiziranju na nivou BD BiH, FBiH i republike Srpske kao osobe u dobi od 15 do 30 godina starosti.

[38] Mujkić, A (2021) Analiza barijera razvoja poduzetništva u BiH (<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ba/Analiza-barijera-razvoju-poduzetnistva-u-BiH.pdf>)

Poslovni subjekti obuhvaćeni ovim istraživanjem registrovani su u lokalnim zajednicama širom BiH. Već smo spomenuli da smo anketirali poslovne subjekte iz 69 lokalnih zajednica u BiH, što čini obuhvat od 48,3% lokalnih zajednica.

Obuhvaćeni uzorak je izbalansiran i po entitetskom parametru te imamo nešto manje od dvije trećine poslovnih subjekata iz FBiH, dok ih je 37,3% iz Republike Srpske. Treba istaknuti i da su 3 anketirana poslovna subjekta (0,9%) bila iz Brčko distrikta BiH. Opažen disperzija je u skladu populacijskim sa trendovima o broju i biznisa u entitetima.

Grafik 20. Entitetska disperzija anketiranih novih poslovnih subjekata



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Geografska disperzija po mjestu registracije poslovnog subjekta prikazana je na ilustraciji 2. Na osnovu podatka o disperziji možemo zaključiti da obuhvaćeni uzorak u mnogome obuhvata sve regije Bosne i Hercegovine. Izuzetak može biti Zapadna Hercegovina, koja je u manjoj mjeri zastupljena u realiziranom uzorku.

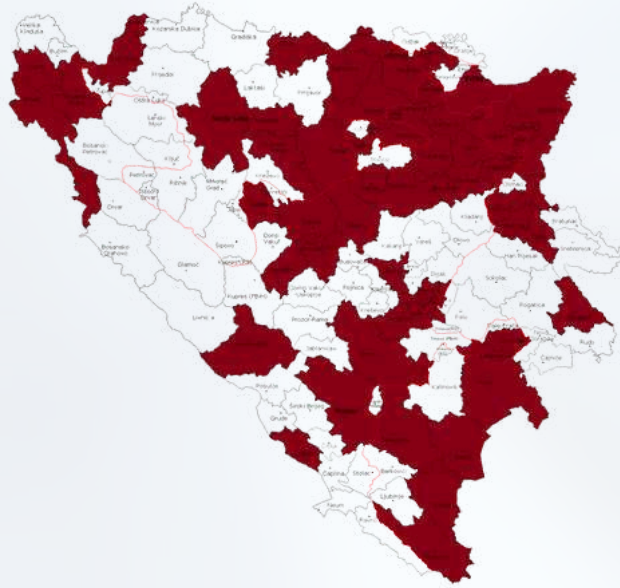
Dodatno, na osnovu broja pristiglih anketa, možemo primijetiti da se posebno ističu regije sjevernog dijela BiH (banjalučka, tuzlanska, bijeljinska) te šira sarajevska regija kao regije odakle dolazi najveći broj poslovnih poduhvata koji su ispunili anketu.

[37] Mladi u BiH su definirano sa 3 zakona o mladima i omladinskom organiziranju na nivou BD BiH, FBiH i republike Srpske kao osobe u dobi od 15 do 30 godina starosti.

[38] Mujkić, A (2021) Analiza barijera razvoja poduzetništva u BiH

(<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ba/Analiza-barijera-razvoju-poduzetništva-u-BiH.pdf>)

Ilustracija 2. Disperzija realiziranog uzorka novih poslovnih poduhvata prema mjestu registracije



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Razuđena geografska disperzija uzorka, kao i realizirani broj anketa za ovako usko definiranu populaciju, omogućavaju nam da uočene rezultate na uzorku u znatnoj mjeri generaliziramo i na populaciju novih poduzetnika u BiH.





OBRAZOVANJE, VJEŠTINE I KOMPETENCIJE

U okviru istraživanja analizirali smo obrazovnu strukturu pokretača novih poslovnih poduhvata. Najveći broj novih poduzetnika su osobe koje imaju srednjoškolsko obrazovanje. Naime, jedna trećina ispitanika (33,6%) imala je kompletirano srednje četverogodišnje obrazovanje, dok ih je 19,2% imalo kompletirano srednje trogodišnje obrazovanje. Ukupno gledano, 52,8% ispitanih je kao najveći nivo obrazovanja imalo završenu srednju školu.

Ovaj podatak je u skladu i sa populacijskim podacima o obrazovanju u BiH gdje dominantan udio populacije kao najveći nivo obrazovanja ima završenu srednju školu.

Međutim, poduzetnika sa kompletiranim fakultetskim obrazovanjem bilo je 43,8%, što je ipak nešto iznad udjela fakultetski obrazovanog stanovništva u BiH.

Očekivano, kao najčešći nivo fakultetskog obrazovanja navodi se kompletiran prvi nivo (bachelor) te je 27,4% ispitanih kao fakultetsko obrazovanje imalo kompletirano ovaj nivo. Magistara je bilo 13,6%, dok 2,8% novopokrenutih poslovnih poduhvata za vlasnike ima doktore nauka.

Podaci iz regije također ukazuju na to da osobe s višim nivoom obrazovanja pokazuju veću poduzetničku kreativnost i proaktivnost u pokretanju poslovnih inicijativa.

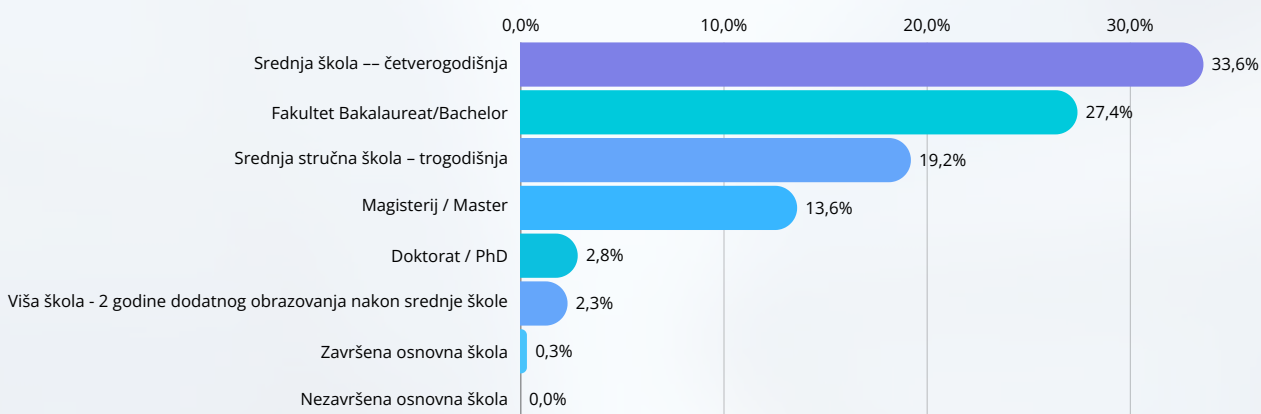
U istraživanju u Hrvatskoj u 2022. g. je 49,3% poduzetnika imalo fakultetski nivo obrazovanja (svi nivoi)[39].

U već spomenutoj Analizi barijera za razvoj poduzetništva u BiH 44,6% ispitanih je imao visoko obrazovanje (neki stepen).

Možemo zaključiti da je prosječan osnivač biznisa uglavnom visokoborazovana osoba, u dobi od 31 do 45 godina, i možemo zaključiti da se trend po pitanju obrazovanja značajno promijenio u odnosu na ranije godine (kada su među poduzetnicima uglavnom bile osobe sa srednjim obrazovanjem).

[39] Centar za politiku razvoja malih i srednjih preduzeća i poduzetništva (2023) Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? (<https://www.cepor.hr/GEM%20zbornik%202022%2005%2007%202023.pdf>)

Grafik 21. Obrazovna struktura novih poduzetnika



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Analizirajući kvalitativne odgovore o zanimanjima koja su stekle osobe koje su odgovarale na upitnik, nismo mogli uočiti određene specifične obrasce. Naime, ispitanici imaju vrlo različita zanimanja i profesije, kako na nivou srednjeg obrazovanja tako i na nivou fakultetskog obrazovanja.

Na osnovu prikupljenih podataka ne možemo tvrditi da su poduzetnici skloniji nekoj specifičnoj grupi zanimanja.

Podatak do kojeg smo došli na osnovu fokus grupa odnosi se na to da novi poduzetnici ne percipiraju formalno obrazovanje i njegovo usmjerenje kao nužne za bavljenje određenom vrstom posla pri pokretanju poslovnog poduhvata.

Ispitanici formalno obrazovanje smatraju važnim, ali ne i presudnim u odluci kakav poslovni poduhvat će pokrenuti. Formalno obrazovanje, uz profesionalno iskustvo, smatraju važnim za stjecanje kompetencija u određenoj oblasti. Novim poduzetnicima je u određenoj mjeri, ali ne uvijek, važno da imaju određeno iskustvo ili znanje u oblasti u kojoj pokreću biznis.

Međutim, poslovna ideja i uočena prilika na tržištu su ključni faktori koje su novi poduzetnici isticali kao one koji su prevagnuli u odluci da pokrenu vlastiti biznis. Ovo su ujedno dvije ključne karakteristike koje su nam u fokus grupama poduzetnici izdvojili kao presudne za uspjeh poslovnog poduhvata na koji se neko odluči.

Ovakvi podaci oslikavaju prirodu poduzetnika, koji se ponekad odlučuju na poslovne poduhvate koji uopće nisu ili ne trebaju biti vezani za njihovu primarnu profesionalnu vokaciju.

Dodatno, osim nivoa obrazovanja analizirali smo i kako su novi poduzetnici stekli znanja koja su im neophodna za pokretanje biznisa.

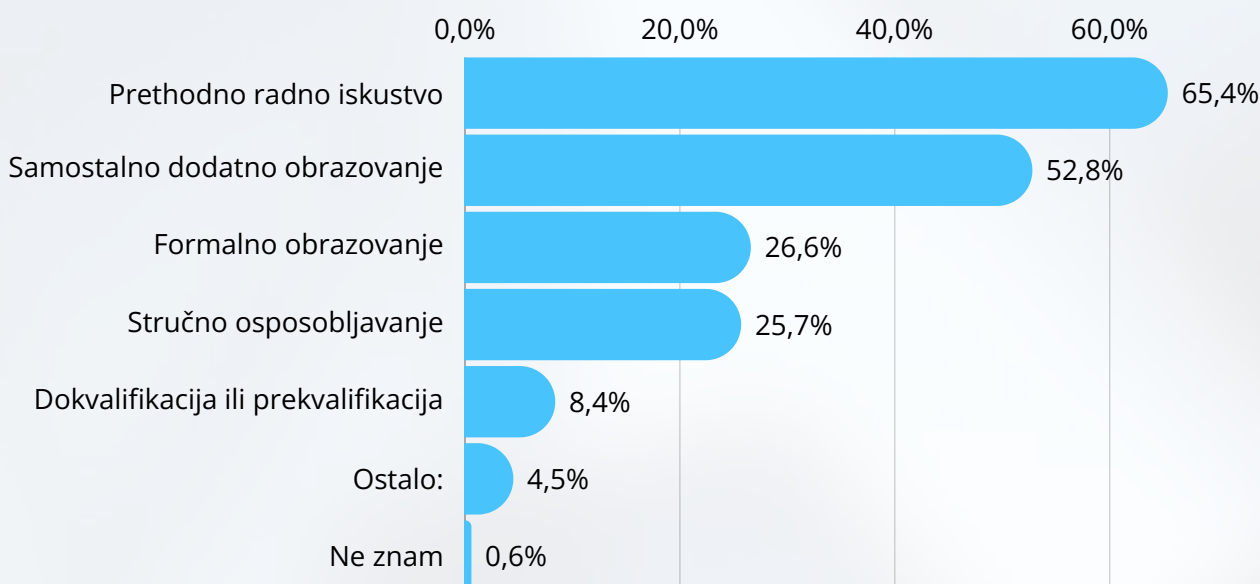
Novi poduzetnici se u najvećoj mjeri oslanjaju na prethodna radna iskustva prilikom pokretanja biznisa. Naime, dvije trećine (65,4%) ispitanih smatra da su im znanja i vještine stečene na nekom od prethodnih radnih angažmana predstavljali mjesta na kojima su stjecali potrebna znanja za posao kojim se sada samostalno bave.

U fokus grupama su poduzetnici isticali da to prethodno stečeno znanje ne podrazumijeva nužno neki široki set vještina, nego vrlo često usko specijaliziran set informacija i znanja za koje su procijenili da su im dovoljni za samostalno bavljenje određenim biznisom (npr. pored funkcionalnog obavljanja nekog posla ili zadatka, važna informacija koja im treba odnosila se na kanale nabavke resursa i kanale prodaje roba i usluga).

Posebno je važno istaknuti da je 52,8% ispitanika odgovorilo da su znanja i vještine potrebne za bavljenje biznisom stjecali samostalno kroz vlastito dodatno obrazovanje. Ovo ukazuje na važnost dostupnosti neformalnog obrazovanja kao načina stjecanja različitih vještina.

Ova dva podatka ukazuju na spremnost poduzetnika da se dodatno usavršavaju, obrazuju i na različite načine stječu znanja potrebna za pokretanje i vođenje određenog biznisa.

Grafik 22. Način stjecanja vještina i znanja potrebnih za pokretanje biznisa



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Zanimljivo je da 26,6% ispitanih smatra da im je formalno obrazovanje omogućilo da steknu potrebne vještine i znanja za bavljenje određenim biznisom.

Dakle, profesionalno zvanje i stečeno formalno obrazovanje nisu se pokazali kao posebno važan prediktor u razmatranju u kojoj branši bi se neko mogao okušati kao poduzetnik.

Uočeni podaci ukazuju na značaj praktičnog iskustva u razvoju poduzetničkih sposobnosti i kompetencija, te uz sve ostale podatke u istraživanju, potrebno je istaknuti potrebu za unapređenjem formalnih obrazovnih programa i većom dostupnošću specifičnih programa dokvalifikacije i stručnog osposobljavanja.

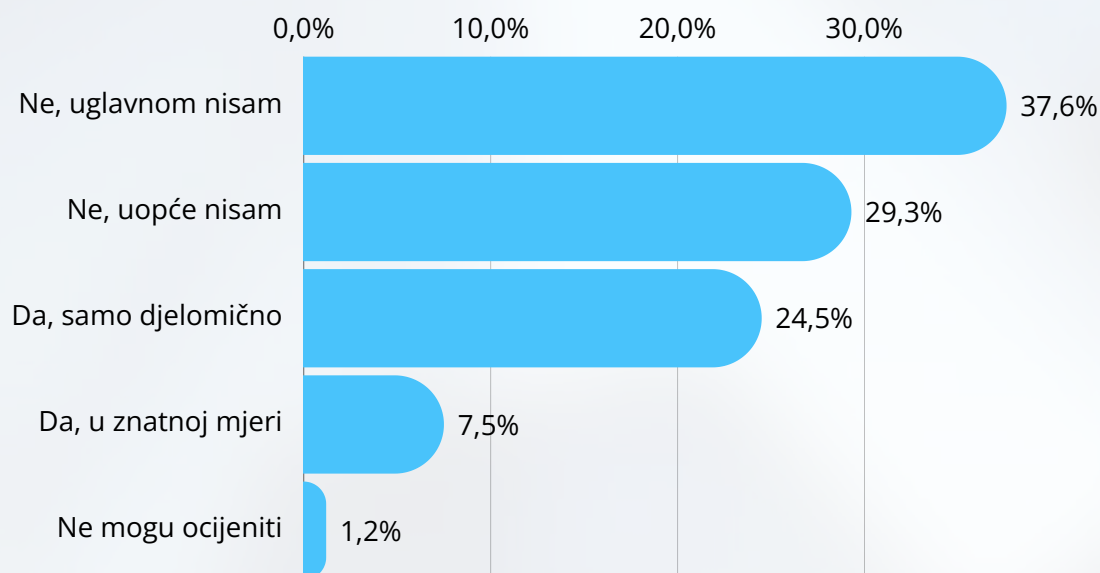
U prilog ovoj navedenoj tezi su i odgovori ispitanika na pitanje o tome u kojoj mjeri su tokom formalnog obrazovanja pripremani za poduzetništvo. Dvije trećine ispitanih (66,9%), osoba koje su se odlučile na to da postanu poduzetnici, je izjavilo da uopće ili uglavnom nisu pripremani za poduzetništvo tokom formalnog obrazovanja. Pri tome, njih 29,3% tvrdi da uopće nisu pripremani za iskorak u ovom smjeru.

Ovi rezultati sugerišu da postoji hitna potreba za integracijom poduzetničke obuke i okvira za poduzetničke kompetencije u obrazovne kurikulume, a s obzirom da je poduzetništvo cross-cutting kompetencija koja se odnosi na više oblasti, potrebno je uložiti mnogo napora u prilagođavanju programa, aktivnosti i intervencija u različitim oblastima vodeći računa o eksperimentalnom učenju kao esencijalnom dijelu poduzetničkog učenja.

Jedna četvrtina ispitanih (24,5%) smatra da su samo djelomično pripremani za poduzetništvo. U strukturi zanimanja osoba koje su dale ovakav odgovor u znatnoj mjeri su prisutna formalna obrazovanja koja imaju veze sa ekonomskim usmjerenjima.

Samo 7,5% novih poduzetnika tvrdi da su tokom formalnog obrazovanja (tokom srednje škole ili fakulteta) u znatnoj mjeri pripremani na poduzetnički iskorak. U pravilu, među ovom grupom ispitanika dominiraju osobe koje su kao formalno obrazovanje završile neki vid ekonomskog (ili u manjoj mjeri tehničkog/inženjerskog obrazovanja).

Grafik 22. Formalno obrazovanje i priprema za poduzetničke korake



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Rezultati ukazuju na to da formalno obrazovanje u BiH uglavnom ne priprema osobe za poduzetništvo, osim donekle u vrlo uskom krugu obrazovnih usmjerenja.

Nedostatak poduzetničkih vještina (finansije, marketing, planiranje, tehnologija i sl.) predstavlja posebnu prepreku da bi se osobe odlučile na pokretanje biznisa. Naime, u istraživanju[40] iz 2019. g. 68,2% žena je izjavilo da im je nedostatak ovih vještina bila važna ili izuzetno važna prepreka za pokretanje biznisa.

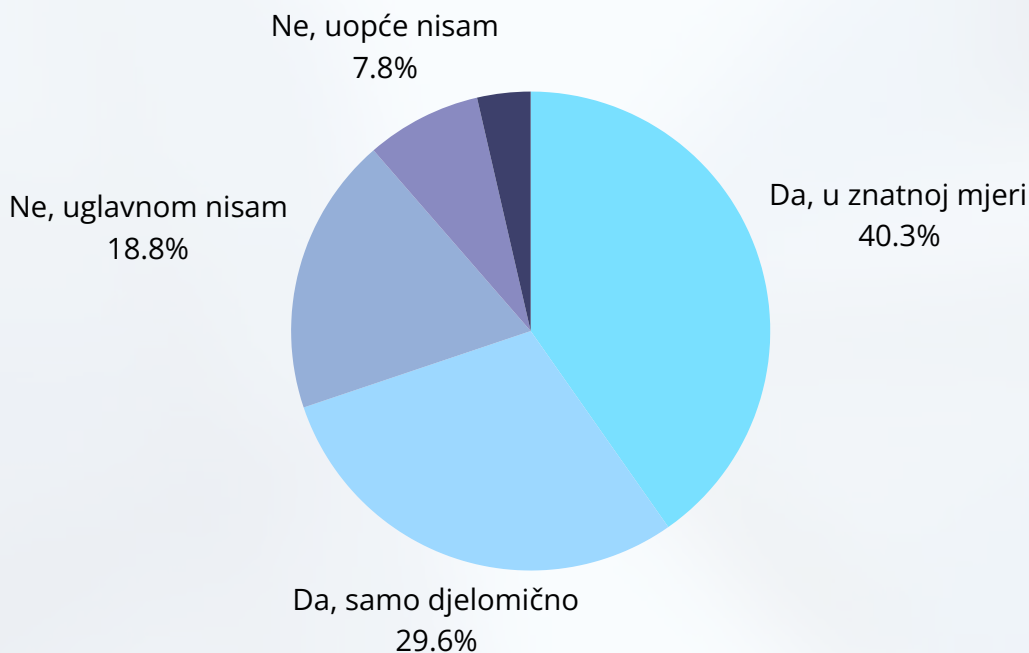
Poduzetnici podršku u osmišljavanju, pokretanju i razvoju svoje poslovne ideje najčešće crpe iz najbližeg kruga – porodice.

Dvije od pet osoba koje su nedavno pokrenule poslovni poduhvat imali su značajnu podršku roditelja. Dodatno, njih 29,6% imalo je djelomičnu podršku porodice.

Sa druge strane, jedna četvrtina poduzetnika smatra da nije imala dovoljnu podršku od strane porodice u pokretanju biznisa, pri tome njih 7,8% smatra da nije imalo nikakvu podršku porodice tokom pokretanja biznisa.

[40] Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu (2019) Žensko poduzetništvo – Pregled stanja i preporuke za budućnost (https://www.efsa.unsa.ba/ef/sites/default/files/women_in_business.pdf)

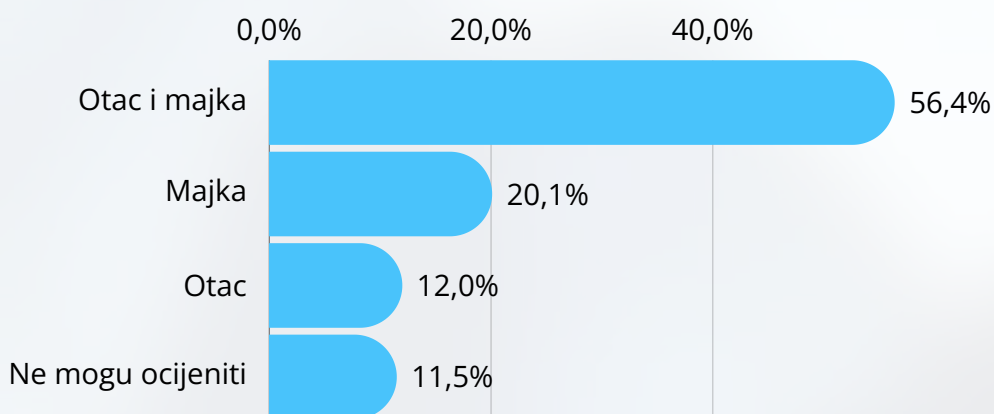
Grafik 23. Podrška porodice poduzetnicima



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Analizirali smo i to ko unutar porodice pruža podršku poduzetnicima. Zanimljivo je da većina poduzetnika smatra da je podršku dobijalo podjednako i od oca i od majke (56,4%). Jedna petina ispitanih smatra da je veću podršku dobijalo od majke, dok njih 12% smatra da je veću podršku imalo od oca.

Grafik 25. Članovi porodice koji podržavaju poduzetnike



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Uočeni podaci ukazuje na to da roditelji mogu imati veliki uticaj na poduzetničke aspiracije i uspjeh svoje djece. S obzirom na činjenicu da postoji ozbiljan potencijal za jačanje ove podrške, potrebno je razviti programe usmjerene na jačanje roditelja kao primarnih edukatora kad je u pitanju prvenstveno poduzetnički duh i vještine. Npr. projekt ParENTpreneurs[41] obrađuje ovu tematiku te su adresirane poduzetničke kompetencije kao što su: kreativno razmišljanje, vrednovanje ideja, samosvijest i osobna efikasnost, angažiranje drugih sudionika i rješavanje problema i donošenje odluka.

[41] <https://parentpreneur.com/>





NOVI PODUZETNICI I DIJASPORA

Poduzetništvo može biti vrlo važna karika u zadržavanju stanovništva u BiH, bilo kroz zadržavanje radne snage kreiranjem novih radnih mjesta, bilo kroz kreiranje uslova za povrat osoba koje su već napustile BiH.

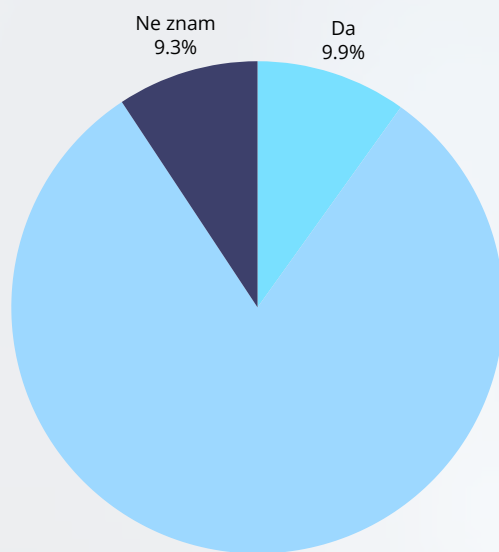
U tom kontekstu ispitali smo da li među novim poslovnim poduhvatima postoje veze sa dijasporom ili povratnicima u BiH.

Očekivano, većina novih poslovnih subjekata (80,9%) u osnivačkim strukturama nema povratnike u BiH. Međutim, 9,9% novopokrenutih biznisa među osnivačima ima povratnike u BiH.

Ovo je izuzetno važan podatak koji govori o tome da u svakom desetom novom poslovnom poduhvatu u BiH uključene su osobe koje se vraćaju u BiH iz inostranstva. Nalaz ukazuje na to da trebamo posvetiti posebnu pažnju povezivanju naše dijaspore ili povratnika koji se vraćaju sa specifičnim vještinama i mjerama podrške novim biznisima.

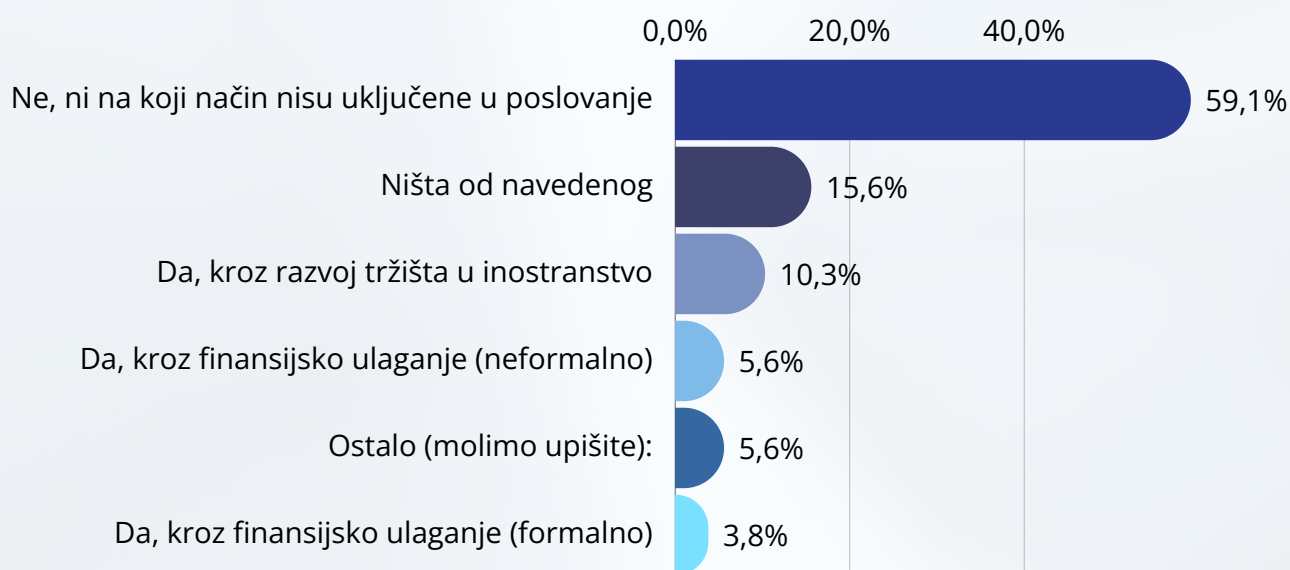
Grafik 26. Povratnici u BiH i novi poslovni poduhvati

Da li među osnivačima poslovnog subjekta ima povratnika u BiH iz inostranstva/dijaspore?



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Grafik 28. Oblici uključenosti povratnika u nove poslovne poduhvate



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Zaključno, povratnici u BiH predstavljaju važan faktor i na polju razvoja poduzetništva. Njihov značaj nije jednodimenzionalan i ogleda se u nekoliko aspekata. Svaki deseti novi poslovni poduhvat među osnivačima ima povratnike u BiH. Dodatno, povratnici u BiH sa sobom donose vještine i znanja stečena u inostranstvu za pokretanje biznisa u BiH. Povratnici su uključeni i u širenje tržišta osnovanih biznisa u inostranstvu, te kroz finansijsko ulaganje u novopokrenute biznise.

Prema podacima Centralne Banke Bosne i Hercegovine, u 2023. g. novčane doznake iz inozemstva, odnosno personalni transferi pristigli na račune lica u BiH iznosile su 3,79 milijardi KM i veće su za 203 miliona KM u odnosu na godinu prije. Ostali tekući transferi iznose 1,48 milijardi KM, od čega se najveći dio, u iznosu od 1,36 milijardi KM, odnosi na penzije iz inozemstva.

Uočeni podaci pokazuju potencijal koji dijaspora BiH ima u intenziviranju privrednih djelatnosti u BiH, ako bi dio ovih sredstava bio usmjeren u poduzetništvo.







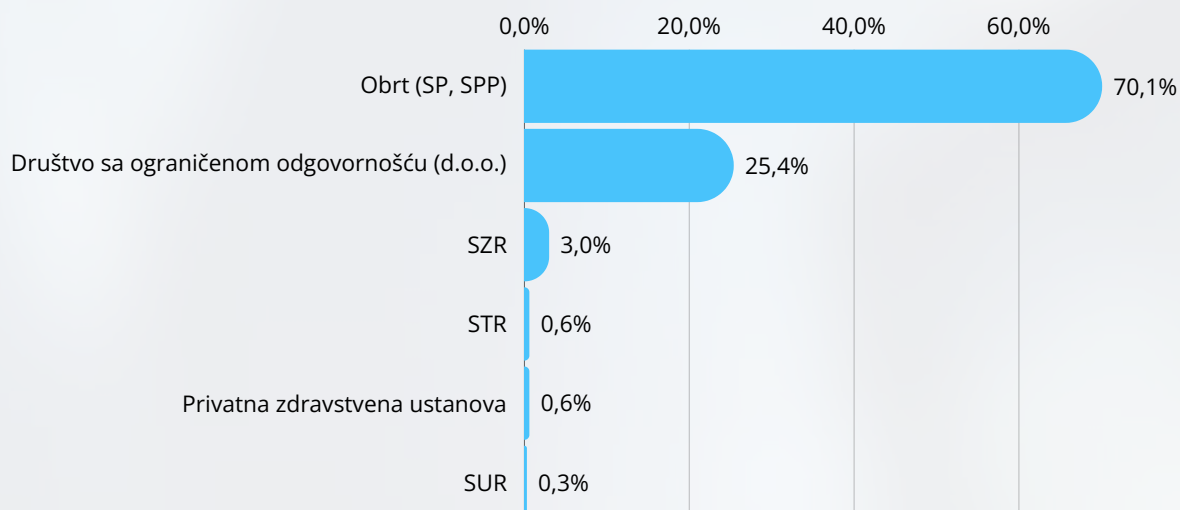
FORMALNI OBLIK REGISTRACIJE I KLJUČNI ASPEKTI SNIVANJA POSLOVNIH SUBJEKATA

Kada govorimo o oblicima registracije, od svih dostupnih oblika formalne registracije biznisa dominantan oblik predstavlja obrt, 70,1% novoosnovanih poslovnih poduhvata predstavljaju obrti (sp, spp).

Svaki četvrti novi poslovni poduhvat u BiH (25,4%) je registrovan kao d.o.o. Ostali oblici registracije su na nivou incidencije.

U fokus grupama smo nastojali razumjeti zbog čega je obrt najčešći oblik registracije i zašto se u tolikoj mjeri novi poduzetnici odlučuju za isti. Kao odgovore smo dobili višestruke razloge. Međutim, ističe se njih nekoliko. Ispitanici smatraju da je obrt jednostavnije registrovati, imaju manje proceduralnih koraka i „prepreka“ u registraciji, djeluje im jednostavnije za upravljanje i razvijanje, te smatraju obrt prvim „prirodnim“ korakom u njihovoj poduzetničkoj avanturi. Odnosno, d.o.o. kao oblik registracije doživljavaju kao formu koja je više adekvatna za ozbiljnije poslovne pothvate i vrlo često sa ozbiljnijim osnivačkim kapitalom i većim brojem uposlenika u startu, te širom lepezom proizvoda i usluga koje nudi. Za nove poduzetnike d.o.o. kao oblik registracije djeluje kao neki naredni korak u poslovanju, ako se poslovna ideja koju osnivaju razvije na željeni način i poslovanje dovoljno razgrana.

Grafik 29. Formalni oblik registracije novih poslovnih poduhvata



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

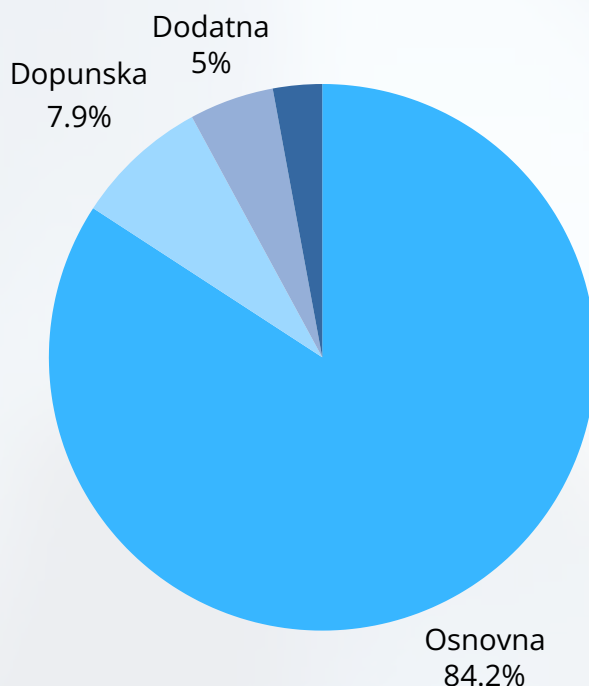
Kada govorimo o samim obrtima, zanimalo nas je da li su pokrenuti poslovni poduhvati osnovna ili dopunska djelatnost osnivača.

Znatna većina (84,1%) novih poslovnih poduhvata pokreće se kao osnovna djelatnost njihovih osnivača. Kod obrta koji se obavlja kao osnovno zanimanje vlasnik je ujedno i zaposlenik i svoju djelatnost obavlja u punom radnom vremenu. Naravno, vlasnik može zaposliti i druga lica prema potrebi i obimu poslovanja obrta.

Obrt kao dopunsko zanimanje registrovalo je 7,9% ispitanih. Ovaj oblik registracije ukazuje na to osnivač poslovne obaveze može obavljati isključivo samostalnim radom i to najduže 20 sati sedmično. Da bi se registrovao obrt kao dopunsko zanimanje, potrebno je da je vlasnik već u radnom odnosu negdje drugo ili da je u penziji.

Obrt kao dodatnu djelatnost registriralo je 5% novih poduzetnika, pri čemu ovaj oblik poslovanja podrazumijeva da se aktivnosti obavljaju isključivo putem zaposlenika koji mora biti u radnom odnosu kod vlasnika dodatnog obrta.

Grafik 30. Djelatnost obrta



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Nalazi istraživanja sugeriraju da novi poslovni poduhvati primarno za cilj imaju samozapošljavanje, a onda zapošljavanje i drugih lica. Pored niza drugih benefita, ovo su dva važna benefita razvoja poduzetništva u kontekstu dinamike tržišta rada (samozapošljavanje u smanjenoj nezaposlenosti).

Govoreći o registraciji poslovnih subjekata, treba istaknuti i djelatnosti u kojima posluju biznisi koje smo istraživali. Prema Klasifikaciji djelatnosti iz 2010. g. najviše registriranih poslovnih subjekata bilo je u oblasti ostalih uslužnih djelatnosti (26%), zatim u djelatnosti građevinarstva (14%), te u oblasti stručnih, najučnih i tehničkih djelatnosti(11%).

Tabela 1. Klasifikacija djelatnosti novih poslovnih poduhvata

U kojem poslovnom sektoru (području) djeluje Vaš biznis? Odgovorite u skladu sa formalnom registracijom djelatnosti prema Klasifikaciji djelatnosti iz 2010. g. (KD BiH 2010).	
A - Poljoprivreda, šumarstvo ribolov	4,5%
B - Vađenje ruda iz kamena	0,0%
C - Prerađivačka industrija	6,3%
D - Proizvodnja i snabdijevanje električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	1,8%
E - Snabdijevanje vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša	0,0%
F - Građevinarstvo	14,0%
G - Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	7,2%
H - Prijevoz i skladištenje	3,0%
I - Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (hotelijerstvo i ugostiteljstvo)	2,7%
J - Informacije i komunikacije	5,7%
K - Finansijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	1,8%
L - Poslovanje nekretninama	0,6%
M - Stručne, naučne i tehničke djelatnosti	11,0%
N - Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	3,0%
O - Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	0,0%
P - Obrazovanje	3,9%

Q – Djelatnosti zdravstvene i socijalne zaštite	1,2%
R – Umjetnost, zabava i rekreacija	6,0%
S – Ostale uslužne djelatnosti	26,0%
T - Djelatnosti domaćinstava kao poslodavaca; djelatnosti domaćinstava koja proizvode različita dobra i obavljaju različite usluge za vlastite potrebe	1,2%
U – Djelatnosti vanteritorijalnih organizacija i tijela	0,3%

izvor: Investicijska fondacija Impakt

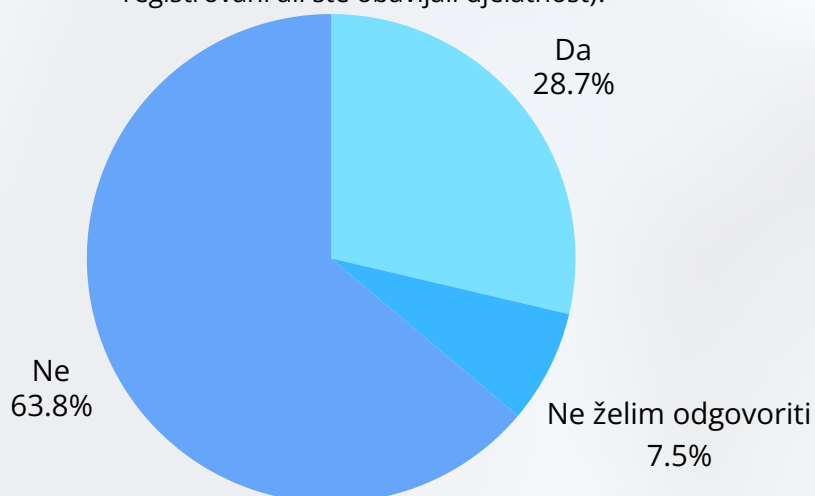
„Siva“ ekonomija i poslovanje u „sivoj“ zoni je u određenoj mjeri prisutno u BiH. U kontekstu ovog istraživanja zanimalo nas je koliko je novih poduzetnika djelovalo u „sivoj“ zoni, bez formalnog oblika registracije obrta, prije nego su se zvanično odlučili na ozakonjivanje i formaliziranje svog poslovanja.

Skoro dvije trećine novih (63,9%) poduzetnika tvrdi da prije zvaničnog osnivanja biznisa nisu poslovali u sivoj zoni. Međutim, njih 28,7% se prije registracije bavilo istim poslom u sivoj zoni.

Njih 7,5% nije željelo odgovoriti na ovom pitanje, što ukazuje na otpor u odgovaranju na ovo pitanje iako je anketiranje bilo anonimno.

Grafik 31. Poslovanje u „sivoj zoni“

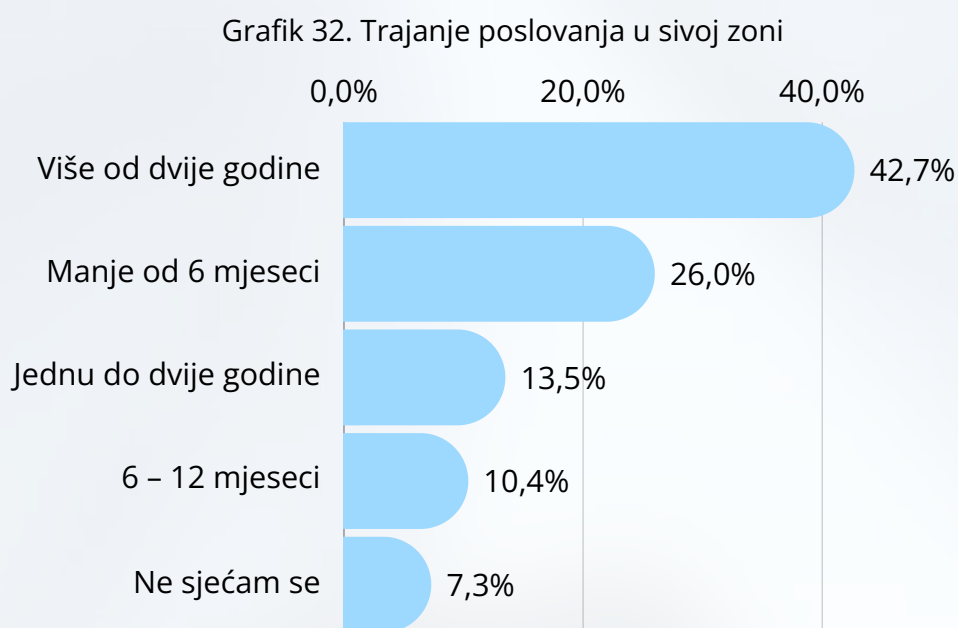
Da li ste prije osnivanja poslovnog subjekta poslovali u „sivoj zoni“ (niste bili formalno registrovani ali ste obavljali djelatnost)?



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Jako je teško procijeniti iznos koji se izgubio na porezima, doprinosima i drugim dažbinama zbog poslovanja u sivoj zoni ovih biznisa u periodu prije njihove registracije. Prema procjenama Međunarodnog monetarnog fonda siva ekonomija u BiH je u poslednjih 20 godina činila od 20% do 50% BDP-a (ovisno o različitim metodologijama i procjenama), da bi u 2021. g. bila procijenjena na 35,4% BDP-a.

Osobe koje su rekle da su poslovale u sivoj zoni prije formalne registracije smo pitali koliko dugo su poslovali izvan zakonskih okvira. Važan podatak predstavlja da je od onih koji su poslovali u sivoj zoni, njih 42,7% reklo da su tako poslovali duže od 2 godine. Dodatno, njih 13,5% je neregistrovano poslovalo jednu do dvije godine.



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Preko polovine novopokrenutih biznisa je prije registracije preko godinu dana poslovalo u sivoj zoni.

Ovo je vrlo važan podatak koji ukazuje da kreiranjem prilika za pokretanjem biznisa smanjujemo i sivo tržište jer su poduzetnici svjesni prednosti poslovanja u zakonskim okvirima, ali im je često potrebna inicijalna podrška da bi se odlučili na formalizaciju svog poslovanja.

Mjere podrške novim poslovnim poduhvatima u svom dizajnu ne bi trebale isključiti osobe koje se već bave određenom djelatnošću. Razvoj poduzetništva i mjere podrške poduzetništvu imaju direktne implikacije i na smanjenje sive ekonomije i s te strane bi korištene mjere trebale ostati dostupne svim potencijalnim interesantima, a ne samo onima koji razvijaju svoju poslovnu ideju od samog početka.

Podatak o radu u sivoj zoni je svakako zanimljiv iz ugla razvoja bijele ekonomije u nekoj lokalnoj zajednici ili na nivou entiteta, odnosno države. Međutim, podatak o trajanju procesa registracije je bitan svim potencijalnim poduzetnicima i onima koji su se već odlučili na taj korak.

Podatak koji smo dobili kao rezultat istraživanja, a koji u ukazuje na brzinu administracije po pitanju registracije poslovnih subjekata ukazuje na to da preko polovine (50,4%) novih poduzetnika ima takva iskustva da im proces registracije poslovnog subjekta traje više od mjesec dana. Pri čemu je kod njih 11,9% taj proces trajao preko 3 mjeseca.

U određenoj mjeri ohrabruje podatak da 44,8% ispitanih tvrdi da je proces osnivanja poslovnog subjekta trajao do mjesec dana. Međutim, on ima svoju pozadinu u objašnjenju koje ne ide u potpunosti u prilog administrativnom aparatu.

Učesnici na fokus grupama su komunicirali da im je trajanje procesa registracije (izdavanje Rješenja, ID broja, eventualno PDV broja i sl.) bilo relativno brzo završeno u odnosu na datum kada su predali sve dokumente, ali u odnosu na njihova očekivanja koliko će taj proces trajati. Dakle, zadovoljni su da je proces trajao kraće od očekivanog, ali je ipak polovina njih trebala više od mjesec dana da formalizira svoj rad.

U fokus grupama su pojedini poduzetnici posebno istaknuli službenike u organima lokalne uprave koji su im u mnogome pomogli da ubrzaju proces registracije i formaliziranja svog rada. U nekim lokalnim zajednicama su im službenici savjetovali koju i kakvu dokumentaciju prikupiti, gdje je prikupiti, gdje je predati, koje sve dažbine trebaju platiti u procesu registracije i sl. Ove informacije su im bile jako korisne.

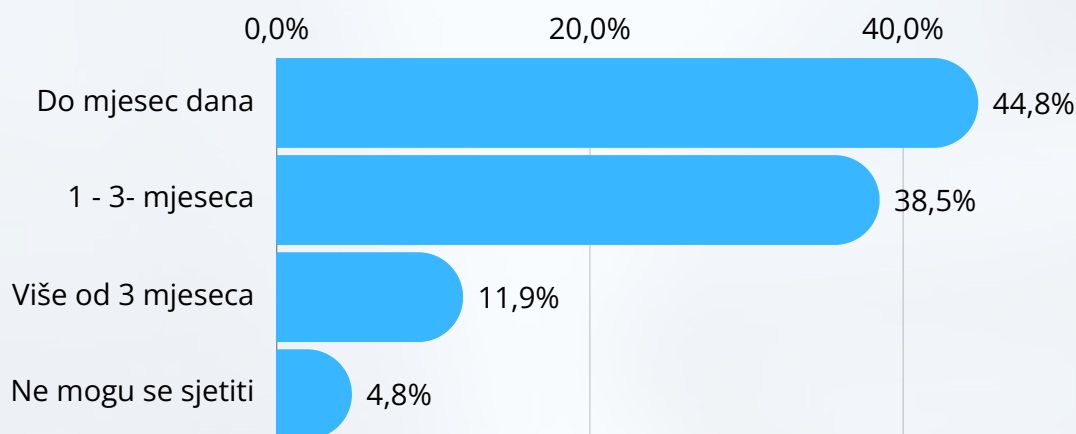
Međutim, ovo nije redovna praksa. Ovakav pristup se dešava obično u lokalnim zajednicama koje imaju programe podrške (novim) poduzetnicima ili imaju razvojne agencije koje pomažu poduzetnicima. Ovakav pristup nije jasno uređen u svim lokalnim zajednicama ili pri svim sudovima (ovisno gdje se registruje poslovni subjekt).



Ovo je ujedno i razlog zbog kog su novi poduzetnici uglavnom angažirali eksternu pomoć u procesu registracije u vidu pravnog savjetnika koji će im pomoći u procesu registracije.

U fokus grupama su poduzetnici pojasnili da je jedan od razloga zašto je proces registracije za njih prošao relativno brzo jeste taj što su platili eksternu pomoć te su tu dobili sve potrebne informacije i savjete šta im je potrebno za taj proces. Dakle, poduzetnici su imali dodatne troškove pravnih savjetovanja u procesu registracije a kako bi što prije kompletirali proces. Pa ipak, za njih polovinu taj proces je trajao duže od mjesec dana.

Grafik 33. Trajanje procesa registracije poslovnog poduhvata

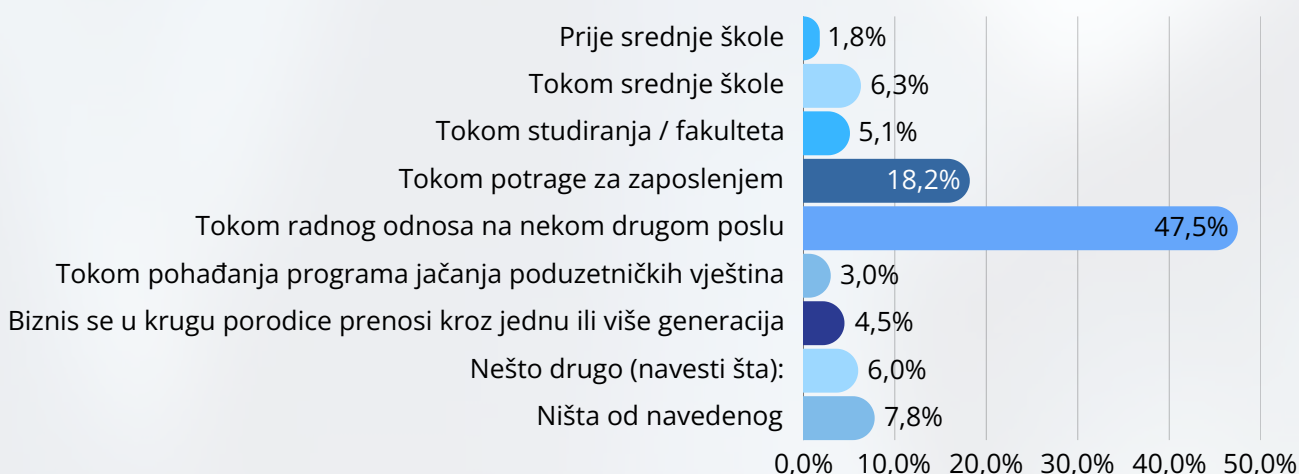


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Možemo reći da ključni problem u domenu registracije biznisa predstavljaju birokratske prepreke,. Gledajući rješenja, njih ima više, a neka od njih su digitalizacije procesa registracije, jednošalterski sistem (one stop shop), smanjenje broja dokumentacije (prikupljanje dokumentacije po službenoj dužnosti iz postojećih baza od strane službenika organa vlasti), smanjenje troškova registracije, bolja koordinacije između institucija, obuka službenika u nadležnim institucijama te redovne evaluacije mjera i praćenje njihovih efekata.

U Hrvatskoj imamo sistem/elektronsku uslugu START i gdje registracija biznisa traje do maksimalno 5 dana. U Srbiji Agencija za privredni registar (APR) je dužna već 3. dan od predaje zahtjeva donijeti rješenje o osnivanju, a preostala procedura potraje okvirno dodatna 2 dana.

Grafik 34. Porijeklo poslovne ideje



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

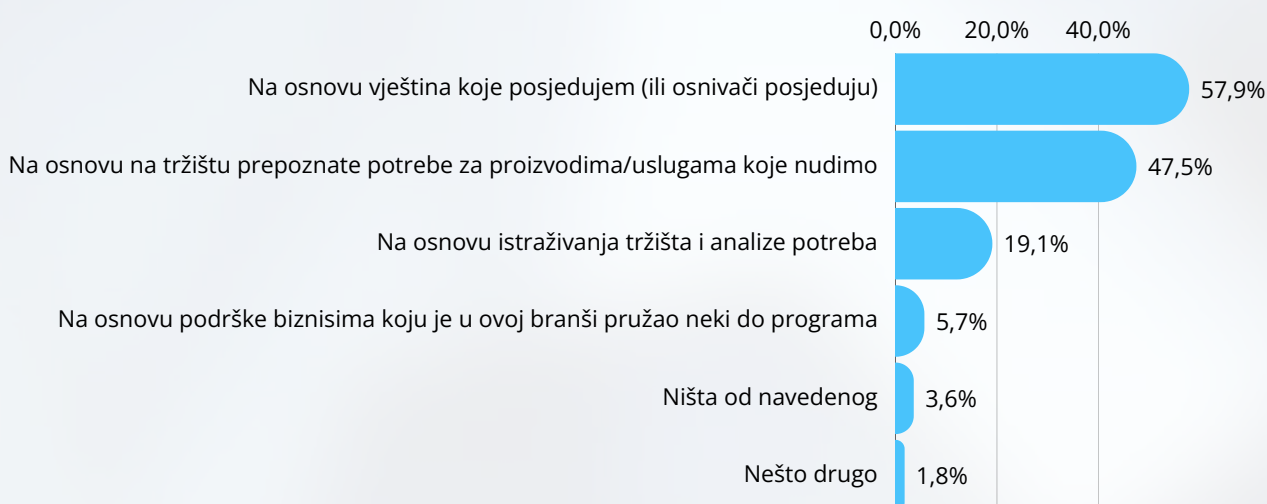
Prilikom analize poslovnih ideja, posebno nas je zanimalo na koji način su novi poduzetnici razvijali i oblikovali svoje poslovne ideje. Najviše ispitanika je svoje poslovne ideje oblikovalo oko vještina i znanja koje posjeduju (57,9% ispitanih je odabralo ovo kao primarni način razvoja poslovne ideje).

Ono što je zanimljivo jeste da je 47,5% ispitanih svoju poslovnu ideju razvijalo oko potrebe uočene na tržištu i načina zadovoljenja te tržišne potrebe. Ovo vrlo jasno ukazuje na samu prirodu poduzetnika kao, uostalom i definiciju termina, koji se usmjerava na uočavanje poslovnih prilika na tržištu.

Dodatno, podatak koji ukazuje na sistemski pristup u razvoju poslovne ideje odnosi se na to da je 19,1% ispitanih izjavilo da je svoju poslovnu ideju u konačnici formulirao i na osnovu istraživanja tržišta i analize potreba definirane ciljne grupe.

Jedna petina (18,2%) ispitanih je ideju dobilo tokom potrage za zaposlenjem, što ukazuje na poduzetništvo iz nužde, a koje sa sobom nosi neke dodatne rizike.

Grafik 35. Način generiranja poslovnih ideja



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Konačno, uz analizu načina generiranja poslovnih ideja, istražili smo i ključne motive koji su poduzetnike potaknuli na pokretanje vlastitog poslovnog poduhvata.

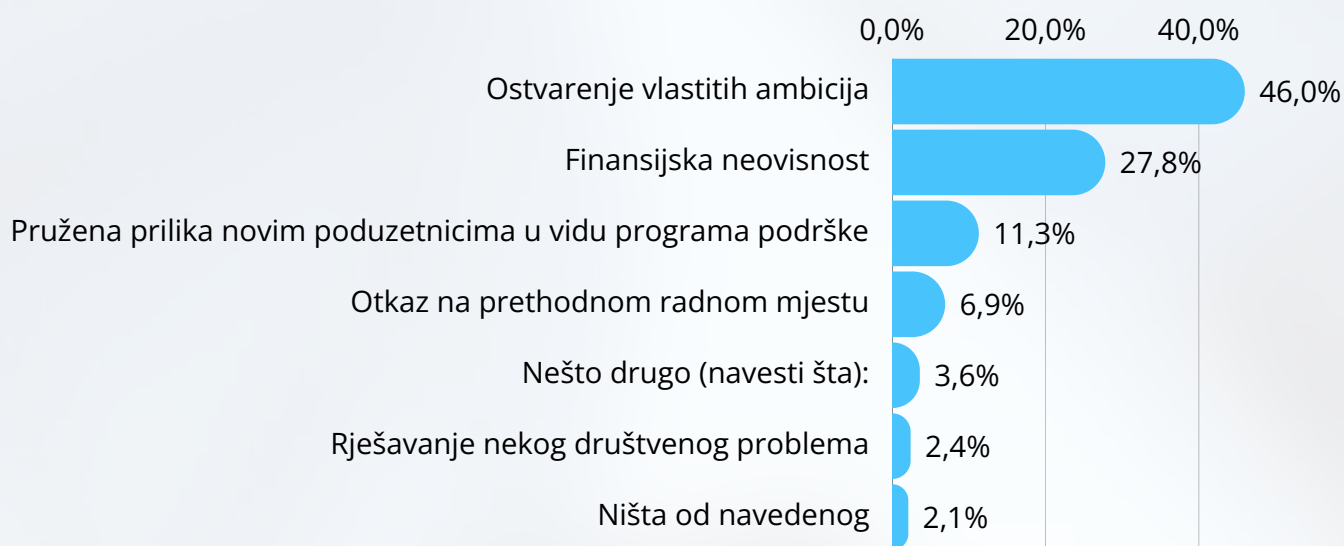
Primarni motiv za pokretanjem biznisa za 46% ispitanih je ostvarivanje vlastitih poslovnih ambicija. Drugi bitan motiv je ostvarivanje finansijske neovisnosti za sebe i svoju porodicu (27,8%). Ovi razlozi za pokretanje poslovnog poduhvata istaknuli su se kao dominantni i tokom diskusija u fokus grupama.

Međutim, podatak koji ne treba zanemariti, i koji u određenoj mjeri raduje, odnosi se na to da je 11,3% ispitanih pokrenulo vlastiti biznis jer im je pružena prilika u okviru programa podrške ili unaprijeđenja biznisa.

Dakle, svaki deseti novi poduzetnik se ipak odlučio okušati u poduzetničkim vodama jer je postao korisnik nekog od programa namijenjenih novim poduzetnicima ili im je pružen neki vid podrške na tom polju.

Podatak ukazuje na vrlo jasnu važnost programa podrške biznisima i njihov utjecaj da se neko odluči na realizaciju vlastite poslovne ideje (pa i u smislu broja biznisa koji se pokrenu).

Grafik 36. Motiv za pokretanjem poslovnog poduhvata



Izvor: Investicijska fondacija Impakt





FINANSIRANJE POSLOVNOG PODUHVATA

Pokretanje vlastitog biznisa je korak koji uvijek nosi određeni rizik sa sobom. Rizik je multidimenzionalan, ali je jedan od aspekata rizika uvijek vezan za sredstva koja se ulažu u pokretanje biznisa.

Dominantan izvor finansiranja novih poslovnih poduhvata su vlastita sredstva. Skoro dvije trećine (61,8%) novih poduzetnika u poslovne poduhvate ulaže vlastita sredstva. Ovo je jako dominantan odgovor i svi ostali odgovori su marginalnog značaja.

Treba istaknuti i da se drugi najčešći odgovor odnosi na finansijsku podršku članova porodice. Svoj poslovni poduhvat 12,8% ispitanih je pokrenulo sredstvima koja su posudili od članova porodice.

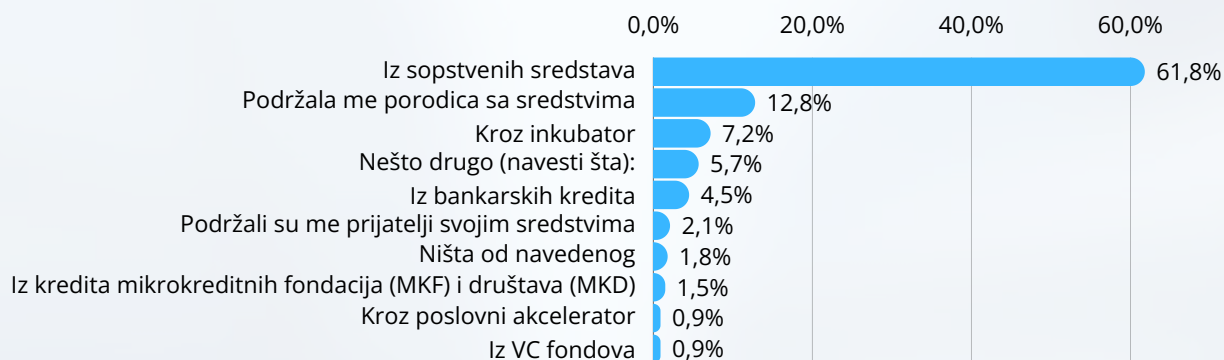
Dakle, novi poduzetnici kao sredstva za finansiranje poslovnih ideja rizikuju svoja ili sredstva članova porodice.

Uočeni podaci mogu ukazivati na to da su vanjski izvori finansiranja, kao što su bankarski krediti, poslovni inkubatori, akceleratori, poslovni anđeli i sl. nedovoljno korišteni, a prije svega zbog nedostatka pristupa ovim izvorima. Visok procenat dominantnog finansiranja iz vlastitih sredstava može uticati na kasniji rast i internacionalizaciju, s obzirom da za to u znantoj mjeri utiče količina dostupnog kapitala.

Umjesto oslanjanja na lična sredstva i porodičnu podršku, potrebno je podstaći korištenje institucionalnih i alternativnih izvora kapitala. To bi omogućilo brži razvoj biznisa, smanjenje rizika za poduzetnike i osiguranje održivog rasta lokalne privrede.

Samo je 7,2% ispitanih odgovorilo da su sredstva za pokretanje biznisa prikupili putem nekog od inkubatora. Sredstva za pokretanje biznisa dostupna za pokretanje biznisa kroz inkubatore, akcelerateore i druge oblike podrške novih poduzetnicima nisu dostatna niti dovoljna da bi značajan broj poduzetnika svoju poslovnu ideju realizirao sa ovim sredstvima, te samim tim smanjio rizike po ekonomsku stabilnost svoje porodice.

Grafik 37. Izvori finansiranja poslovne ideje



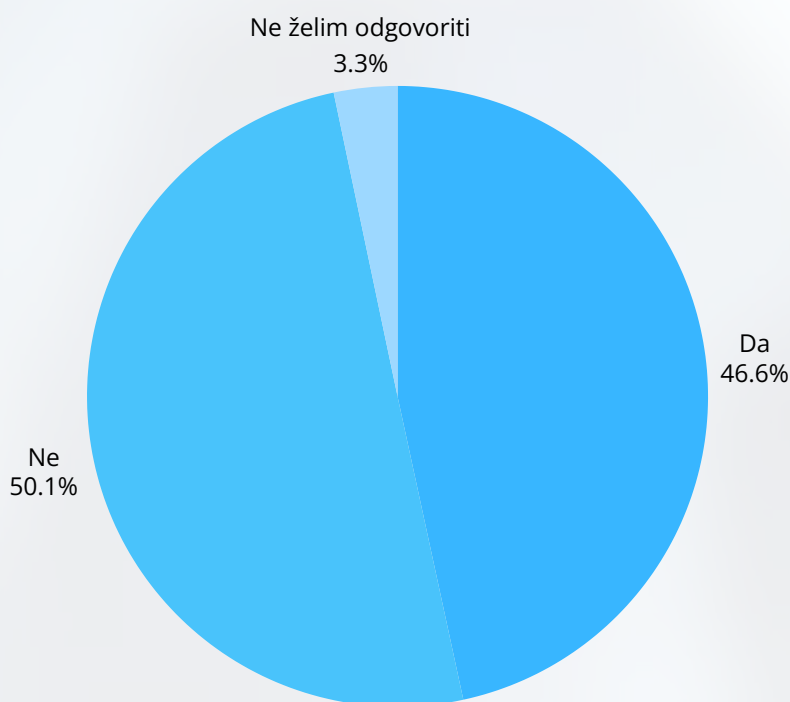
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Osim vlastitih sredstava, novi poduzetnici koriste i druge izvore finansiranja. Njih 46,6% tvrdi da je koristilo sredstva nekog od dostupnih fondova za podršku biznisima. Ovi fondovi mogu biti plasirani od strane nekog od nivoa vlasti ili od strane nekih drugih finansijera (fondacija, organizacija i sl.).

Ipak, polovina ispitanih tvrdi da nije koristila ovakve izvore sredstava za svoje biznise, te se vraćamo na zaključak o jako velikom udjelu poduzetnika koji svojim sredstvima finansiraju poslovne poduhvate.

Grafik 38. Dodatni izvori finansiranja novih poduzetničkih poduhvata

Da li su u pokretanju poslovnog subjekta korištena sredstva iz javnih fondova (nekog od nivoa vlasti) ili sredstva nekih drugih organizacija ili fondacija?



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Među poduzetnicima koji su koristili alternativne izvore finansiranja, istražili smo koje institucije ili programi su osigurali sredstva koja su im bila dostupna.

Među onima koji su koristili druge izvore finansiranja poslovnih poduhvata (osim vlastitih sredstava), najviše ih je koristilo sredstva programa osnovanih i pokrenutih od strane lokalnih vlasti (44,9%). Dodatno, svaka četvrta osoba koja je imala alternativne izvore finansiranja svog biznisa koristila je sredstva dostupna kroz fondove osnovane od strane entitetskih vlasti. Osim ova dva glavna izvora dodatnih finansija, novi poslovni poduhvati finansirani su i sredstvima lokalnih i međunarodnih organizacija i fondacija te kantonalnih nivoa vlasti.

Podatak o procentu onih koji su sredstva dobili od strane državnog nivoa vlasti treba posmatrati u kontekstu pogrešnog razumijevanja instance od koje su sredstva dobijena (nerazumijevanje nadležnosti u dodjeli sredstava za podršku poduzetništvu).

Grafik 39. Programi podrške biznisima čija sredstva su novi poduzetnici koristili



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Možemo primijetiti da novi poduzetnici koji uspiju obezbijediti alternativne izvore podrške za svoje poslovne ideje, namicanje sredstava vrše kroz različite fondove dostupne za ove svrhe, te vrlo često spajaju sredstva iz više izvora kako bi zaokružili finansijsku konstrukciju z svoju poslovnu ideju.

Važno je ponovo istaknuti da su fondovi lokalnih nivoa vlasti vrlo često dominantni izvori dodatnih sredstava za zaokruživanje finansijske konstrukcije novih poslovnih ideja. Međutim, ove fondove ne koriste svi novi poduzetnici.

Podsticaji za poduzetništvo u BiH dodjeljuju se na različitim nivoima (od entiteta, kantona i jedinica lokalne samouprave).

Za potrebe ove analize napravljen je kratki presjek podrške poduzetništvu od strane različitih nivoa vlasti u 2024. g.

Na nivou Federacije BiH sredstva za podršku poduzetništvu dodjeljivalo je Federalno ministarstvo razvoja, poduzetništva i obrta. U okviru 7 objavljenih javnih poziva sredstva su namijenjena različitim akterima u polju poduzetništva planirano je da se dodijeli ukupno 25.900.000 KM. Ispod su prikazani podaci prema pojedinim pozivima:

- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 1 izgradnja poduzetničkih zona
Iznos: 7.500.000 KM
Korisnici: Općine i gradovi u FBiH
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 2 unapređenje institucijske poduzetničke infrastrukture
Iznos: 350.000 KM
Korisnici: Poduzetničke institucije podrške
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 3 poticaj za organizovanje sajmova privrede
Iznos: 350.000 KM
Korisnici: Organizatori privrednih sajmova u Federaciji BiH
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 4 jačanje konkurentnosti MSP
Iznos: 13.000.000 KM
Korisnici: Subjekti male privrede definisani po Zakonu o poticanju razvoja male privrede i registrovani po Zakonu o privrednim društvima, koji imaju sjedište na području Federacije Bosne i Hercegovine
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 5 podrška MSP u IT sektoru
Iznos: 2.700.000 KM
Korisnici: Subjekti male privrede definisani po Zakonu o poticanju razvoja male privrede i registrovani po Zakonu o privrednim društvima
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 6 poticaj za razvoj obrta i srodnih djelatnosti
Iznos: 1.000.000 KM
Korisnici: Obrtnici koji su registrovani u skladu sa Zakonom o obrtu i srodnim djelatnostima u Federaciji Bosne i Hercegovine (specifične djelatnosti prema KD BiH2010)
- Javni konkurs za odabir grant sredstava tekućih transfera za 2024. godinu-Projekat 7 poticaj novoosnovanim subjektima male privrede
Iznos: 1.000.000 KM
Korisnici: Subjekti male privrede definisani po Zakonu o poticanju razvoja male privrede i registrovani po Zakonu o privrednim društvima i Zakonu o obrtu i srodnim djelatnostima.

Na nivou Republike Srpske sredstva za podršku poduzetništvu dodjeljivala su 2 ministarstva: Ministarstvo privrede i poduzetništva Republike Srpske (plasirano preko 14,4 miliona KM) i Ministarstvo rada i boračko-invalidske zaštite RS (planiran plasman 5.000.000 KM).

Ispod su prikazani podaci prema pojedinim pozivima:

- Ministarstvo privrede i poduzetništva Republike Srpske: Javni poziv za dodjelu podsticaja za mala i srednja preduzeća
Iznos: Očuvanje starih i umjetničkih zanata i domaće radinosti (podrška od 1.000,00 KM do 5.000,00 KM u skladu sa uslovima Javnog poziva);
Korisnici: Pravo na podsticaj po JP imaju samostalni poduzetnici, koji ispunjavaju opšte uslove JP
- Ministarstvo privrede i poduzetništva Republike Srpske: Javn i poziv za dodjelu podsticaja za mala i srednja preduzeća
Iznos: Organizovanje sajma, odnosno konferencije (podrška od 7.000,00 KM do 30.000,00 KM u skladu sa uslovima Javnog poziva)
Korisnici: Pravo na podsticaj po JP za organizovanje sajmova, odnosno konferencija imaju razvojne agencije, ustanove, organizacije (komore) i udruženja koja ispunjavaju opšte ove JP
- Ministarstvo privrede i poduzetništva Republike Srpske: Javni poziv za dodjelu podsticaja za direktna ulaganja u 2024. godini
Iznos: 14.400.000 KM
Korisnici: Pravo učešća na JP imaju privredni subjekti koji ispunjavaju opšte uslove JP
- Ministarstvo rada i boračko-invalidske zaštite RS: JP poslodavcima i nezaposlenim licima za korištenje sredstava po programima zapošljavanja u 2024. i program podrške zapošljavanju u privredi putem isplate podsticaja u visini uplaćenih poreza i doprinosa u 2024.
Iznos: 5.000.000 KM
Korisnici: Korisnici sredstava definisani su uslovima JP
Na kantonalnom nivou je 7 kantona planirana je dodjela sredstva za podršku poduzetništvu.
- Kanton Sarajevo je putem Ministarstva privrede objavilo 12 javnih poziva i plasiralo 6.350.000 KM za različite aktere.
- Tuzlanski kanton je sredstva za poduzetništvo dodjeljivao putem 2 ministarstva. Ministarstvo trgovine, turizma i saobraćaja TK objavilo je jedan javni poziv i plasiralo 250.000 KM. Ministarstvo privrede je objavilo 6 javnih poziva i plasiralo 4.008.000 KM. Tuzlanski kanton je ukupno plasirao 4.258.000 KM za podršku maloj privredi. Dodatno, Ministarstvo za kulturu, sport i mlade TK su plasirali sredstva u okviru inkubatora poslovnih ideja sufinansiranjem u iznosu od 300.000 KM.
- Hercegovačko-neretvanski kanton je putem Ministarstva privrede u 6 javnih poziva plasirao 1.300.000 KM za različite aktere i potrebe u domenu podrške poduzetništvu.
- Unsko-sanski kanton je putem Ministarstva privrede u 6 javnih poziva plasirao 4.000.000 KM za podršku maloj privredi i akterima koji pružaju podršku MSP.
- Bosansko-podrinjski kanton je putem 2 javna poziva plasirao ukupno 290.000 KM za podršku MSP. Podršku je realizirala Vlada BPK.
- Kanton 10 je putem Ministarstva privrede plasirao 400.000 KM za podršku MSP.
- Zeničko-dobojski kanton je putem Ministarstva privrede objavio 7 javnih poziva za podršku MSP. Tačan iznos sredstava nije bilo moguće utvrditi jer svi javni pozivi nisu podrazumijevali ukupnu dostupnu vrijednost sredstava po JP.

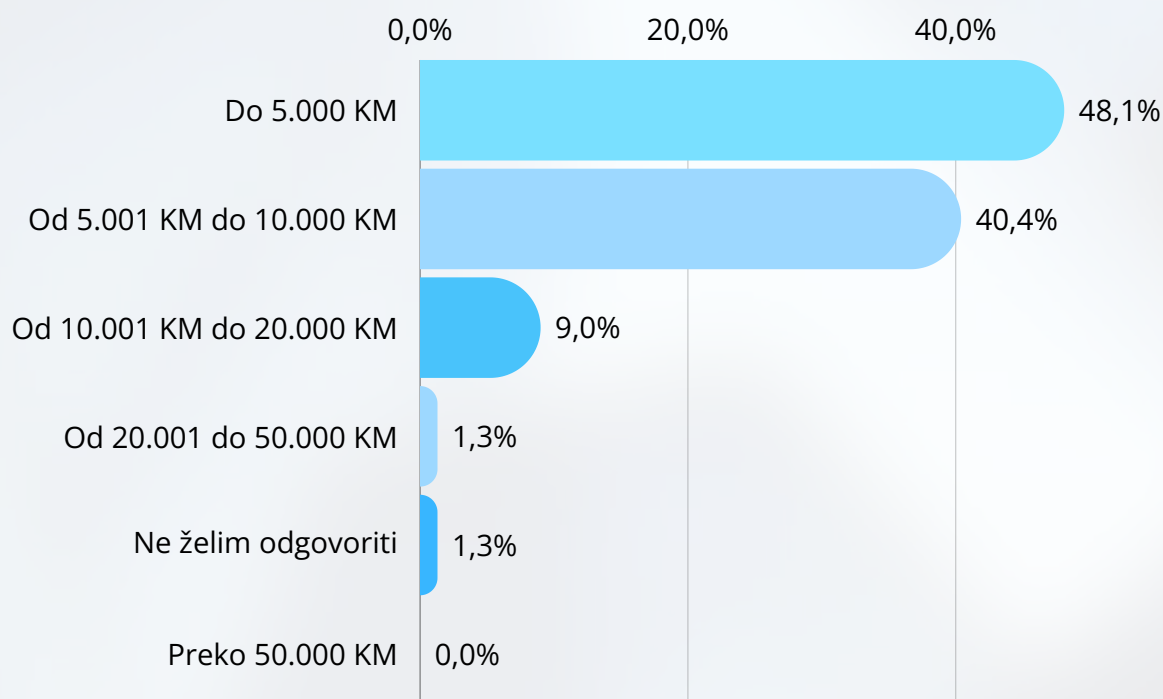
Jedinice lokalne samouprave (općine i gradovi u BiH) su tokom 2024. g. planirale plasirati minimalno 4,6 miliona KM za podršku pokretanju i razvoju MSP. Tačan iznos nije moguće utvrditi jer negdje javni pozivi nisu precizirali gornje iznose dostupnih sredstava.

Ukupno sagledano, različiti nivoi vlasti u BiH su u 2024. g. za podršku pokretanju i razvoju poduzetništva učinili dostupnim preko 65,8 miliona KM. Tačan iznos nije moguće utvrditi zbog nedostatka iznos dostupnih sredstava u nekim od javnih poziva.

Iznosi sredstava koje novi poduzetnici uspiju namaknuti od različitih javnih fondova uglavnom se kreću u iznosima do 5.000 KM (48,1% onih koji su koristili ova sredstva) ili od 5.001 KM do 10.000 KM (40,4% onih koji su koristili ove fondove).

Svaka deseta osoba koja je koristila sredstva iz fondova je uspjela namaknuti od 10.001 KM do 20.000 KM. Marginalni su uspjeli onih koji su uspjeli namaknuti više sredstava od navedenih budžetskih razreda.

Grafik 40. Iznos sredstava drugih fondova dobijen za pokretanje biznisa

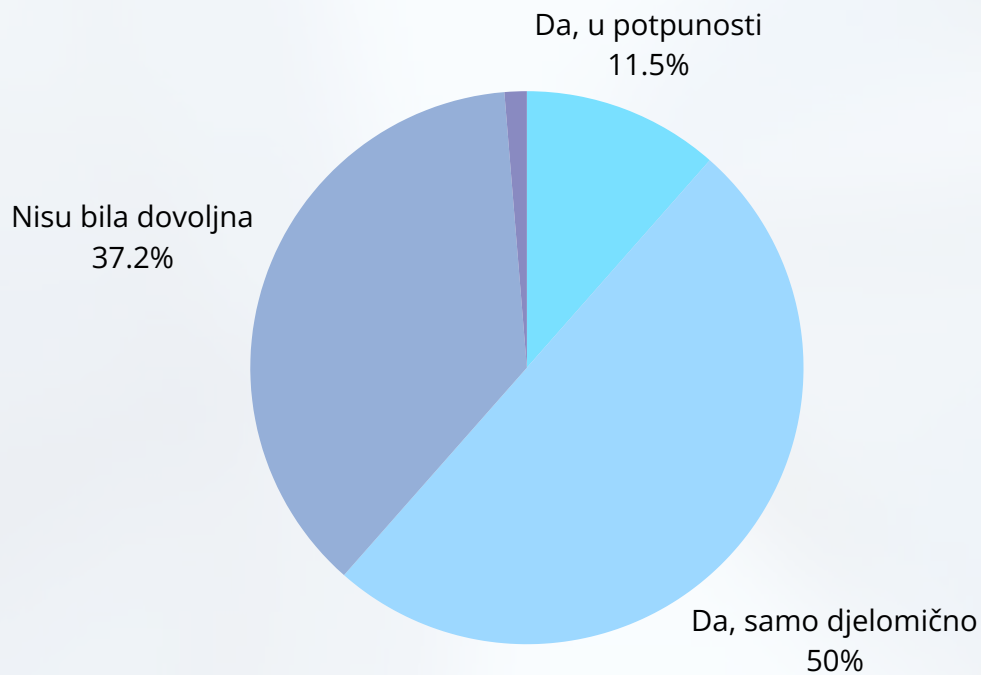


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Ova navedena sredstva vrlo često nisu dostatna za ozbiljnu realizaciju poslovne ideje. Naime, samo 11,5% ispitanih tvrdi da su im sredstva dobijena posredstvom nekog od javnih fondova bila u potpunosti dostatna za pokretanje nove poslovne ideje. U skladu sa nalazima od ranije, gdje smo govorili da primarni izvor finansiranja poslovne ideje predstavljaju vlastita sredstva, polovina ispitanih koji su koristili javne fondove tvrdi da su im sredstva dobijena kroz fondove bila samo djelomično dostatna za realizaciju poslovne ideje. Ovo pokazuje da su morali raditi dodatno namicanje sredstava ili ulagati dodatna vlastita sredstva da bi realizirali poslovnu ideju.

Sa druge strane njih 37,2% tvrdi da im sredstva dobijena putem fondova uopće nisu bila dovoljna za realizaciju osmišljene poslovne ideje.

Grafik 41. Dostatnost sredstava iz javnih fondova za pokretanje nove poslovne ideje



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Zaključno, možemo primijetiti da sredstva koja korisnici javnih fondova dobiju za pokretanje biznisa se kreću uglavnom u rasponima do 5.000 KM ili do 10.000 KM te da ova sredstva uglavnom nisu dostatna za realizaciju poslovne ideje u punom obimu.

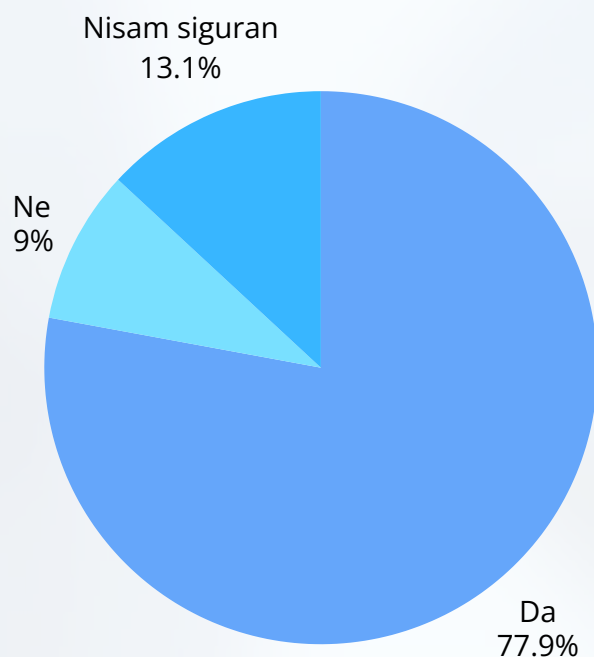
Ovo su ujedno i najčešći iznosi koji se dodjeljuju U javnim pozivima od strane institucija u BiH. Slična situacija je i u Srbiji gdje su pojedinačna sredstva za podršku biznisima vrlo često u iznosu do 300.00 dinara, što je vrlo blizu iznosa od 5.000 KM.

Jedan od ciljeva istraživanja je bio i utvrditi u kojoj mjeri su novi poduzetnici spremni investirati u razvoj svojih poslovnih ideja.

Zanimljivo je da 77,9% ispitanih tvrdi da su u narednih godinu dana planirali investirati dodatna sredstva u razvoj svojih biznisa. Ovo je izuzetno bitan podatak koji govori o tome da, iako su u pitanju novi poduzetnici, imaju visoko izraženu spremnost za novim investicionim ciklusima u svoju poslovnu ideju, a što u perspektivi treba doprinijeti povećanju prometa, zaposlenih i plaćenih dažbina prema državi.

Svaka deseta ispitana osoba je izjavila da ne planira investirati u narednih godinu dana u svoj poslovni poduhvat.

Grafik 42. Spremnost na investiranje u svoju poslovnu ideju u narednih godinu dana

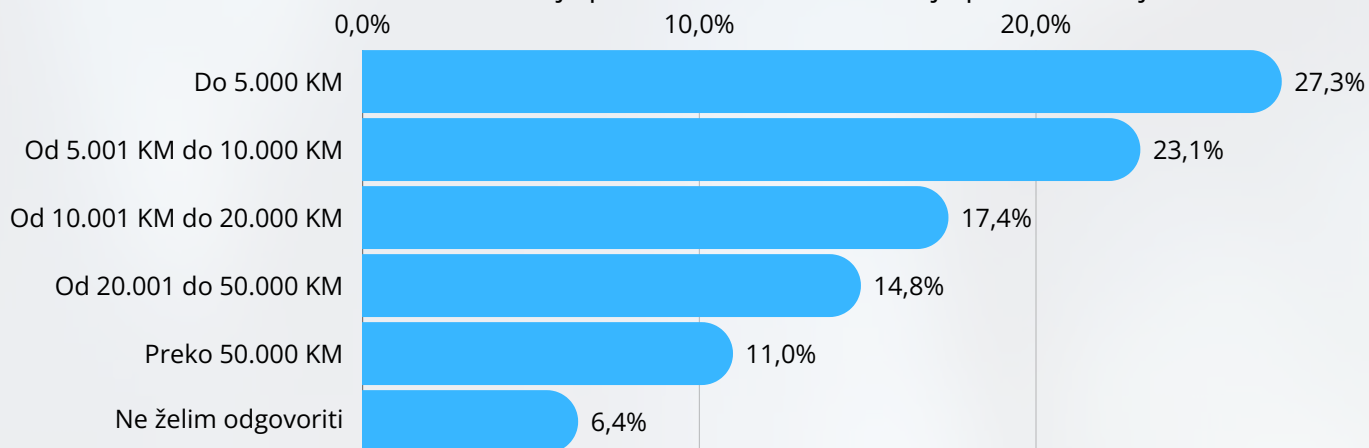


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Osim spremnosti da investiraju, istražili smo i koji iznos planiraju investirati. Nešto malo preko polovine (50,4%) je izjavilo da planira investirati do 10.000 KM u narednih godinu dana. Zanimljivo je da ih je 11% izjavilo da u svoju poslovnu ideju planira investirati preko 50.000 KM u narednih godinu dana.

Ako gledamo u prosječnim skorovima, prosječna vrijednost svih odgovora ispitanika koji su planirali investirati sredstva u svoj biznis u narednih godinu dana iznosila je 43.047,77 KM. Dakle, iako je polovina ispitanika izjavila da planira investirati do 10.000 KM, prosječna vrijednost planiranih investicija je znatno veća i bliži se iznosu od 50.000 KM.

Grafik 43. Iznos sredstava koja planirate investirati u svoju poslovnu ideju



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

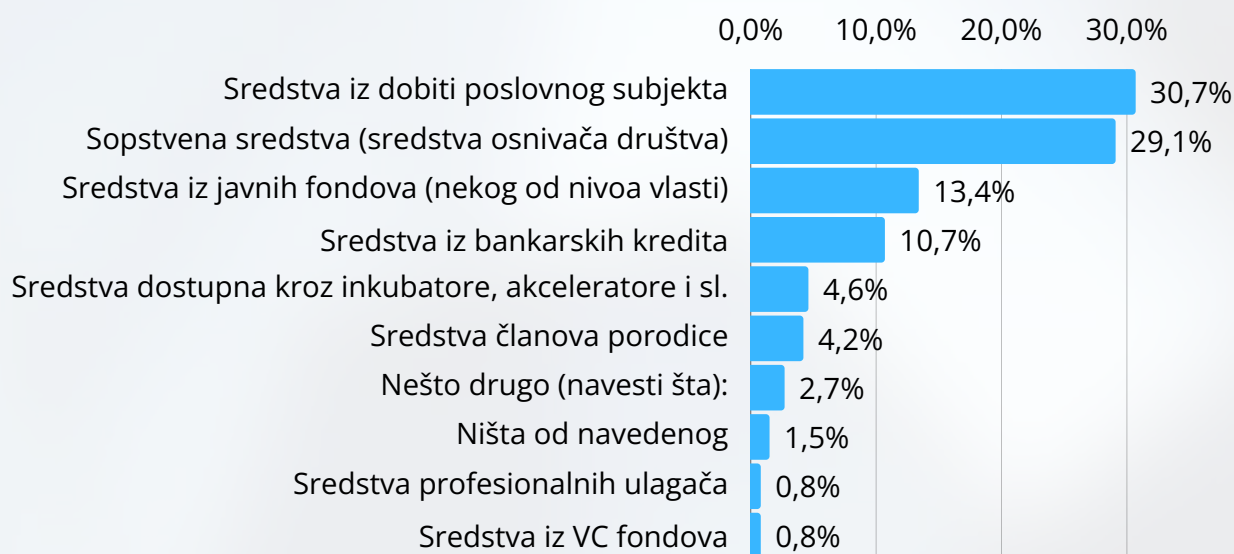
Opaženi podaci ukazuju da poslovni poduhvati koji opstanu, te koji prevladaju izazove početnih godina pokrenutog poslovnog poduhvata spremni su nastaviti ulagati u svoj biznis, te da žele dodatno razvijati svoje poslovanje, a što u konačnici može imati samo pozitivne efekte na ekonomiju, jer su mikro, mala i srednja preduzeća osnov ekonomija velikog broja zemalja.

Investicije u Bosni i Hercegovini su u periodu od 6 godina porasle sa 5,28 milijardi KM u 2018. g. na 8,24 milijardi KM u 2023. g. Dominantan iznos investicija dolazi iz vlastitih izvora, dok se kao drugi izvor investicija prepoznaju krediti.

Kada govorimo o investiranju, zanimalo nas je i iz kojih izvora su sredstva koja planiraju investirati. Ističu se 2 dominantna odgovora. Otprilike po jedna trećina poduzetnika spremna je investirati sredstva iz dobiti privrednog subjekta, odnosno sopstvena sredstva (sredstva osnivača).

Dodatno, 13,4% ih planira investirati sredstva koja dobiju od nekog od fondova za razvoj poslovanja, dok svaka deseta osoba koja je odgovorila da planira investirati u narednih godinu dana u svoj biznis bi to činila sredstvima iz bankarskih kredita.

Grafik 44. Izvori sredstava za investicije



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Već smo spomenuli da bh. građani imaju značajna sredstva (oko 16 milijardi KM) deponovana u bankama, pri tome se u posljednjih 5 godina iznos dugoročnih depozita građana u bankama kreće između 4 i 5 milijardi KM, dok depoziti privrednih društava u posljednjih 5 godina iznose između 3,5 i 5,5 milijardi KM. Ova sredstva u određenom obimu mogu biti investirana u poduzetničke aktivnosti, bilo putem osnivanja preduzeća, investiranja u postojeća preduzeća, investiranja u nove biznise (zajednički ili pojedinačno). Međutim, to se ne dešava i ova sredstva vrlo često ostaju kao štednja ili se investiraju u druge oblike štednje, a koji daju nizak nivo povrata u dugom vremenskom roku (primarno tu mislimo na investiranje u nekretnine).

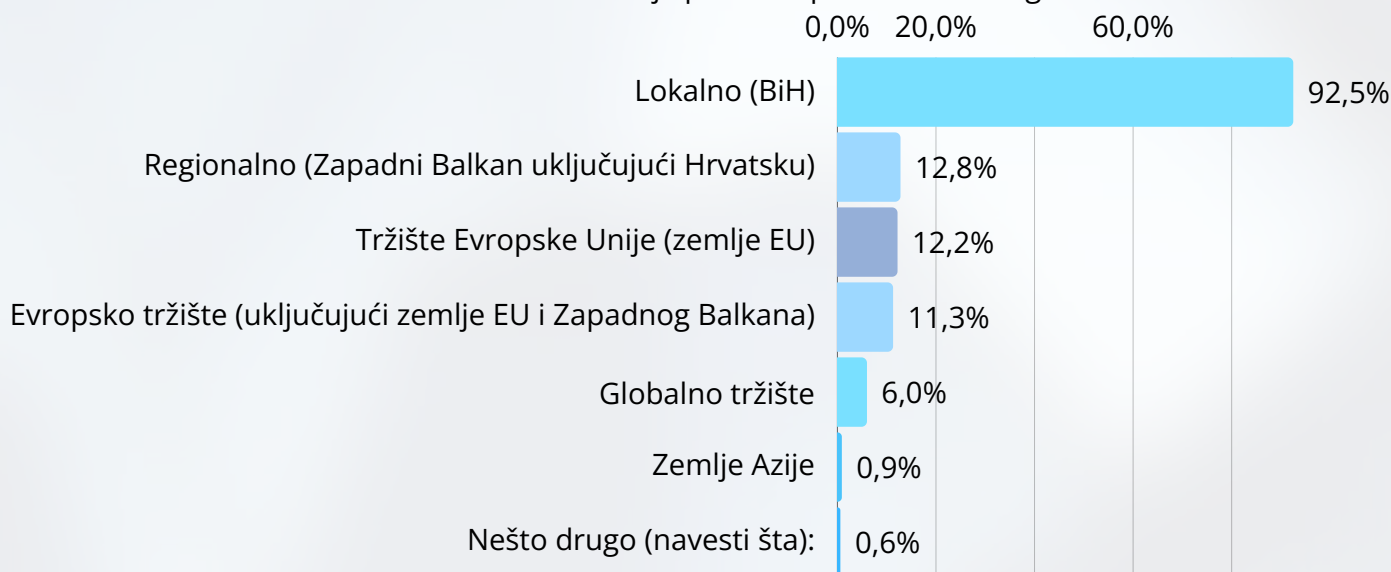




TRŽIŠTE

Novopokrenuti biznisi primarno svoje proizvode i usluge plasiraju na području BiH, odnosno njih 92,5%. Sva ostala tržišta su manje zastupljena, ali su prilično izjednačena 3 tržišta ka kojima gravitiraju poslovni subjekti iz BiH. Svoje proizvode i usluge na regionalno tržište (zemlje Zapadnog Balkana i Hrvatsku) plasira 12,8% novih poslovnih poduhvata. Na tržište EU svoje proizvode i usluge plasira 12,1%, dok 11,3% ispitanih robu i usluge plasira na evropsko tržište (što uključuje zemlje EU i Zapadnog Balkana). Na globalnom tržištu prisutno je samo 6% novopokrenutih biznisa.

Grafik 45. Tržišta na koja plasirate proizvode i usluge

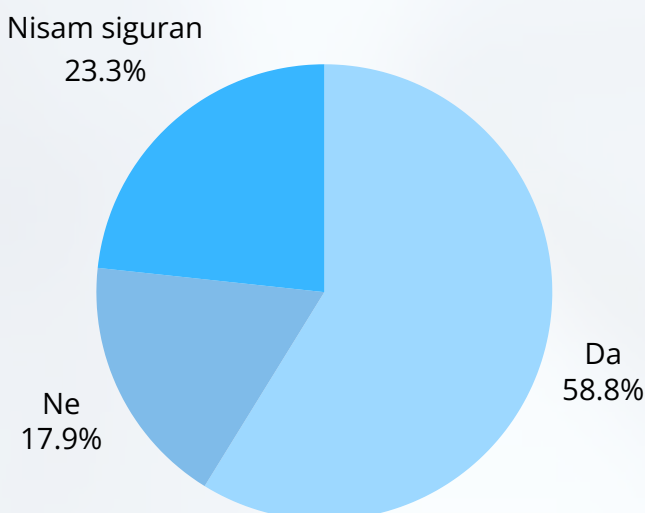


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Ako kontekstualno sagledamo informacije o izvozu, koje smo predstavili u početnim poglavljima ove publikacije, možemo primjetiti da izvoz novopokrenutih biznisa u zemlje Evropske Unije nije na nivou izvoza koji ostvaruju ostala privredna društva u BiH. Postoji prostor za unaprijeđenje tržišta prema zemljama EU za novopokrenute biznise. Isti trend vidimo i kada su u pitanju zemlje zapadnog Balkana (ovdje uključujući Hrvatsku). Iako sa ovom regijom generalno imamo najbolji omjer uvoza i izvoza, samo 12,8% novopokrenutih biznisa plasira svoje proizvode i usluge na ovo tržište.

Svoje poslovanje u smislu širenja tržišta u narednom periodu planira razvijati 58,8% ispitanih. Iako u apsolutnim vrijednostima nešto niži udio u odnosu na one koji su spremni investirati, trend o razvoju svog poslovanja, vidljiv je i na planovima za razvoj tržišta. Njih 17,9% je odgovorilo da sad za sad ne planira širiti tržište na koje plasira proizvode i usluge.

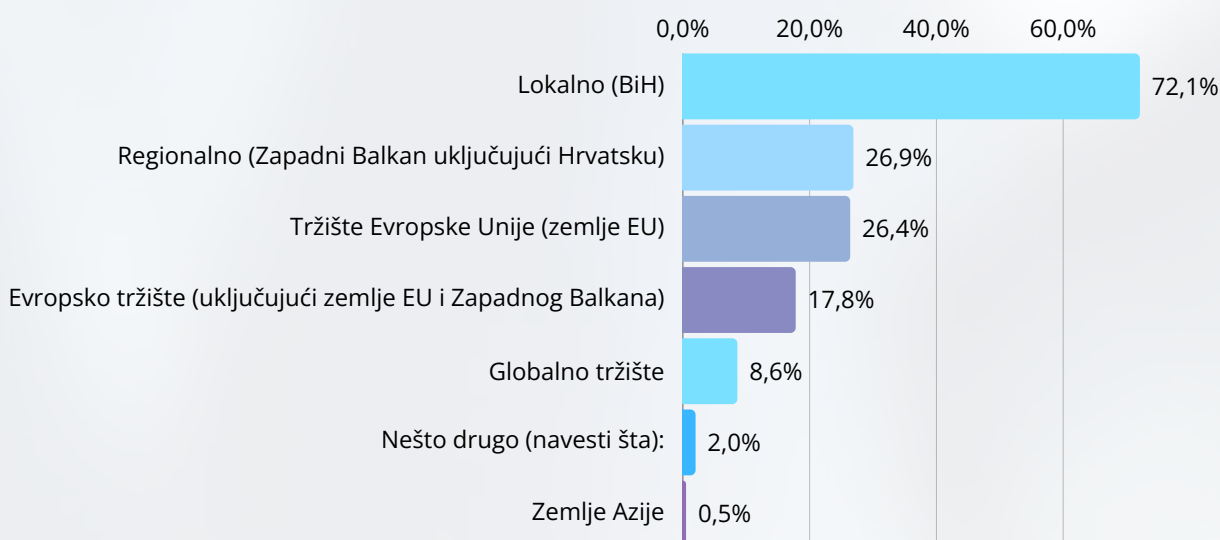
Grafik 46. Spremnost na širenje tržišta u narednom periodu



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Većina ispitanih (72,1%) svoje poslovanje želi primarno širiti na području Bosne i Hercegovine. Druga tržišta na koja planiraju širiti svoje poslovanje su zemlje Zapadnog Balkana (uključujući Hrvatsku) te zemlje Evropske Unije. Vidjeli smo u uvodu da većina naše robne razmjene se dešava sa zemljama EU, te je ovo prirodna tendencija izvozno-orjentiranih biznisa.

Grafik 47. Tržišta na koja planirate širiti svoje poslovanje



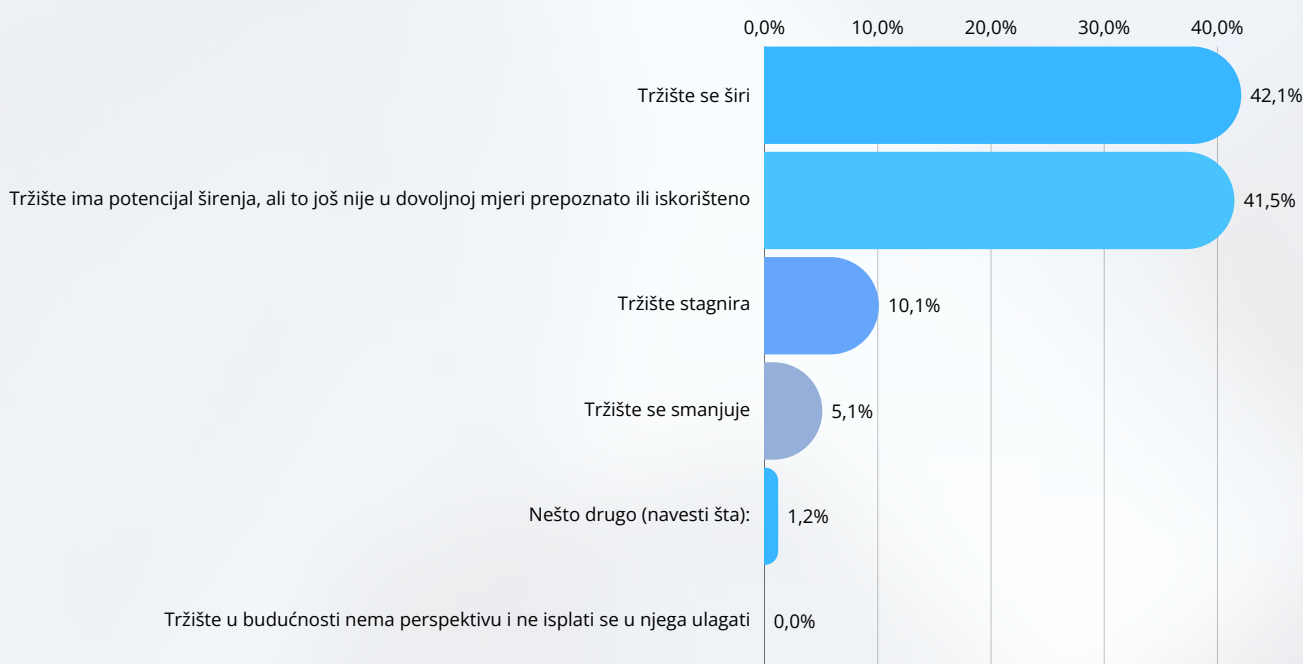
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

U smislu percepcije stanja na tržištu na kojemu posluju, ispitanici imaju prilično pozitivan stav. Odnosno, 42,1% ispitanih smatra da se tržište širi, dok njih 41,5% smatra da tržište na kojemu posluju ima potencijal širenja, ali da još nije prepoznato ili upotpunosti iskorišteno. Dakle, oba odgovora ukazuju na to da ispitanici smatraju da je tržište povoljno za njihovo poslovanje i da postoje ili će uskoro postojati dodatne prilike koje mogu iskoristiti.

Samo 10,1% anketiranih smatra da tržište na kojemu posluju trenutno stagnira.

Vidjeli smo da robna razmjena BiH sa okolinom raste, ali isto tako i da je BDP rastao prilično sporo u prethodnoj deceniji, te je ova percepcija širenja tržišta možda više zasnovana na optimizmu svojstvenom poduzetnicima nego što je realno zaista i prisutna u ekonomskom prostoru BiH.

Grafik 48. Stanje na tržištu na kojemu poslujete

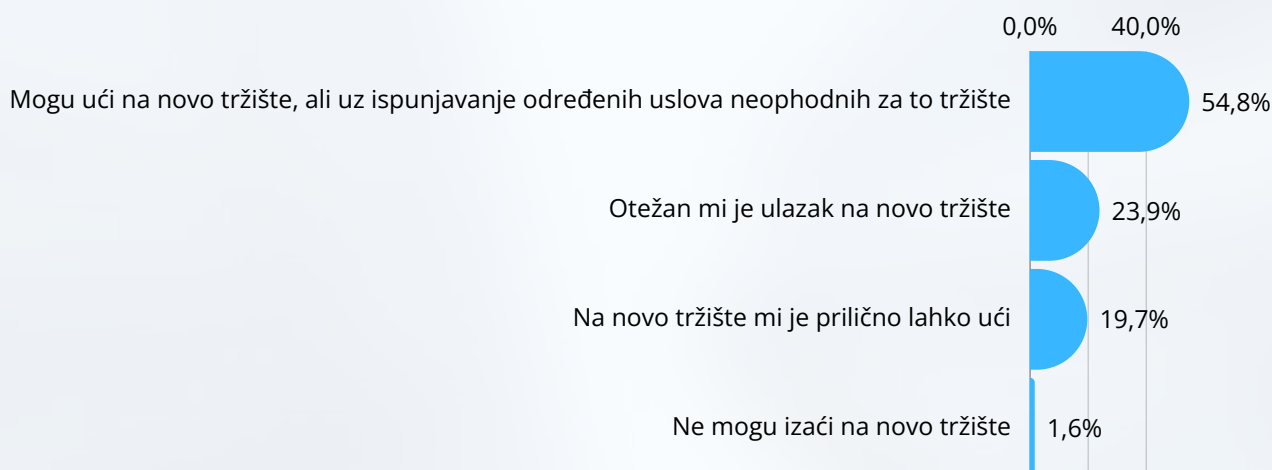


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Generalno, podaci koje smo dobili sugerišu uglavnom optimističan pogled među poduzetnicima u BiH u pogledu tržišnih uslova, uz značajno uvjerenje u potencijal za rast, unatoč određenim zabrinutostima za stagnaciju tržišta u određenim područjima, ali i prema nekim ekonomskim parametrima.

Percepcija novih poduzetnika o lakoći izlaska na nova tržišta prikazana je na grafiku ispod. Možemo vidjeti da većina ispitanih (54,8%) smatra da mogu ući na nova tržišta ali uz ispunjavanje određenih uslova (koje sada ne ispunjavaju). Dodatno, svaki četvrti poduzetnik smatra da mu je otežan izlazak na nova tržišta. Sa druge strane, svaki peti anketirani poduzetnik smatra da može prilično lako izaći na novo tržište.

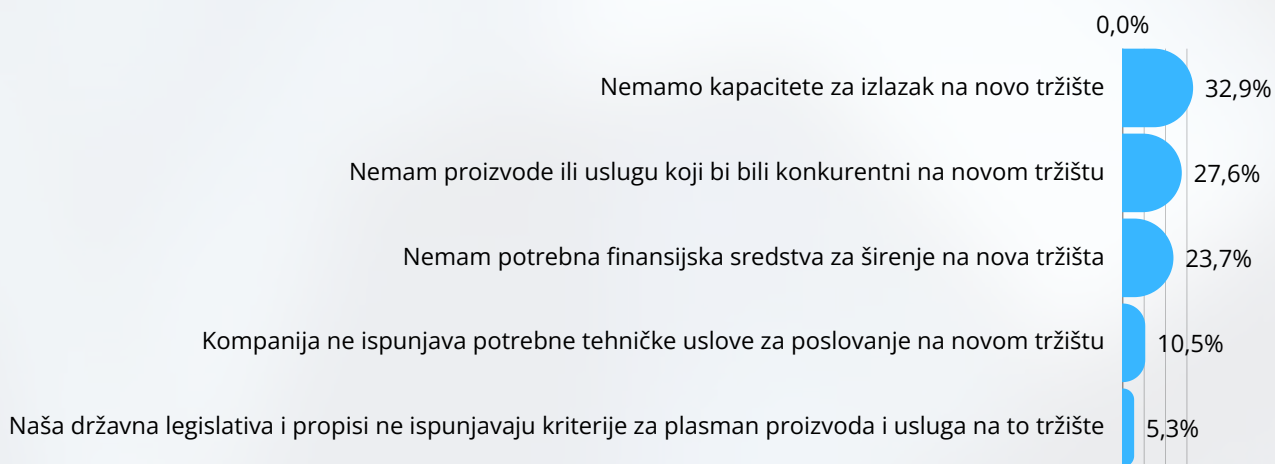
Grafik 49. Mogućnost izlaska na nova tržišta



izvor: Investicijska fondacija Impakt

Poduzetnike koji su odgovorili da ne mogu izaći na nova tržišta smo pitali šta su ključni razlozi za to. Jedna trećina ih je odgovorila da nemaju kapacitete za izlazak na novo tržište. Dodatno, 27,6% njih smatra da nema proizvode ili usluge koji bi bili konkurentni na drugim tržištima, te da nemaju potrebna finansijska sredstva za širenje poslovanja na nova tržišta (23,7%).

Grafik 50. Razlozi neizlaska na nova tržišta



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

U fokus grupama smo pokušali razumjeti zbog čega je lokalno tržište toliko važno novopokrenutim biznisima. Primarni odgovor je lakoća plasmana proizvoda i usluga na tržište koje je prilično ujednačeno u smislu propisa. Dodatno, ne postoje posebni dodatni preduslovi, kriteriji ili zahtjevi koje trebaju ispuniti da bi plasirali svoje proizvode i usluge na tržište BiH. Poteškoće u širenju poslovanja na druga tržišta ogledaju se u neispunjavanju uslova za plasman proizvoda i usluga, certificiranjima određenih proizvoda ili usluga, dodatnim troškovima plasmana proizvoda ili usluga te izgradnje prodajnih kanala.

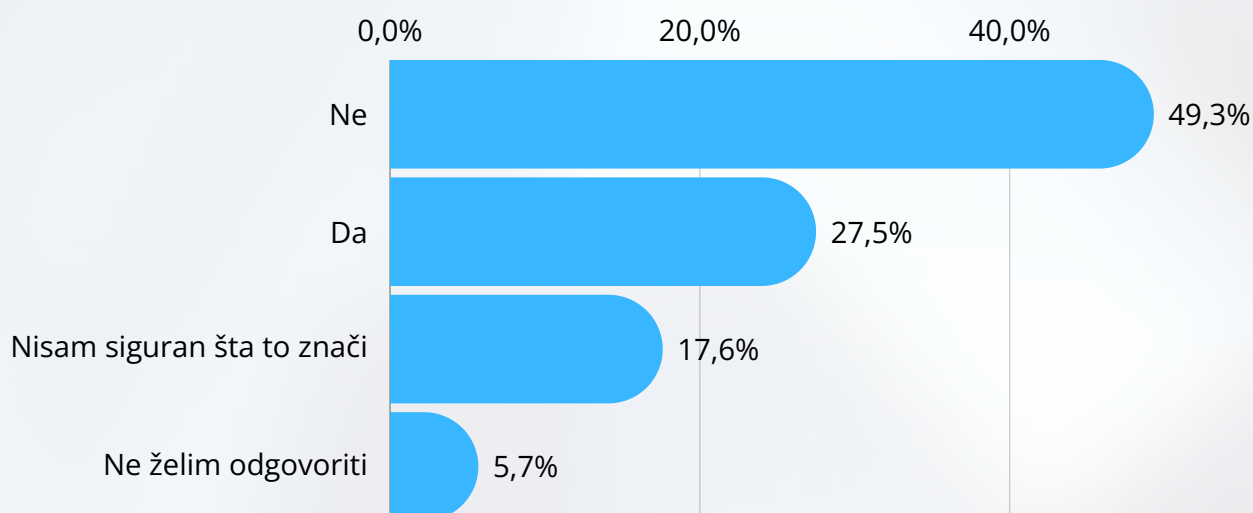
U određenim slučajevima plasman proizvoda ili usluga otežan je i zbog neusaglašenosti lokalne regulative sa onom Evropske Unije (a što otežava plasman proizvoda ili usluga na područje EU pa samim tim i Hrvatske).

Međutim, na stranu planovi novih poduzetnika i njihove ideje za poslovanje u narednom periodu. Tokom istraživanja zanimalo nas je u kojoj mjeri su ovi poslovni poduhvati u trenutku anketiranja zaista spremni da plasiraju proizvode ili usluge na druga tržišta (spremni za izvoz).

Podaci otkrivaju da u trenutku anketiranja skoro polovina poslovnih poduhvata (49,3%) nije bila spreman za izvod svojih proizvoda ili usluga.

Međutim, više od jedne četvrtine (27,5%) ih je u trenutku anketiranja bilo spremno plasirati svoje proizvode ili usluge na izvozna tržišta. Ovo je jako važan podatak i ukazuje na to da je svaki četvrti novosnovani poslovni poduhvat, bez obzira što ne posluje dugi niz godina na tržištu, spreman na izvoz.

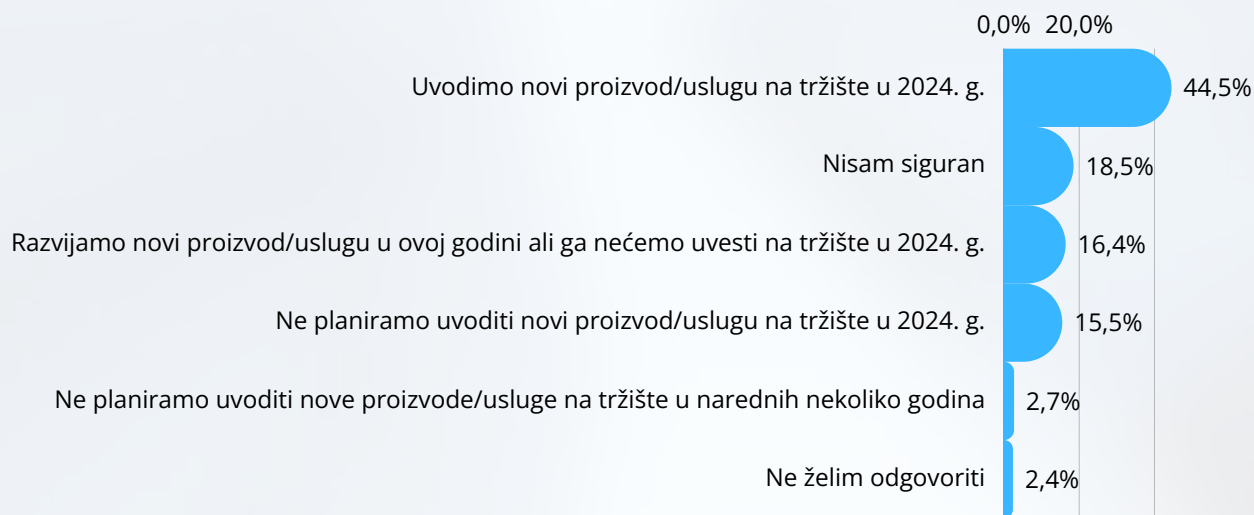
Grafik 51. spremnost na izvoz



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

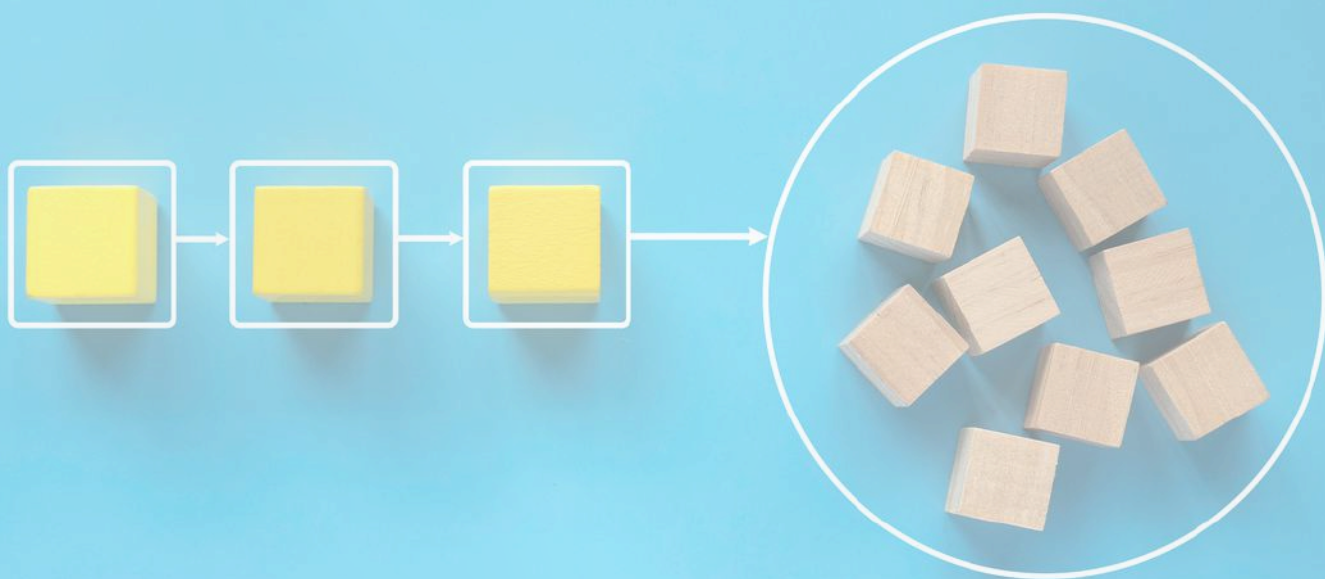
Nove proizvode i usluge u 2024. g. planira uvesti i ponuditi 44,5% anketiranih novopokrenutih biznisa. Dodatno, novi proizvod ili uslugu razvija, ali je neće stići ponuditi 16,4% novopokrenutih biznisa. Nešto manje od petine biznisa, odnosno njih 18,2% je izjavilo da ne planira uvoditi nove proizvode ili usluge u 2024. g. ili u narednim godinama.

Grafik 52. Uvođenje novih proizvoda ili usluga u 2024. g.



Izvor: Investicijska fondacija Impakt





POSLOVNI REZULTATI

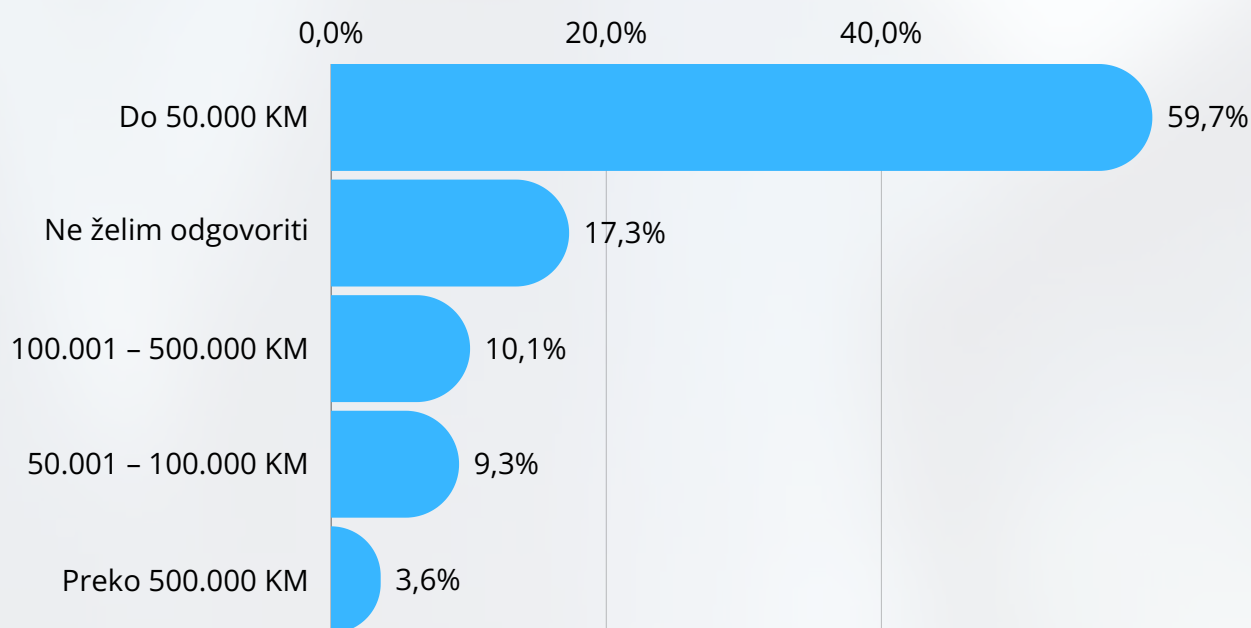
Od novoosnovanih biznisa prikupili smo i podatke o njihovom poslovanju u prethodnoj godini. U trenutku anketiranja koje je trajalo tokom 2024. g. prethodna poslovna godina se odnosila na 2023. g.

Dominantan broj poslovnih subjekata (59,7%) je ostvario promet u iznosu do 50.000 KM u 2023. g. Ovaj iznos je ujedno i granica PDV-a, pa ovi subjekti nisu u sistemu PDV-a. Treba istaknuti da je 9,3% pokrenutih biznisa u 2023 g. imalo promet između 50.001 i 100.000 KM.

Međutim, posebnu pažnju privlači podatak da je svaki deseti novopokrenuti biznis u 2023. g. imao promet u rasponu od 100.001 do 500.000 KM. Ovo su izuzetno dobri poslovni rezultati za ovako mlade kompanije.

Dodatno, 3,6% anketiranih privrednih subjekata je imalo promet od preko 500.000 KM u 2023. g.

Grafik 53. Ostvareni promet u 2023. g.



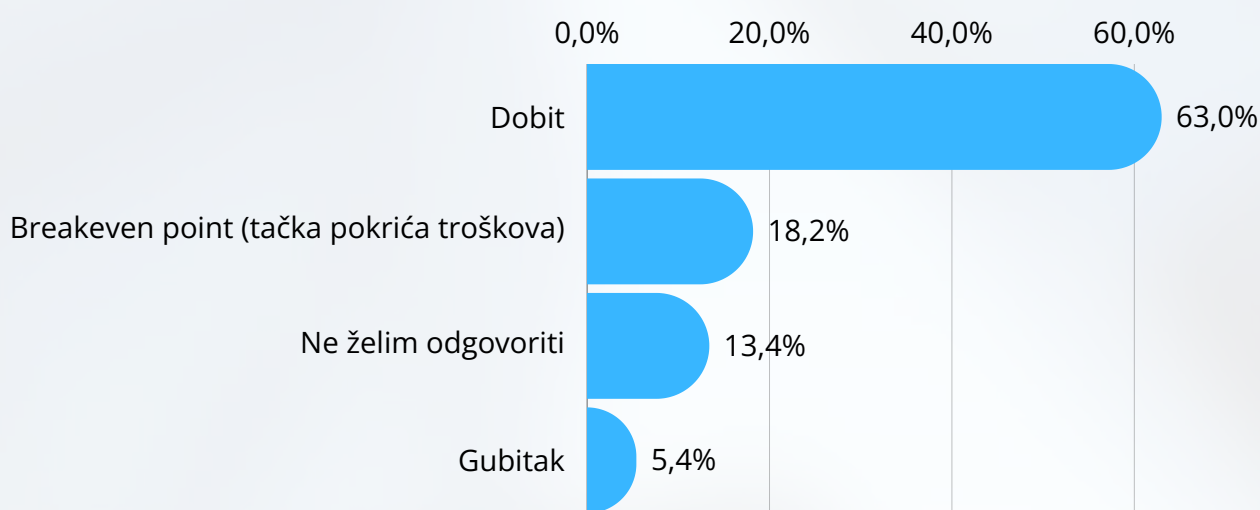
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Osim prometa, bitan pokazatelj poslovanja je i poslovni rezultat na kraju poslovne godine. U prethodnoj (2023.g.) poslovnoj godini čak 63% poslovnih poduhvata je u poslovanju ostvarilo dobit na kraju godine.

Dodatno, break-even point (tačku pokrića troškova) ostvarilo je 18,2% novih poslovnih poduhvata. Oba ova pokazatelja, a posebno prvi, reflektuju stabilno i održivo poslovanje novopokrenutih biznisa.

Samo 5,4% anketiranih biznisa je u 2023. g. ostvarilo gubitak. Među njima najviše je onih koji su osnovani tokom 2023. g. (nedovoljan period da svoje poslovanje pozitivno zaokruže).

Grafik 54. Ostvareni poslovni rezultat na kraju prethodne godine



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Poduzetnike koji su izjavili da su ostvarili gubitak na kraju prethodne poslovne godine pitali smo koji su razlozi takvog poslovanja.

Ključni razlozi negativnog poslovanja svedeni su na nekoliko dominantnih razloga. Naime, 36,6% anketiranih biznisa koji su poslovali sa gubitkom je kao razlog takvog poslovanja navelo visoke troškove.

Kao drugi razlog negativnog poslovanja istaknut je nizak nivo prodaje proizvoda ili usluga (18,2% biznisa koji su negativno poslovali). Kao treći istaknuti razlog naveli su nisku prodajnu cijenu proizvoda ili usluga koje nude (9,1%).

Sva tri dominantna faktora negativnog poslovanja ukazuju na neadekvatnu optimizaciju poslovnih procesa, neusklađenost troškovne strukture s cijenama proizvoda i usluga, te ograničenu tržišnu prisutnost uslijed nedovoljno razvijenih prodajnih kanala. Može se reći da su ovo uobičajeni problemi sa kojima se u poslovanju suočavaju novopokrenuti biznisi.

U smislu opstanka novih biznisa, uočeni rezultati su uglavnom u skladu sa trendovima opstanka biznisa u razvijenim zemljama, ali je udio onih koji posluju pozitivno u određenoj mjeri pozitivno iznenađenje.

Obzirom na generalno vrlo nisku stopu opstanka startup biznisa ovo je važan faktor koji treba imati u vidu.

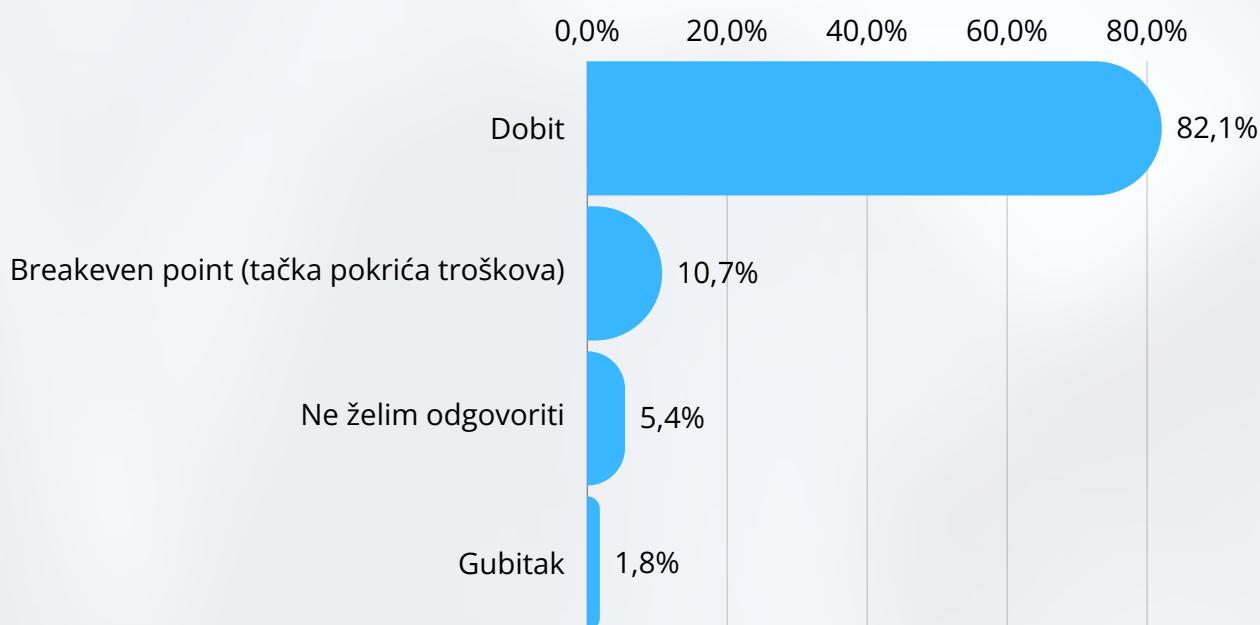
Prema podacima portala statista.com koji na jednom mjestu objedinjuje niz statističkih podataka evropskih zemalja, sa relevantnim izvorima, u 2018. g. prosječna stopa opstanka novih biznisa nakon prve godine na području EU bila je 80,67%[43]. Međutim, stopa opstanka malih biznisa rapidno opada sa godinama, te tako nakon 3 godine možemo očekivati da će oko 40-50% pokrenutih biznisa nakon ovog perioda prestati poslovati.

Osim poslovanja u prethodnoj godini, istražili smo i projekcije poslovanja u tekućoj godini u trenutku anketiranja (odnosi se na 2024. g poslovnu godinu).

Zanimljivo je da 82,1% anketiranih novopokrenutih poslovnih poduhvata procjenjuje da će u tekućoj godini ostvariti dobit u poslovanju.

Svaki deseti biznis očekuje da će ostvariti tačku pokrića troškova u 2024. g., dok samo 1,8% biznisa projecira gubitak u tekućoj godini.

Grafik 55. Očekivani poslovni rezultat u 2024 godini



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

[43] <https://www.statista.com/statistics/1114070/eu-business-survival-rates-by-country/>





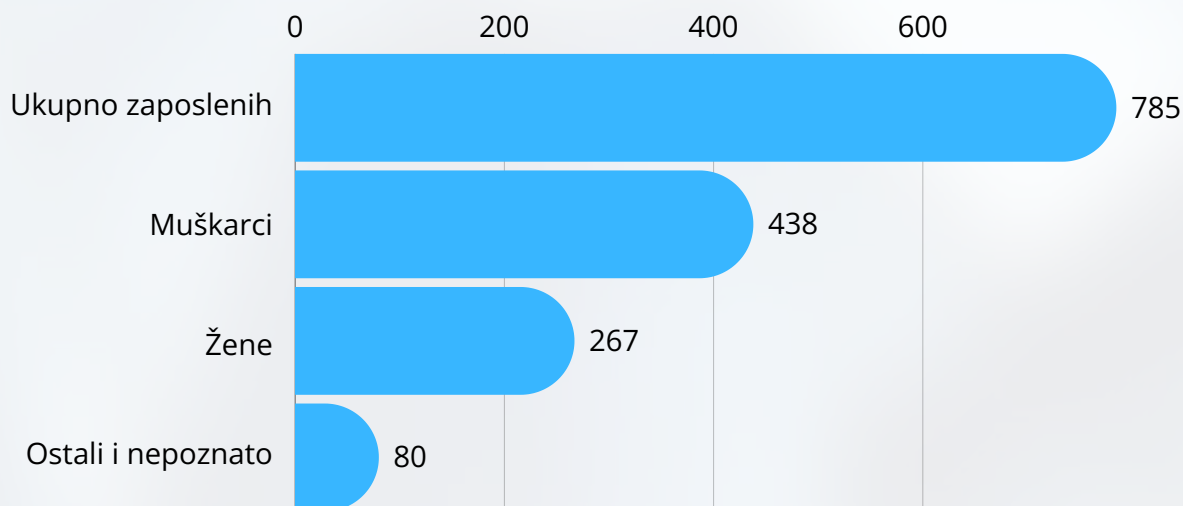
LJUDSKI RESURSI

Poduzetnici kroz svoje poslovne poduhvate generiraju nova radna mjesta. Novi poduzetnici koje smo anketirali su ukupno imali zaposleno 785 radnika. Podatak se odnosi i na njihovu zaposlenost i zaposlenost drugih radnika.

Ako govorimo o prosječnom broju radnika, onda su imali zaposlene 2,34 osobe. Dakle, u prosjeku novi poslovni poduhvati su kreirali radno mjesto za sebe i za najmanje još jednu osobu.

U 2023. g. u američkim start-upima je u prosjeku bilo zaposleno 3,5 osoba.

Grafik 56. Broj zaposlenih u novim poslovnim poduhvatima

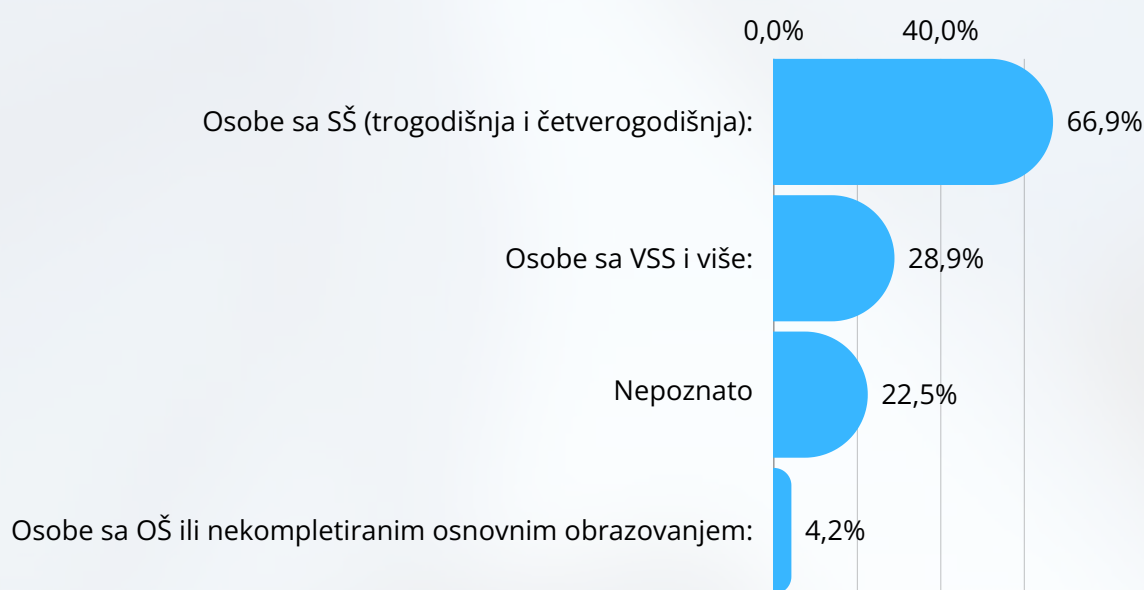


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Obrazovna struktura zaposlenih u novim poslovnim poduhvatima je samo donekle slična obrazovnoj strukturi koju smo prikazali za pokretače biznisa. Odnosno, najviše uposlenih (66,9%) ima srednju školu (trogodišnju ili četverogodišnju).

Među angažiranim radnicima, zaposlenih sa fakultetom ima 28,9%.

Grafik 57. Obrazovna struktura zaposlenih



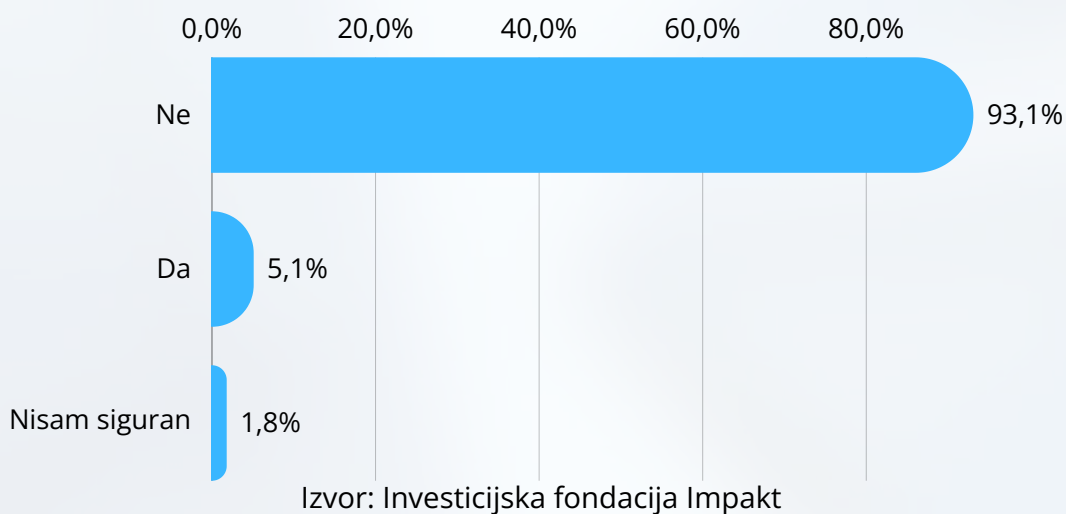
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Ukoliko se biznisi žele nastaviti širi i dalje rasti, fokus u zapošljavanju bio u većoj mjeri trebao biti na radnicima sa fakultetskim obrazovanjem. Ovdje prepreku može predstavljati neadekvatan obrazovni profil radnika sa VSS u odnosu na potrebe tržišta rada (a što je posljedica nekonkurentnog obrazovanja). Ono što nas treba dodatno zabrinuti jeste podatak da prema podacima Agencije za statistiku BiH za 2022. godinu učešće odraslih (25-64) godine u cjeloživotnom obrazovanju je svega 1,8%, dok je prosjek EU 10,8%, a u Hrvatskoj 3,5%. Dakle, radnici u BiH se ne doeduciraju, te samim tim sebe čine manje konkurentnim na tržištu rada, a i manje produktivnima nakon zaposlenja.

Svega 3% biznisa imalo je zaposlene strane državljane među uposlenicima, dok ih 95,8% ima zaposlene samo osobe iz BiH.

Treba istaknuti i da među zaposlenima ima i teže zapošljivih kategorija. Naime, 5,1% anketiranih biznisa je imalo teže zapošljive kategorije među zaposlenicima.

Grafik 58. Zaposlenost teže zapošljivih kategorija



Doprinos novopokrenutih biznisa ogleda se u više aspekata, u ostvarenom poslovnom rezultatu, u svim dažbinama državi koje su uplatili (a oni koji su poslovali u sivoj zoni ih ranije nisu plaćali), širenju asortimana proizvoda i usluga primarno u lokalnim zajednicama u kojima posluju, u kreiranim radnim mjestima za sebe i druge, te u zapošljavanju različitih kategorija stanovništva.

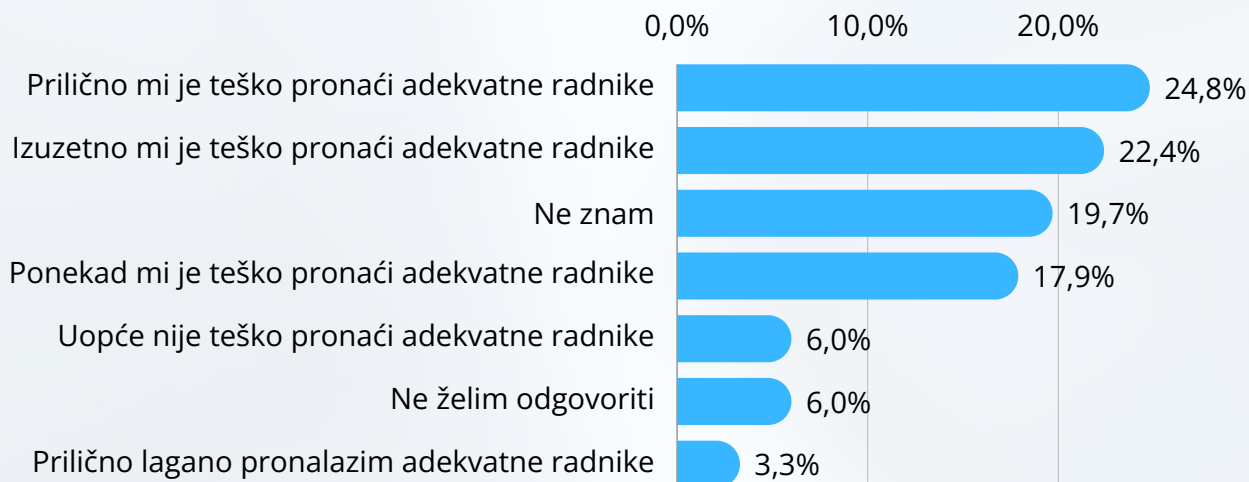
Jedan od izazova sa kojima se novopokrenuti biznisi suočavaju na tržištu rada odnosi se na pronalazak adekvatne radne snage. Skoro polovina (47,2%) novih poslovnih poduhvata tvrdi da im je izuzetno ili prilično teško pronaći adekvatno osoblje za rad.

Ovi podaci ukazuju na značajan problem u dostupnosti kvalifikovane radne snage u BiH. Sasvim sigurno je to rezultat prije svega nedostatka obrazovanog ili obučenog kadra za specifične poslove, ali i migracije radne snage u druge gradove ili države pa su onda privrednici u potrebi crpiti radnu snagu iz susjednih lokalnih zajednica.

U razgovorima u fokus grupama smo nastojali razumjeti ovaj izazov i saznali smo da on nije vezan samo za pronalazak radne snage. Naime, osim toga da pronađu radnike za poslove koje treba obaviti, poduzetnicima je izazov i zadržati te radnike na radnom mjestu, a dodatni izazov predstavlja i to da ih trebaju educirati za poslove koje trebaju obavljati (a neki nemaju uvijek vremena za proces obuke). Također, sve više pažnje poklanjaju i karakternim crtama novih uposlenika koje razmatraju zaposliti, jer su u praksi naučili da to što radnik poznaje određeni radni proces ili zna uraditi određeni posao nije nužno primarni prediktor njegovog uspjeha i zadržavanja na radnom mjestu. Zadržavanje radnika je posebno izazovno na poslovima koji su u svojoj strukturi rada manuelni, jednostavni, bez posebne složenosti, te poduzetnici imaju izazov da duže zadrže radnike na takvim poslovima zbog očekivanja koja nisu u skladu sa radnim mjestom.

Ovo je nekoliko faktora koji se nalaze u pozadini izazova „teškoće u pronalasku radnika“.

Grafik 59. Teškoće u pronalasku radnika



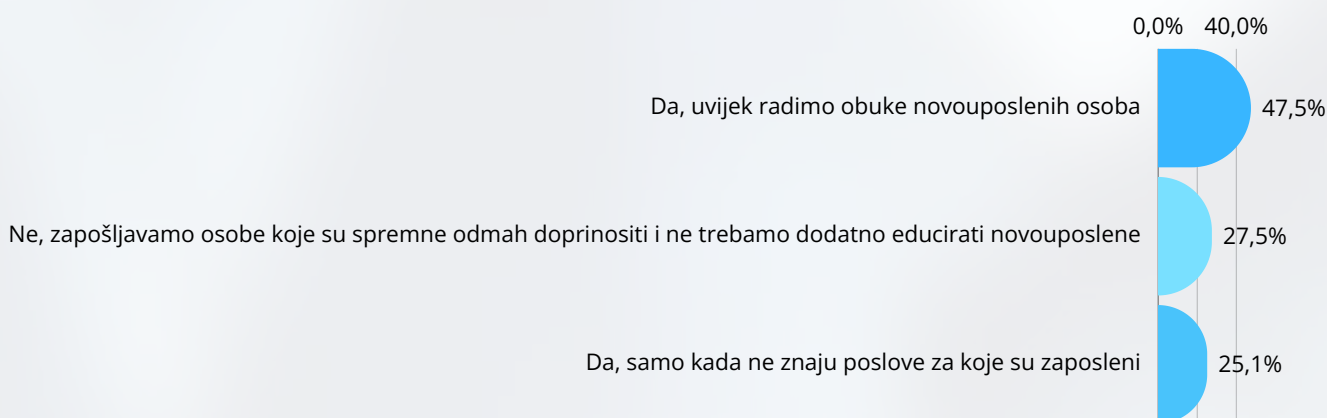
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Obzirom na izazov u pronalasku kvalifikovane i odmah operative radne snage, odnosno već spremnih radnika da rade poslove za koje ih angažiraju, sve više poduzetnika se odlučuje na edukaciju radnika u vlastitom aranžmanu za poslove za koje im trebaju.

Skoro polovina poslovnih poduhvata koje smo ispitali (47,5%) uvijek radi obuku novih uposlenika. Jedna četvrtina anketiranih (25,1%) radi edukaciju novouposlenih samo kada oni ne mogu početi raditi poslove za koje su angažirani.

Postoji značajna grupa poduzetnika (27,5%) koja uspijeva pronaći kvalifikovanu radnu snagu za poslove za koje im trebaju te do sada nisu imali potrebe educirati nove uposlenike.

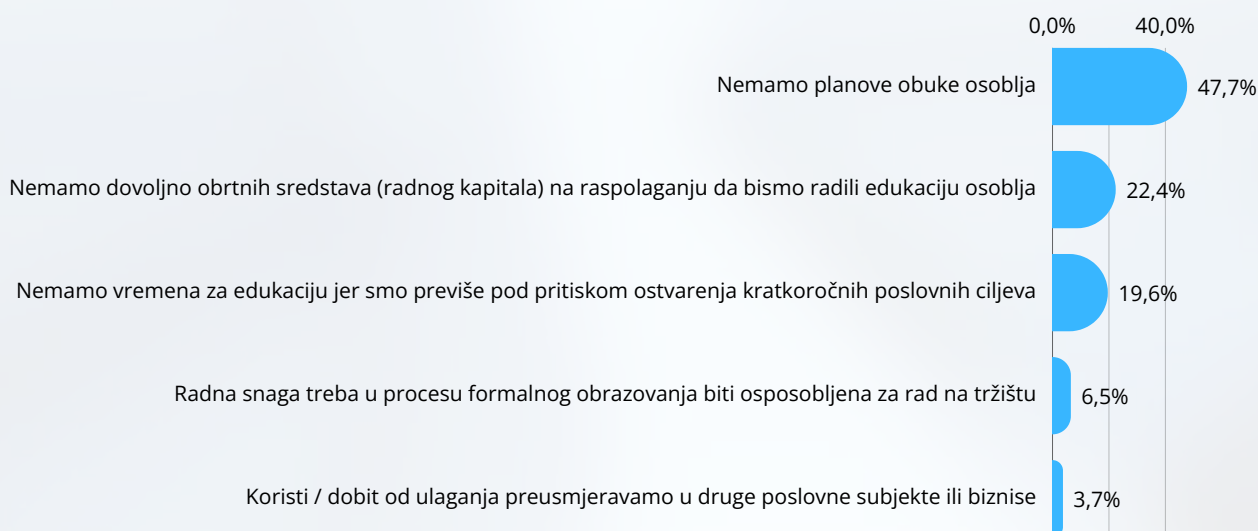
Grafik 59. Teškoće u pronalasku radnika



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Biznise koji su izjavili da ne vrše obuku uposlenika smo pitali i zbog čega ne rade edukaciju novih uposlenika. Skoro polovina (47,7%) tvrdi da nemaju planove obuke novih uposlenika. Malo manje od četvrtine ispitanih (22,4%) tvrdi da nemaju dovoljno sredstava da bi ih investirali u edukaciju novouposlenih. Naredni dominantan odgovor (kod 19,6% ispitanih) odnosi se na manjak vremena za educiranje novih uposlenika jer su usmjereni na ostvarenje kratkoročnih poslovnih ciljeva.

Grafik 61. Razlozi neobučavanja radne snage



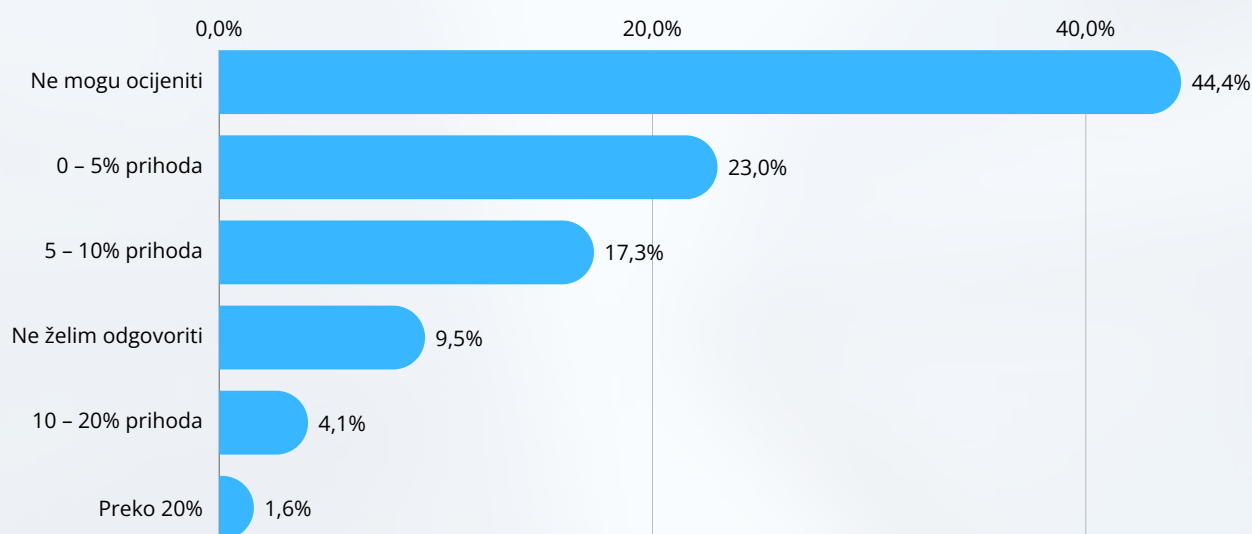
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

U fokus grupama ova subgrupa poduzetnika koja ne educira nove uposlenike je bila vrlo jasna da im pri angažmanu presudan faktor predstavlja to da li neko zna i može izvršiti radne zadatke koje im planiraju delegirati. U fokus grupama je ključni argument bio to da nemaju vremena za edukaciju za posao za koji je osoba formalno kvalifikovana te problem vide u diskrepanci između obrazovnog sistema i potreba tržišta rada. Odnosno, smatraju da obrazovni proces nije u skladu sa potrebama tržišta rada i da kvalifikovani radnici za određene grupe poslova uglavnom nisu spremni obavljati te poslove nakon obrazovnog procesa.

Manjak obrtnih sredstava kao razlog odnosi se na vrlo specifične edukacije koje treba platiti za specifične poslove (zbog certifikacija), a koje nije tako lahko naći na tržištu, a nisu ni jeftine te predstavljaju pritisak na budžet novog biznisa.

Obzirom da postoji značajna grupa poduzetnika koja educira nove uposlenike, zanimalo nas je koliko sredstava odvajaju za edukaciju novozaposlenih. Dominantan odgovor je da ne mogu ocijeniti (44,4%). Većina njih edukaciju vrše u procesu rada („u hodu“) te ne vode posebnu evidenciju koliko je to radnih sati ili sredstava uloženi u edukaciju. Skoro četvrtina (23%) poduzetnika je izjavila da na edukaciju odvađa od 0% do 5% godišnjih prihoda, dok ih 17,3% odvađa od 5% do 10% godišnjih prihoda.

Grafik 62. Iznos sredstava koja izdvajate na edukaciju novih uposlenika



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Jedan od ključnih aspekata zadržavanja radne snage novi poduzetnici vide u iznosu plate koju isplaćuju radnicima. Zanimalo nas je koji su to platni razredi koje ovih poduzetnici isplaćuju svojim zaposlenicima.

Nešto manje od petine (18,8%) novih biznisa svojim radnicima u prosjeku isplaćuje neto platu u rasponu od 600 KM do 800 KM. Skoro svaki četvrti biznis (23,9%) prosječno isplaćuje neto plate u rasponu od 801 KM do 1.000 KM, dok 17,9% biznisa svojim radnicima u prosjeku isplaćuje neto platu u rasponu od 1.001 KM do 1.200 KM.

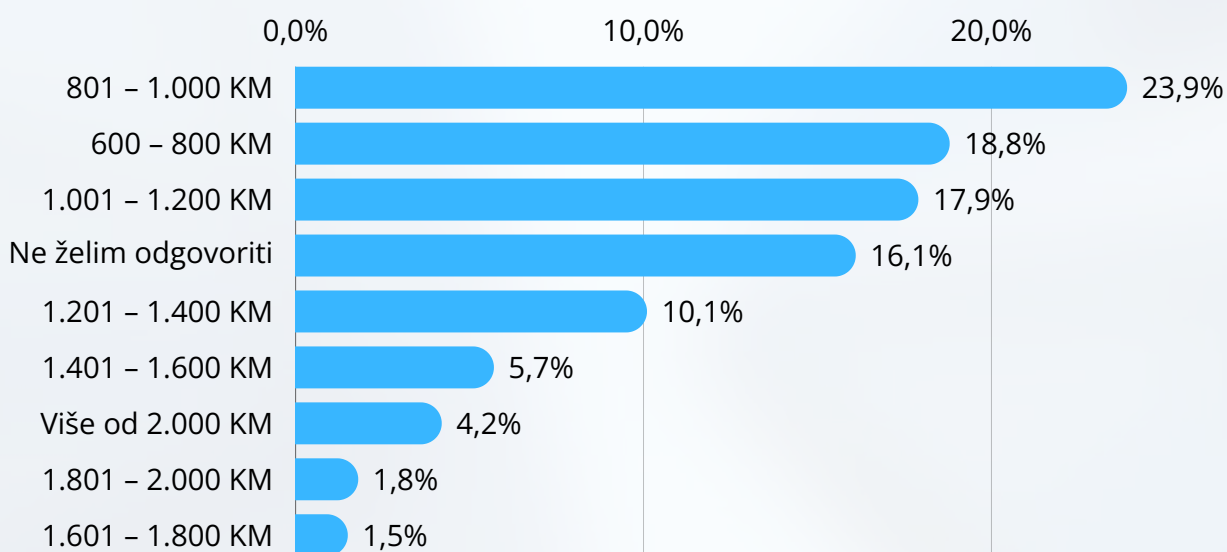
Svaki deseti novi poslovni poduhvat svojim uposlenicima isplaćuje prosječnu platu u rasponu od 1.201 KM do 1.400 KM.

Prema podacima Agencije za statistiku BiH, posljednji dostupan podatak o prosječnoj isplaćenoj neto plati odnosi se na novembar 2024. g. i ona je iznosila 1.406 KM[44]. Ako gledamo nove poslovne poduhvate, njih 70,7% kao prosječnu neto platu koju isplaćuje svojim zaposlenicima isplaćuje iznos koji je ispod prosječne neto plate ili je u rangu sa njom. Međutim, dodatno opterećenje po pitanju plate će predstavljati Odluka Vlade FBiH o podizanju minimalne plate na 1.000 KM od početka 2025. g.

Poduzetnika koji svojim uposlenicima isplaćuju prosječnu neto koja je viša od prosječne plate u BiH ima 13,2%.

[44] Agencija za statistiku BiH (2025) Demografija i socijalne statistike: Saopćenje (https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Saopstenja/2025/LAB_04_2024_11_1_BS.pdf)

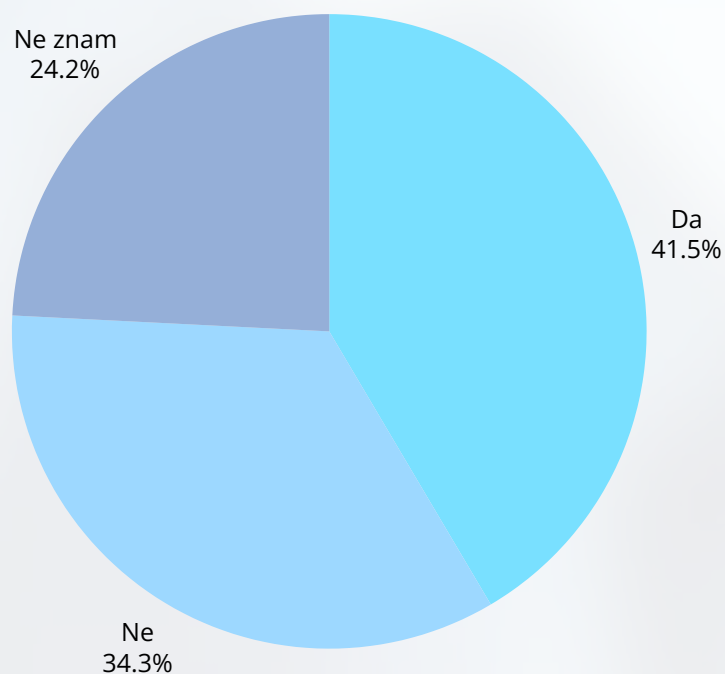
Grafik 63. Prosječna neto plata isplaćena uposlenicima



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Anketirani novi biznisi su uglavnom planirali zapošljavati nove uposlenike u godini kada su anketirani (2024. g.). Naime, 41,5% ispitanih je tvrdilo da namjerava zapošljavati nove uposlenike. Jedna trećina ispitanih nije imala namjeru zapošljavanja novih radnika, dok ih jedna četvrtina nije bila sigurna da li će zaposliti nove osobe.

Grafik 64. Zapošljavanje novih radnika u tekućoj godini



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Posebno smo analizirali subgroupu poduzetnika koji su odgovorili da planiraju zapošljavati nove radnike u godini anketiranja.

Kada govorimo o broju novih zaposlenih koje su ovi biznisi planirali uposliti, u prosjeku su to 2 nova radnika po biznisu. Ako imamo u vidu informaciju da ovi biznisi trenutno u prosjeku zapošljavaju nešto malo više od 2 osobe, možemo zaključiti da anketirani biznisi u prosjeku planiraju uduplati broj zaposlenih u tekućoj godini. Očekivani rast broja zaposlenih predstavlja ključni indikator kapaciteta poslovanja i ekonomske održivosti novih poduzetničkih poduhvata. Planirana ekspanzija radne snage, koju je najavilo 41,5% poslovnih subjekata, signalizira potencijal za skaliranje operacija, povećanje produktivnosti i dugoročni rast.

Ako gledamo kumulativno, ukupan broj novih uposlenika koje ovi biznisi koje smo anketirali i koji planiraju zapošljavati nove radnike planiraju angažirati 278 novih radnika.

Grafik 65. Planovi za zaposlenje novih radnika

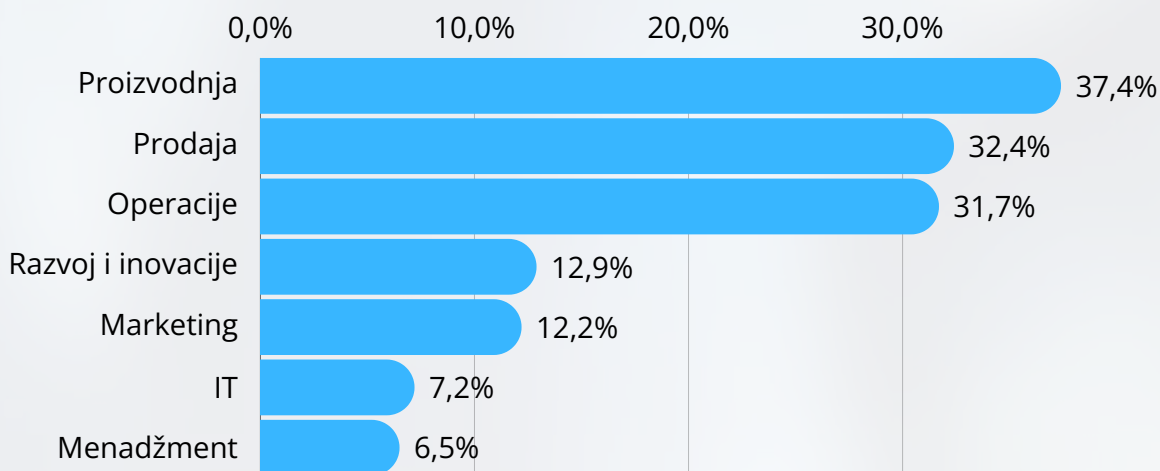


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Primarni sektori u kojima novi biznisi planiraju zapošljavati su ujedno i esencijalni sektori za održavanje i širenje poslovanja: proizvodnja (37,8%), prodaja (32,4%) i operacije (31,7%).

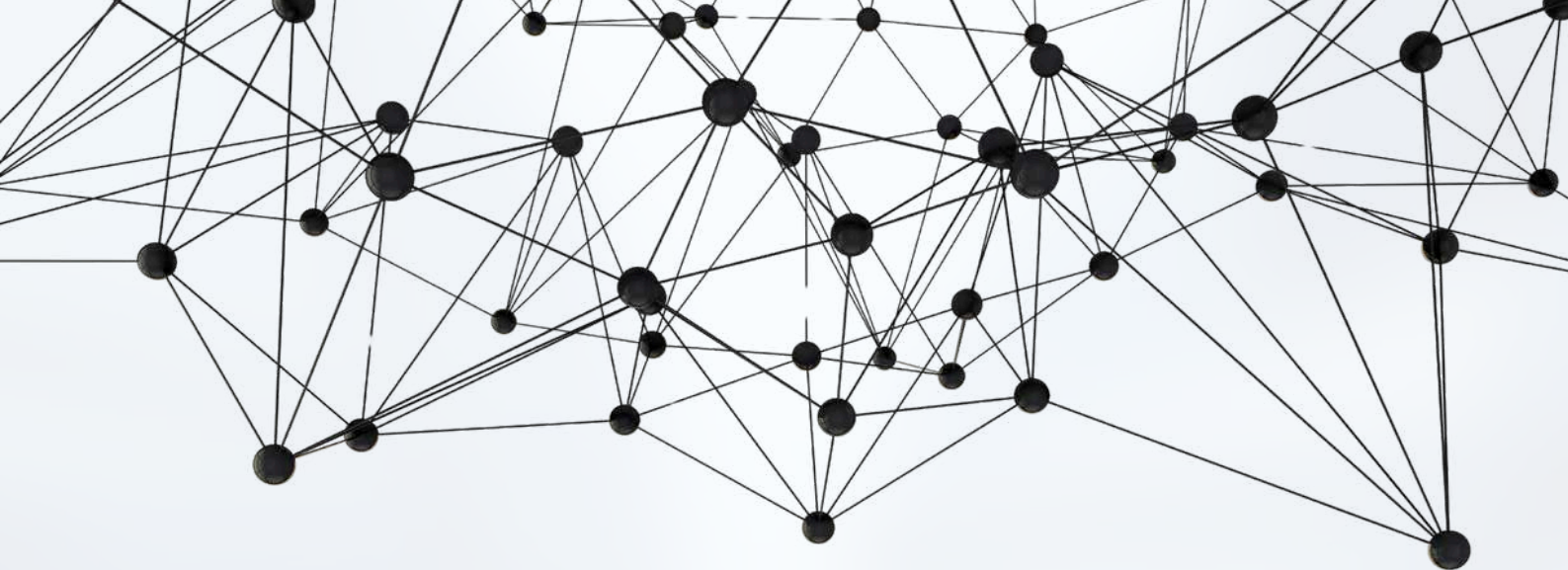
Zanimljivo je da ih najmanje (samo 6,5%) planira zapošljavati na menadžerskim pozicijama.

Grafik 66. Sektori u kojima planirate zapošljavati



Izvor: Investicijska fondacija Impakt





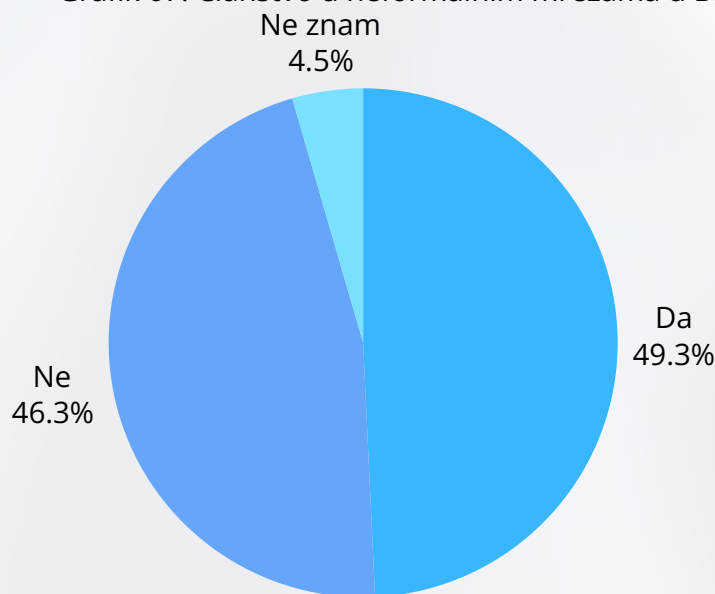
UMREŽAVANJE

Za nove poslovne poduhvate umrežavanje predstavlja jedan od bitnih dodatnih aspekata poslovanja jer na taj način žele da prošire svoje tržište, uvežu se sa drugim poduzetnicima, izgrade partnerstva i eventualno stvore preduslove za nove iskorake u poslovanju.

Prema posljednjim dostupnim podacima Svjetskog ekonomskog foruma (World Economic Forum . WEF) (Global competitiveness report za 2019), BiH je pala na 125. od 141 analizirane zemlje s obzirom na razvoj klastera u BiH, a na 137. mjesto od 141 analizirane zemlje kada je u pitanju multi-stejkholderska saradnja.

Anketirani poduzetnici su prilično polarizirani po pitanju umrežavanja ili članstva u neformalnim grupama u BiH a koje imaju veze sa njihovim poslovanjem. Naime, njih 49,3% su članovi neke lokalne neformalne mreže, dok ih 46,3% nije član bilo kakvih mreža.

Grafik 67. Članstvo u neformalnim mrežama u BiH



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

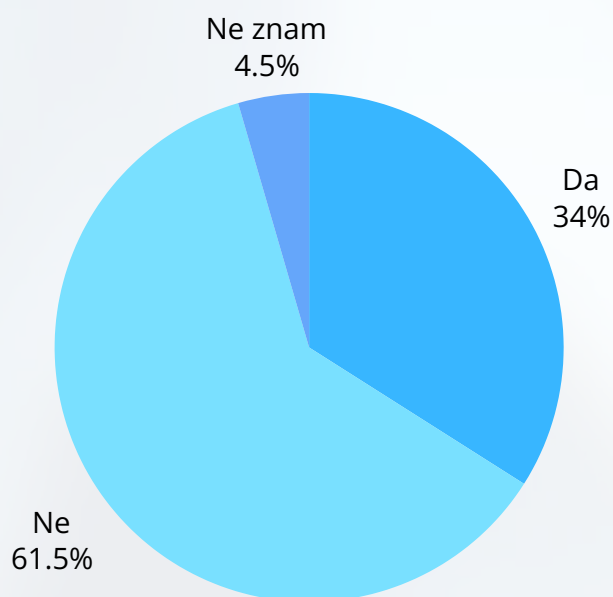
One koji su članovi nekih neformalnih mreže pitali smo o svrsishodnosti članstava. Zanimljivo je da ih je 43,6% izjavilo da im članstvo u neformalnim mrežama koje imaju dodira sa njihovim poslovanjem pomaže u znatnoj mjeri u njihovom poslovanju, dok ih je 47,9% izjavilo da im članstvo pomaže samo djelomično.

Samo 7,3% članova neformalnih mreža je izjavilo da im članstvo ne pomaže u poslovanju ili ostvarenju poslovnih rezultata.

Na osnovu ovih opaženih podataka preporuka je da novi biznisi intenziviraju svoje aktivnosti na polju umrežavanja i povezivanja sa drugim (sličnim) poslovnim poduhvatima. Prema tvrdnji znatne većine (91,5%) onih koji su članovi neformalnih mreža, umrežavanje u neformalnim grupama u BiH im je u znatnoj ili djelomičnoj mjeri pomoglo u poslovanju.

Članstvo u formalnim cehovski organizacijama ili organizacijama koje pružaju podršku poduzetnicima je manje privlačno poduzetnicima od neformalnim mreža. Skoro dvije trećine ispitanih (61,5%) je izjavilo da lično nisu članovi ovakvih formalnih mreža i organizacija. Jedna trećina ih je izjavila da su članovi formalnih mreža ovog tipa.

Grafik 68. Članstvo u formalnim mrežama u BiH



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Međutim, iako je članstvo u formalnim mrežama manje privlačno poduzetnicima, zanimljivi su stavovi onih koji su članovi formalnih mreža.

Naime, od onih koji su izjavili da su članovi formalnih organizacija i mreža, njih 44,7% tvrdi da im takve mreže u znatnoj mjeri pomažu da ostvare poslovne rezultate, dok ih 43,9% tvrdi da im članstvo djelomično pomaže u ostvarenju poslovnih rezultata.

Na osnovu ovih opaženih podataka preporuka je da novi biznisi intenziviraju svoje aktivnosti na polju umrežavanja i povezivanja cehovske organizacije mreže, inkubatore, akceleratora i organizacije koje na bilo koji način pružaju podršku poduzetnicima.

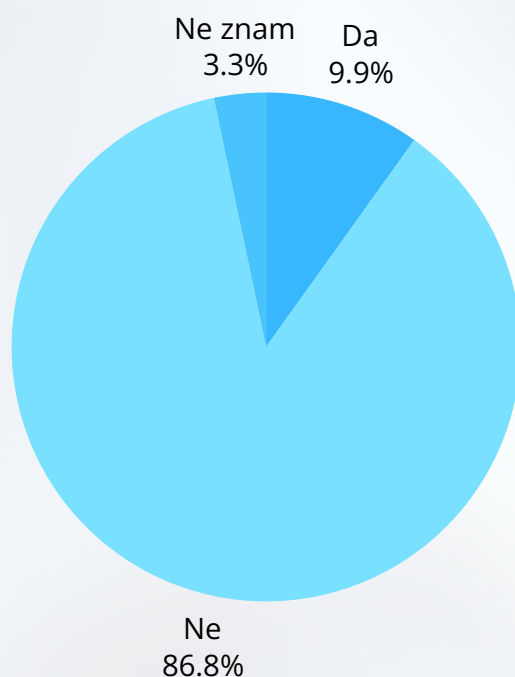
Zaključno, 88,6% članova formalnih organizacija vidi pozitivne efekte članstva na poslovanje svojih poslovnih poduhvata.

Obzirom da među anketiranim biznismima ima i onih koji već izvoze svoje proizvode i usluge na druga tržišta van BiH (ili planiraju da ih izvoze), zanimalo nas je da li su poduzetnici članovi formalnih ili neformalnih mreža u inostranstvu.

Dominantna većina anketiranih (86,9%) nije član bilo kakvih formalnih ili neformalnih mreža u inostranstvu.

Svaki deseti poduzetnik je član neke formalne ili neformalne mreže izvan BiH.

Grafik 69. članstvo u mrežama i neformalnim grupama u inostranstvu



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Iako je prilično mali broj onih koji su članovi mreža izvan BiH, zanimljivo je da su njihovi stavovi spram članstva u tim mrežama vrlo slični stavovima poduzetnika koji su članovi formalnih ili neformalnih mreža u BiH.

Naime, među onima koji su članovi nekih mreža van BiH, njih 48,5% tvrdi da im članstvo u tim mrežama znatno pomaže u ostvarenju poslovnih rezultata. Dodatno, njih 45,5% smatra da im članstvo u tim mrežama djelomično pomaže u boljem poslovanju. Samo 3% ovih poduzetnika smatra da im članstvo u mrežama van BiH ne pomaže u poslovanju.

Sumirano, gledano kroz sva 3 pitanja o umrežavanju, nameće se zaključak da poduzetnici koji su članovi formalnih ili neformalnih mreža u BiH ili inostranstvu u mnogome vide benefite tih članstava na poslovanju svojih biznisa. Nešto manje od polovine ih vidi vrlo jasne efekte članstva na poslovne rezultate, dok ih neto preko 40% vidi djelomične efekte na poslovne rezultate.

Ovo je vrlo jasan pokazatelj da novi predzetnici trebaju ozbiljnije evaluirati svoj stav o članstvima u formalnim i neformalnim mrežama i organizacijama, jer zbog manjka umreženosti potencijalno propuštaju značajne poslovne prilike koje bi im bile vrlo korisne u razvoju poslovanja.

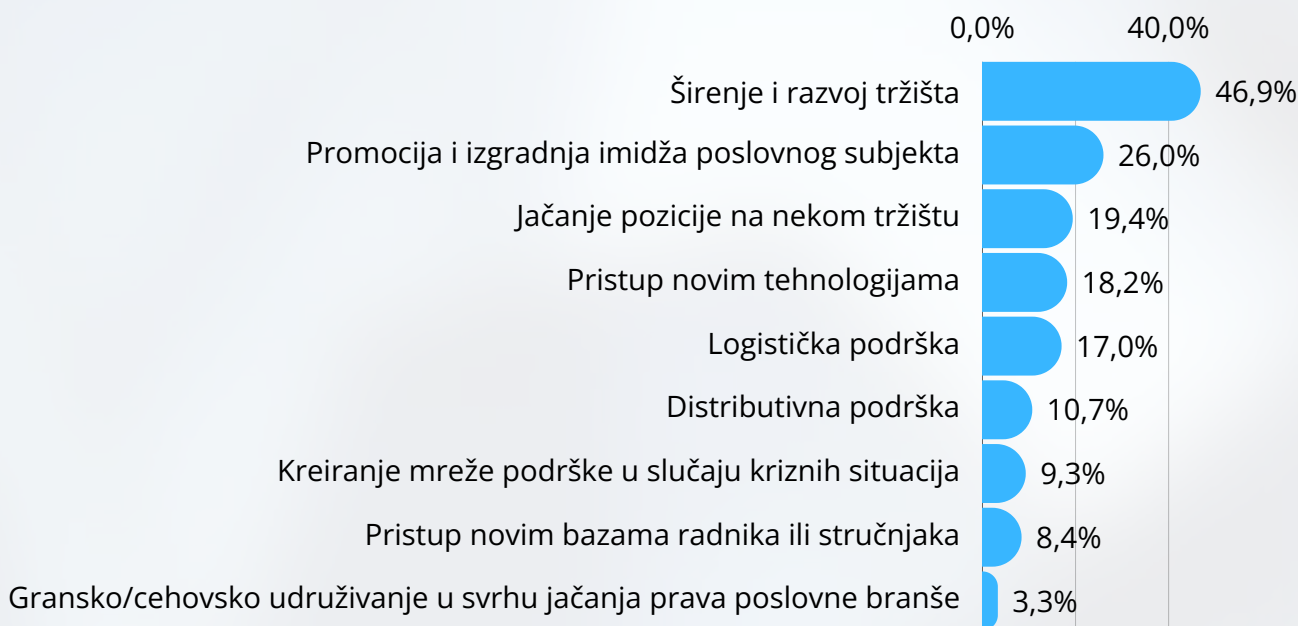
Kada govorimo motivima i očekivanjima od članstva u formalnim ili neformalnim mrežama, primarni razlog umrežavanja koji se ističe odnosi se na širenje tržišta i poslovanja (46,9% anketiranih bira ovu opciju kao primarni razlog umrežavanja).

Dodatno, promocija i izgradnja imidža poslovnog subjekta je važan motiv umrežavanja za 26% poduzetnika.

Razlozi koji se također ističu za umrežavanje su i jačanje pozicije na nekom tržištu (19,4%), pristup novim tehnologijama (18,2%) te logistička podrška u poslovanju (17%).

Zanimljivo je da članstvo u granskim ili cehovskim udruženjima u svrhu jačanja prava poslovne branše poduzetnici vide kao najmanje motivirajući faktor za umrežavanje.

Grafik 70. Motivi za članstvo u formalnim i neformalnim mrežama



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Primarna očekivanja poduzetnika u domenu umrežavanja odnose se na direktno unaprijeđenje poslovnih rezultata ili aktivnosti koje doprinose unaprijeđenju poslovnih rezultata.





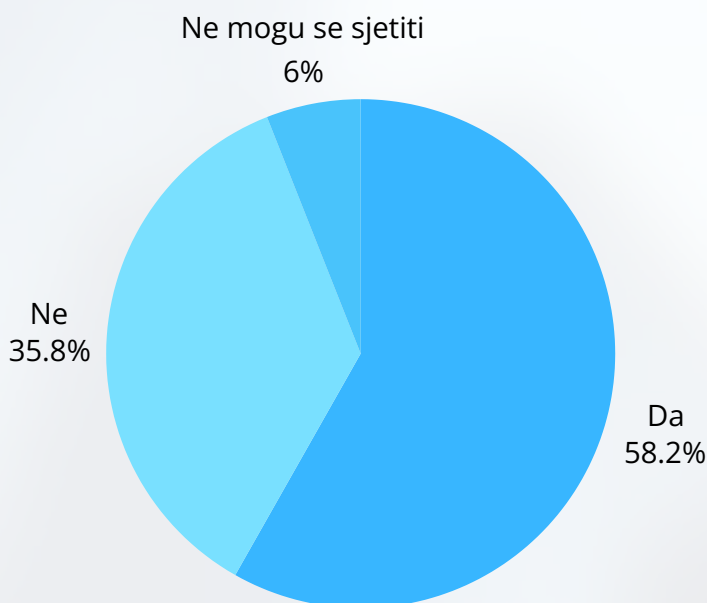
NEFORMALNO OBRAZOVANJE I JAČANJE VJEŠTINA I KOMPETENCIJA ZA VOĐENJE BIZNISA

Poduzetnici vrlo često rade na sebi i razvoju vlastitih kompetencija. Intenzitet potrebe za neformalnim obrazovanjem pokušali smo istražiti kroz nekoliko pitanja.

Kada govorimo o jačanju poduzetničkih vještina, 58,2% novih poduzetnika tvrdi da su imali prilike prisustvovati obukama koje jačaju ove kompetencije.

Treba istaknuti da jedna trećina njih nije imala prilike pohađati edukacije i obuke koje jačaju poduzetničke vještine.

Grafik 71. Pohađanje obuka za jačanje poduzetničkih vještina



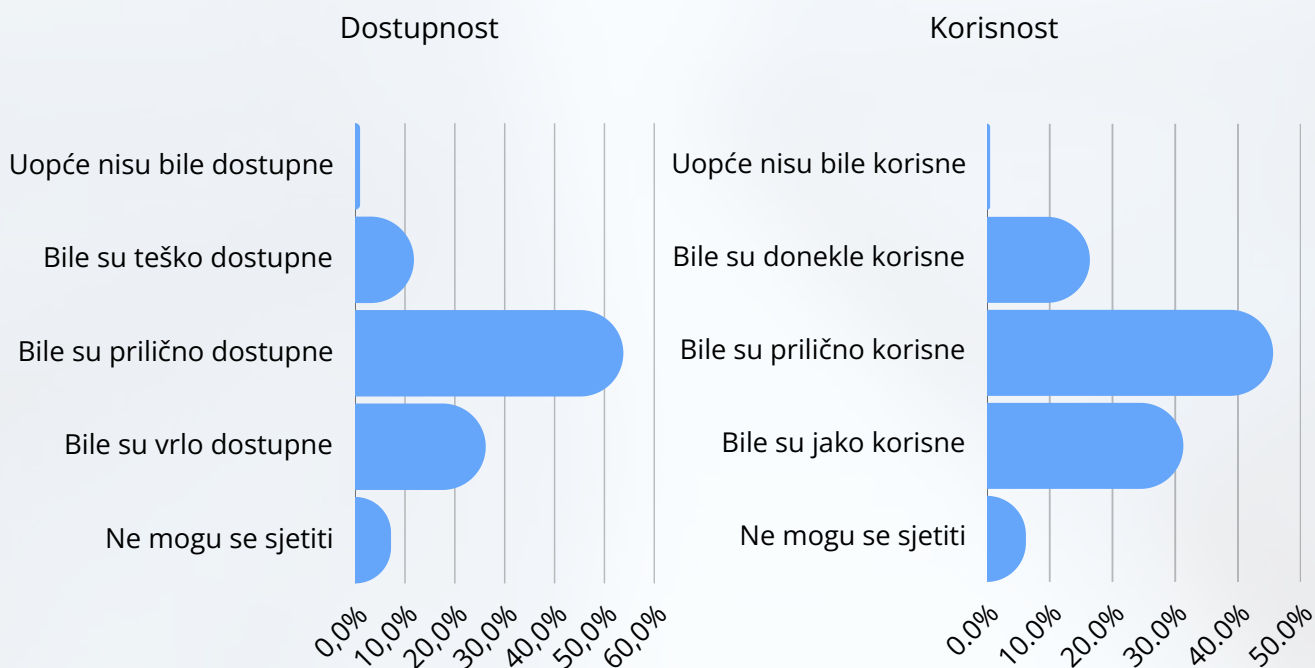
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Poduzetnike koji su odgovorili da su pohađali edukacije za jačanje poduzetničkih vještina smo pitali u kojoj mjeri su im takve edukacije bile dostupne i korisne.

Kada govorimo o dostupnosti, za 26,2% poduzetnika ove edukacije su bile vrlo dostupne, dok za njih 53,8% su bile prilično dostupne.

Važno je napomenuti da za 12,8% poduzetnika edukacije na temu jačanja poduzetničkih kompetencija su bile nedostupne ili teško dostupne.

Grafik 72. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje poduzetničkih vještina



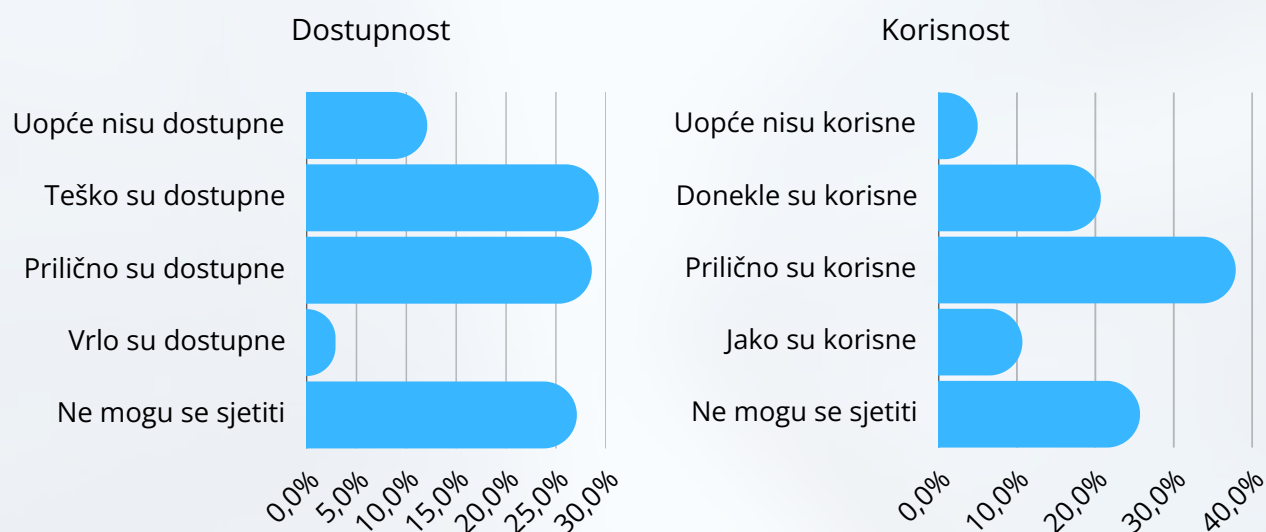
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

U smislu korisnosti, 76,9% ispitanih tvrdi da su im obuke koje su pohađali na temu poduzetničkih vještina bile jako ili prilično korisne. Donekle su bile korisne za 16,4% ispitanih.

Poduzetnike koji nisu pohađali navedene obuke pitali smo šta misle o njihovoj dostupnosti i korisnosti. Primjetna je razlika u dostupnosti obuka između poduzetnika koji su ih pohađali i onih koji nisu. Naime, među poduzetnicima koji nisu pohađali obuke za razvoj poduzetničkih vještina, njih 41,4% smatra da su im te obuke teško dostupne ili im uopće nisu dostupne (za razliku od 12,8% onih koji ovako razmišljaju, a pohađali su obuke).

Dodatno, korisnost ovih obuka primjetna je i među onima koji ih nisu pohađali. Odnosno, 48,7% onih koji nisu pohađali obuke smatraju da su one prilično ili jako korisne. Zaključak koji se nameće odnosi se na to da je problem dostupnost obuka, a u manjoj mjeri manjak interesa poduzetnika za neformalnim obrazovanjem.

Grafik 72. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje poduzetničkih vještina



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Jedna trećina (35,8%) novih poduzetnika pohađala je obuke za jačanje menadžerskih vještina. Sa druge strane, više od polovine (57,9%) ih nije pohađalo ove obuke.

Grafik 74. Pohađanje obuka za jačanje menadžerskih vještina



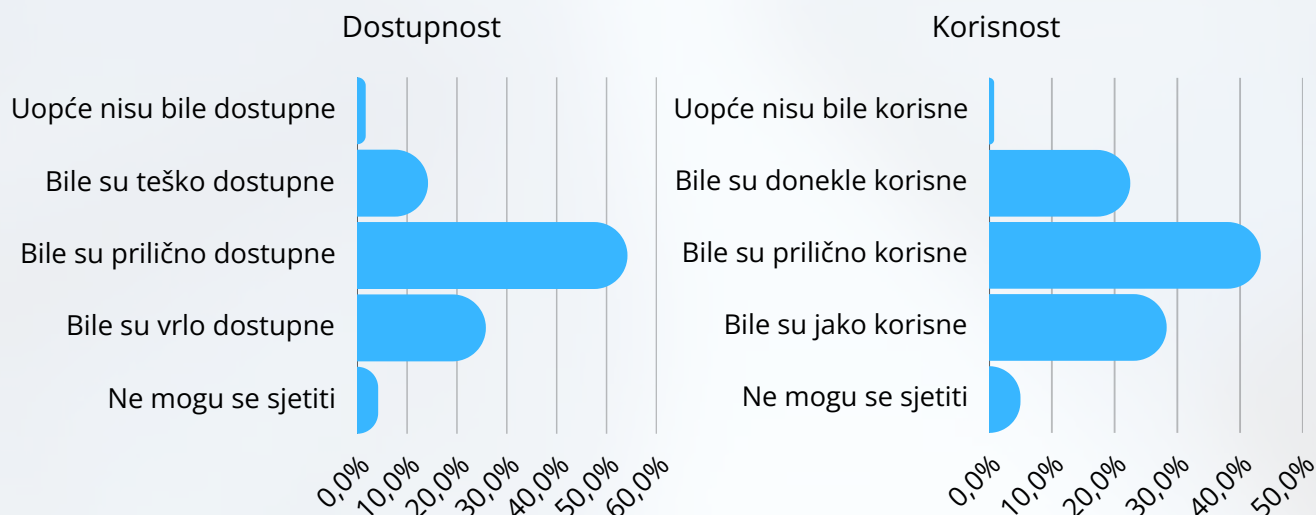
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Kada govorimo o dostupnosti i korisnosti obuka za jačanje menadžerskih vještina, trendovi su slični kao i kod obuka za jačanje poduzetničkih vještina.

Naime, među onima koji su pohađali obuke za jačanje menadžerskih vještina, iste su bile dostupne ili vrlo dostupne za 80% ispitanih.

Korisne ili jako korisne su bile za 71,6% poduzetnika koji su ih pohađali. Donekle su bile korisne za 22,5% osoba koje su ih pohađale.

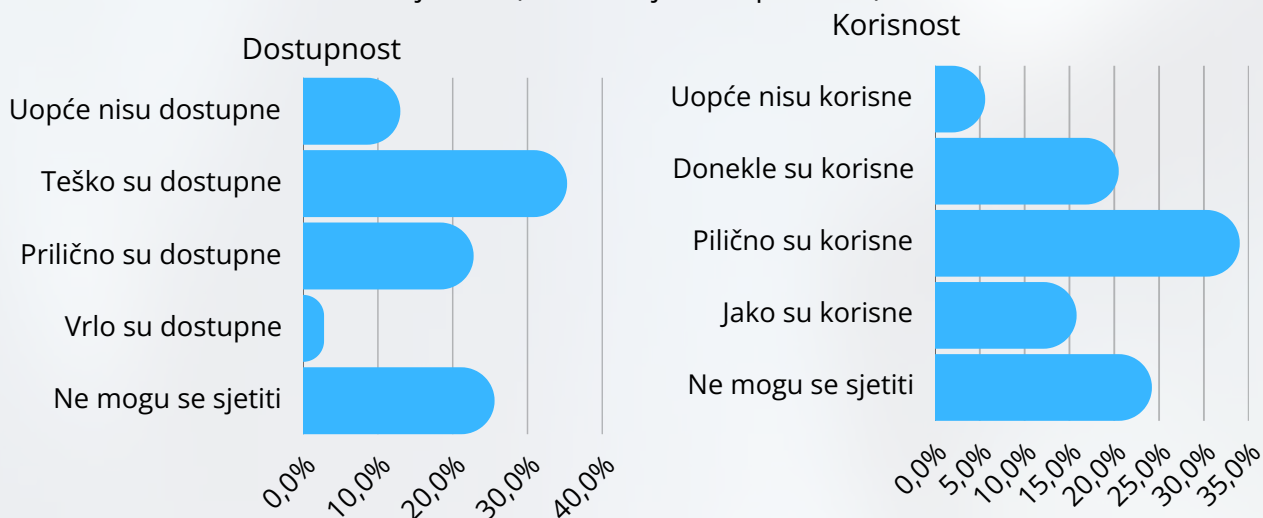
Grafik 75. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje menadžerskih vještina



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Među osobama koje nisu pohađale obuke za jačanje menadžerskih vještina, njih skoro polovina (48,3%) smatra da su im te obuke bile teško ili u potpunosti nedostupne, dok ih kao korisne ili jako korisne percipira 49,8% poduzetnika koji ih nisu pohađali.

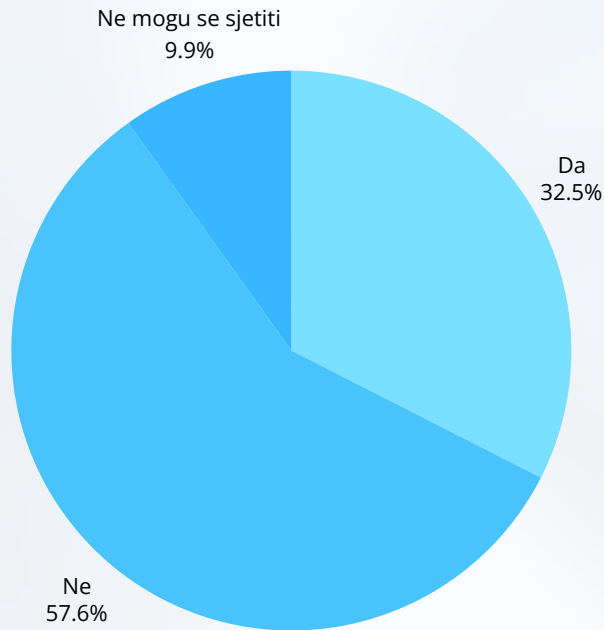
Grafik 76. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje menadžerskih vještina (za one koji ih nisu pohađali)



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Jedna trećina poduzetnika je imala prilike prisustvovati obukama za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa. Više od polovine (57,6%) ih nije imalo prilike prisustvovati ovim obukama.

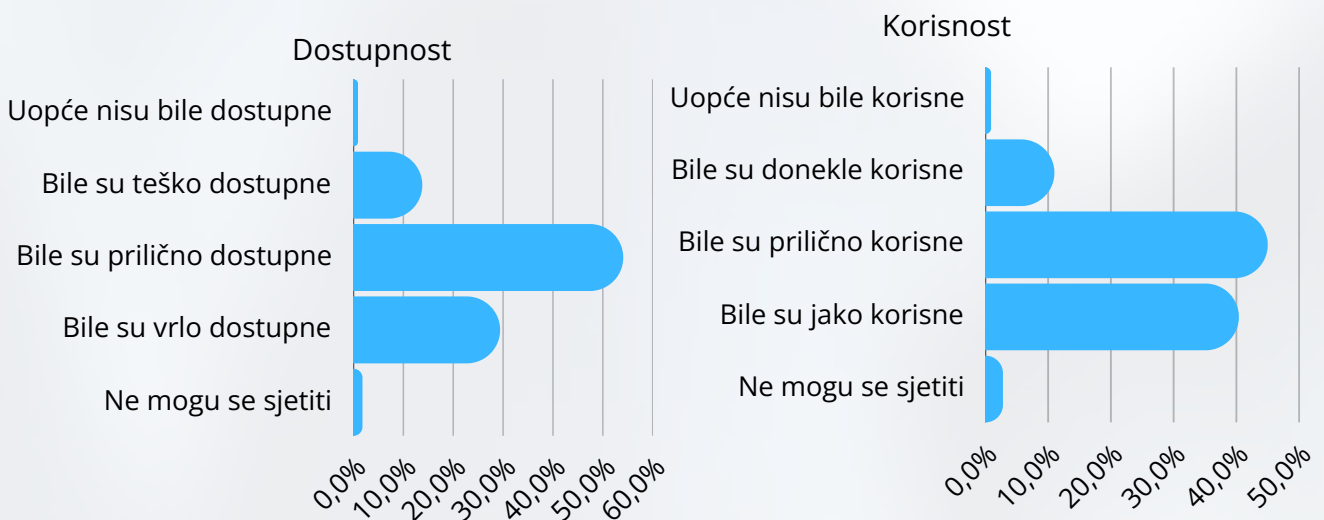
Grafik 77. Pohađanje obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Među onima koji su ove obuke pohađali, njih 83,5% ih vidi kao jako ili prilično dostupne, dok ih 85,4% vidi kao jako ili prilično korisne.

Grafik 78. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa

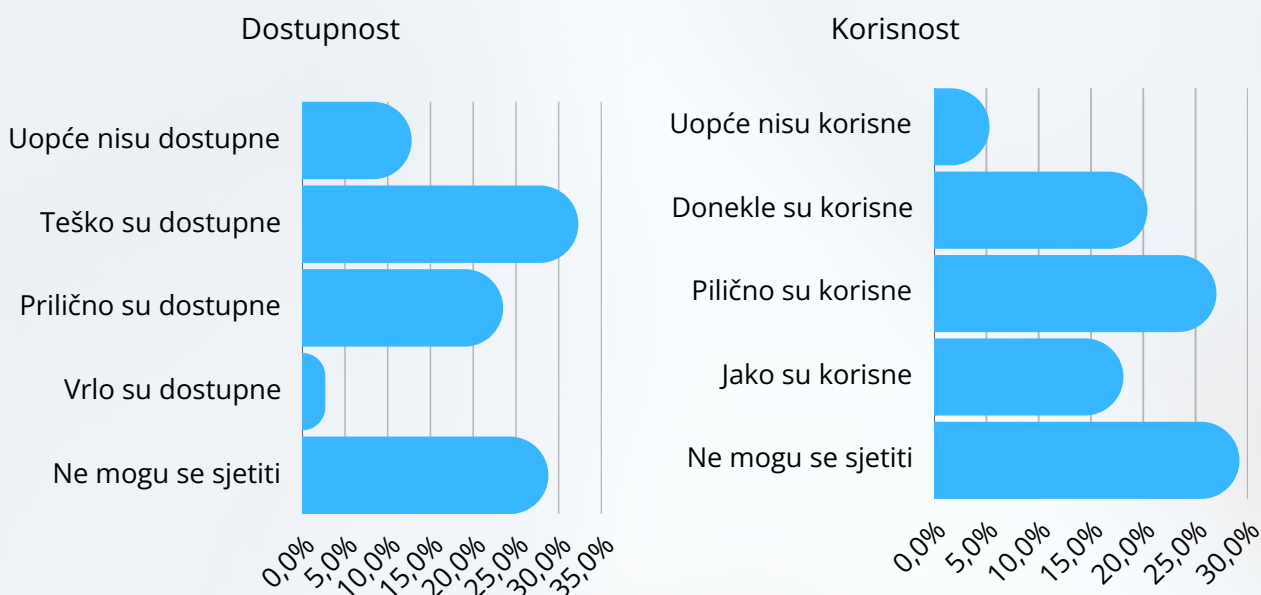


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Poduzetnici koji nisu pohađali obuke za razvoj tehničkih vještina za razvoj biznisa imaju problem sa njihovom dostupnošću, dok su svjesni njihove korisnosti.

Naime, za 45,1% onih koji nisu pohađali ove obuke one su bile teško ili jako nedostupne, dok ih isti udio (45,1%) ove obuke vidi kao jako ili prilično korisne.

Grafik 79. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa (za one koji ih nisu pohađali)



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

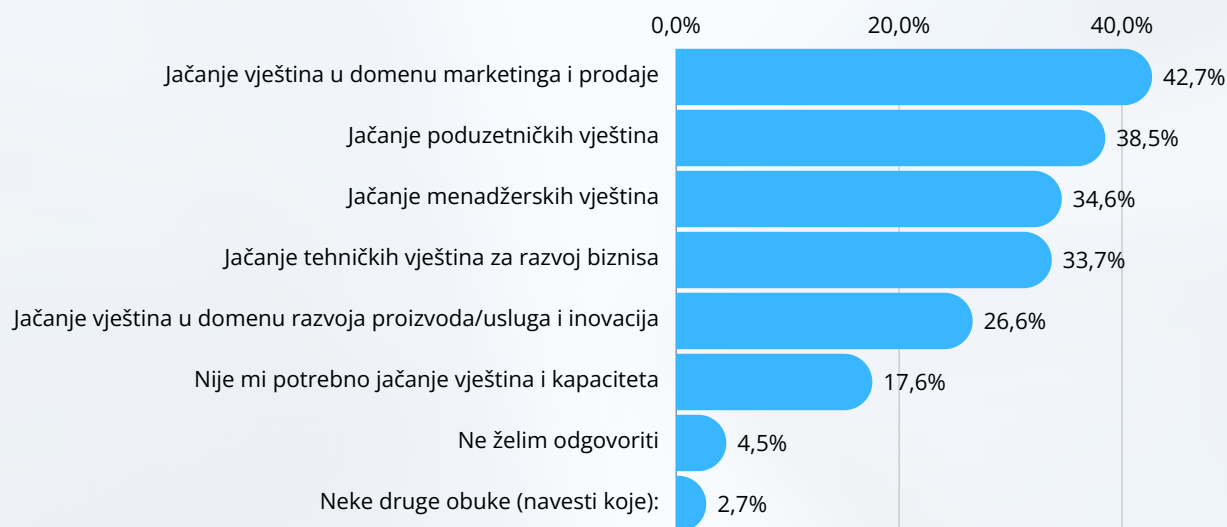
Osim nabrojanih vještina koje vrlo jasno imaju dodira sa vođenjem biznisa, zanimalo nas je koje još vještine i kompetencije poduzetnici žele unaprijediti ili za koje imaju interes.

Zanimljivo je da jedna od tema koju nismo ranije obradili, a tiče se jačanja vještina u domenu marketinga i prodaje privlači posebnu pažnju poduzetnika i za nju je interes iskazalo 42,7% novih poduzetnika.

Naredne 3 dominantne teme smo već obradili (poduzetničke, menadžerske i tehničke vještine za razvoj biznisa) i za sve njih interes iskazuje preko trećine poduzetnika.

Potrebu za jačanjem svojih vještina i kompetencija nije iskazalo 17,6% novih poduzetnika.

Grafik 80. Oblasti u kojima poduzetnici trebaju jačanje vještina



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

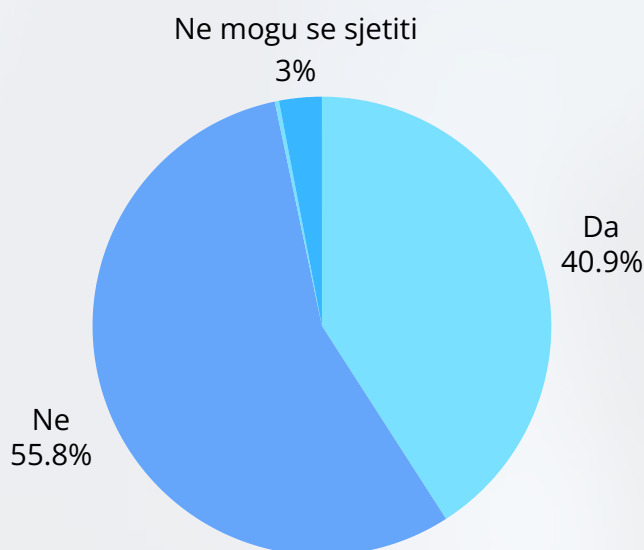
Poduzetnici prepoznaju važnost neformalnog obrazovanja za razvoj svojih poduzetničkih i drugih vještina te dominantna većina njih ove obuke vide kao korisne.

Dodatno, poduzetnici su spremni na neformalno obrazovanje za razvoj svojih vještina. Problem je što neformalne obuke i edukacije koje trebaju da unaprijede kompetencije poduzetnika nisu uvijek dostupne za pohađanje.

Među onima koji su pohađali obuke za poduzetnike postoji interes za dodatnim usavršavanjem, i pohađanjem ovakvih obuka, dok kod onih koji ih nisu pohađali postoji potencijal za pohađanjem ovih obuka, ali je problem njihova dostupnost.

Poseban oblik podrške novim poduzetnicima predstavlja mentorska podrška. Zanimljivo je da 40,9% ispitanih tvrdi da su imali neki vid mentorske podrške tokom razvoja svoje poslovne ideje. Međutim, 55,8% njih nije imalo ovakav vid podrške.

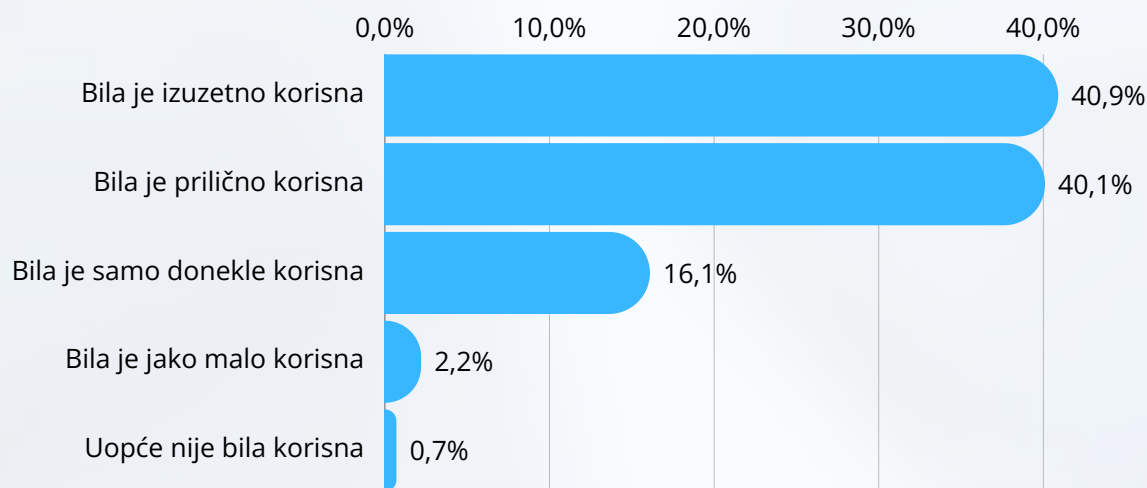
Grafik 81. Dostupnost mentorske podrške u razvoju biznisa



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Među onima koji su imali mentorsku podršku u razvoju biznisa ona je izuzetno korisna, te njih 81% smatra da je ovakav vid podrške izuzetno ili prilično koristan. Marginalan je udio onih koji smatraju da mentorska podrška nije korisna.

Grafik 82. Korisnost mentorske podrške (za one koji su je imali)

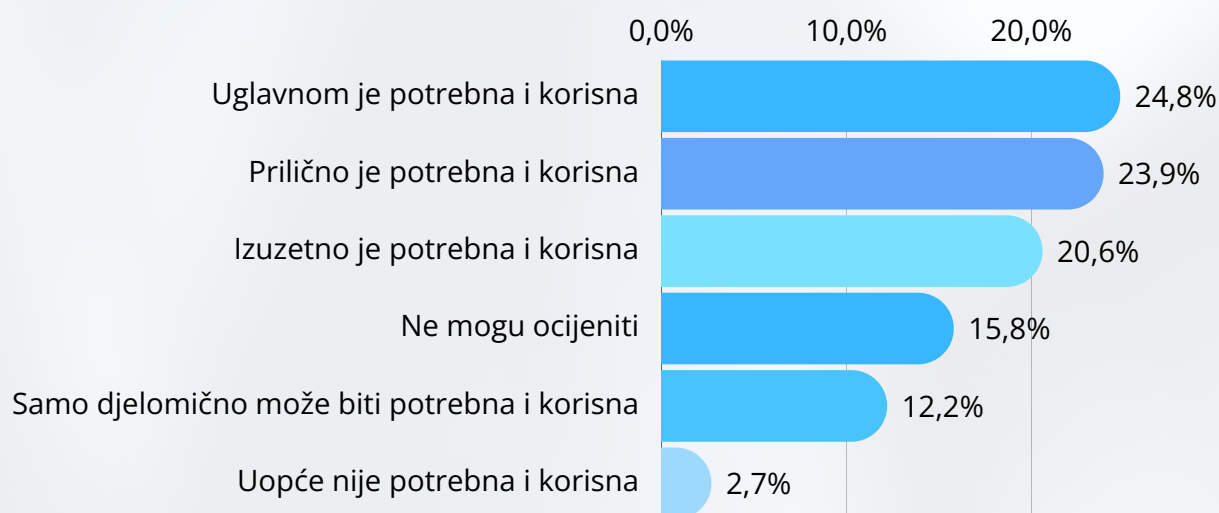


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Korisnost mentorske podrške je vrlo prepoznata od strane poduzetnika, te njih 44,5% mentorsku podršku vidi kao izuzetno ili prilično korisnu.

Nešto malo više od jedne četvrtine (27,5%) mentorsku podršku ne vidi kao potrebnu i korisnu u razvoju biznisa.

Grafik 83. Korisnost mentorske podrške za razvoj biznisa



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

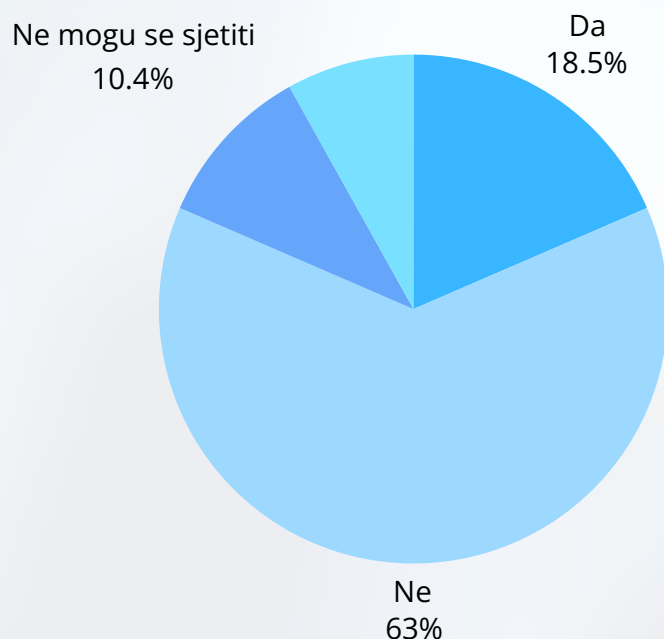


POSLOVNO OKRUŽENJE

Mjere podrške aktivnom zapošljavanju koristilo je samo 18,5% novopokrenutih biznisa. Njih dvije trećine nije koristilo ove mjere, dok ih 8,1% ne zna šta su mjere aktivnog zapošljavanja.

Uočeni podaci ukazuju na vrlo nisku iskorištenost dostupnih aktivnih mjera nadležnih organa a koje novopokrenutim biznisima mogu donekle olakšati razvoj biznisa, poslovanje ili zapošljavanje potrebne radne snage.

Grafik 84. Korištenje mjera podrške aktivnom zapošljavanju.



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Među mjerama aktivnog zapošljavanja koje su poduzetnici koristili ističe se nekoliko dominantnih kategorija. Najčešće korištene mjere se grupno odnose na dostupne mjere Federalnog zavoda za zapošljavanje, zatim mjere koje lokalne vlasti realiziraju u domenu podrške zapošljavanju i samozapošljavanju (uključujući saradnju sa lokalnim biroima za zapošljavanje, podršku za pokretanje biznisa/startup-a/, stručno osposobljavanje i sl.), treća grupa mjera koja se izdvaja odnosi se na zapošljavanje pripravnika.

U manjem obimu, iako su korištene, su prepoznate mjere za teško zapošljive kategorije (realizirane kroz neko od ministarstava ili kroz neki od zavoda za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom).

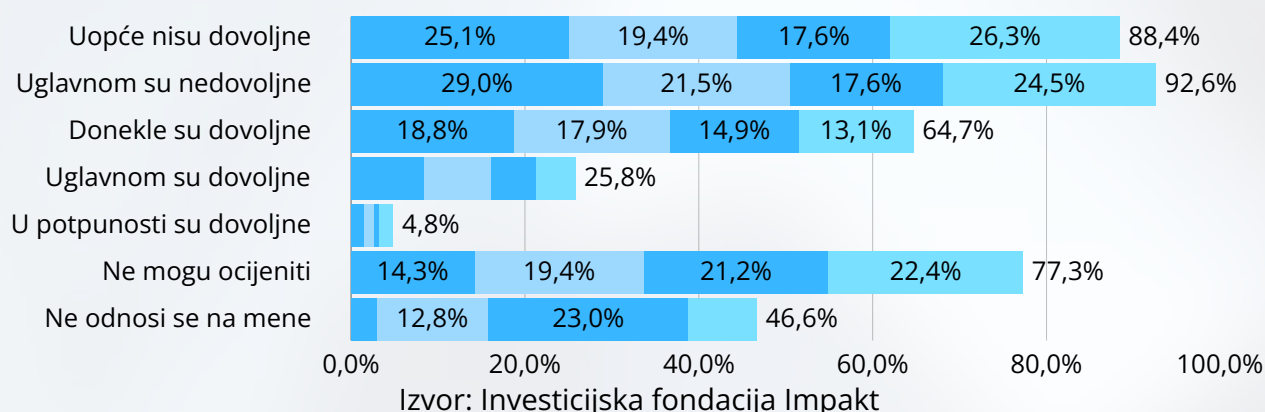
Mjere koje provode različiti nivoi vlasti u BiH poduzetnici ne smatraju dovoljnima i dostatnima u procesu razvoja biznisa.

Naime, između 5% i 10% poduzetnika smatra da su mjere koje provode organi vlasti dovoljne ili u potpunosti dovoljne kao formalna podrška pokretanju i razvoju biznisa. Pri tome, najboljim su ocijenjene mjere koje provode lokalni nivoi vlasti (općine i gradovi).

Sa druge strane, između 35,2% i 54,1% ispitanih privrednika smatra da mjere koje vlasti provode u cilju podsticanja preduzeništva uopće ili uglavnom nisu dovoljne.

Zanimljivo je da su opet najlošije ocijenjene mjere podrške koje provode lokalne vlasti. Na fokus grupama smo došli do dijela objašnjenja ovakvog stava, a on se odnosi na to da većina poduzetnika koja uopće dolazi u dodir sa mjerama podrške poduzetnicima do njih dolazi na lokalnom nivou, te zbog toga formiraju vrlo polariziran stav spram ovih mjera (bilo pozitivan, bilo negativan).

Grafik 85. Mjere podrške različitih nivoa vlasti novim poduzetnicima



Odgovori koji su se odnosili na „ne znam“, „ne želim odgovoriti“ i „ne odnosi se na mene“ nisu prikazani na grafiku iz praktičnih razloga – preglednosti podataka.

Istražili smo konkretne mjere podrške koje poduzetnici smatraju da bi bile korisne da se uvedu, ili dodatno proširi njihov obuhvat, ako su negdje već implementirane.

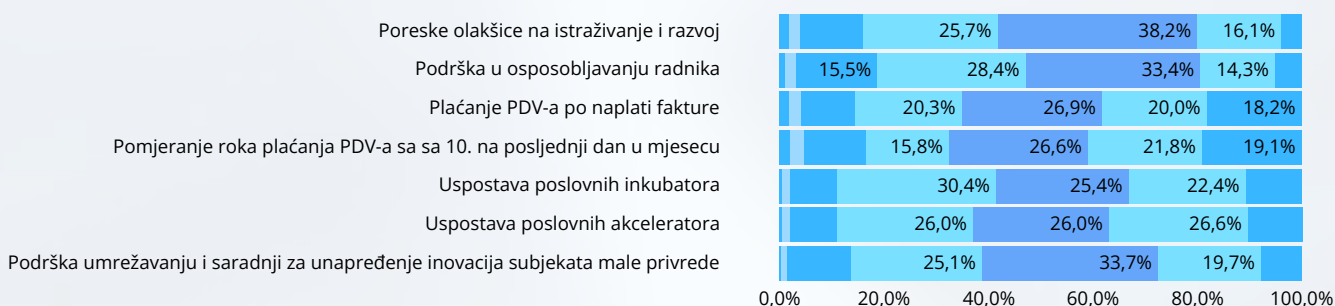
Sve nabrojane mjere podrške poduzetnici su ocijenili generalno kao korisne za rast i razvoj (novopokrenutih) biznisa. Mjera koju je najviše biznisa (38,2%) ocijenilo kao izuzetno korisnom odnosi se na poreske olakšice na istraživanje i razvoj. Dodatno, ovu mjeru je kao prilično korisnu ocijenilo 25,7% poduzetnika.

Druga mjera koja je ocijenjena kao najkorisnija odnosi se na podršku novim biznisima u digitalnoj transformaciji malih i srednjih preduzeća.

Ako gledamo kumulativne skorove za odgovore „prilično korisna“ i „izuzetno je korisna“, treća najpoželjnija podsticajna mjera među privrednicima odnosi se na podršku u osposobljavanju radnika. Ova mjera je djelomično već prepoznata u ovoj analizi kada smo govorili o edukaciji radnika i novih uposlenika.

Zavodi za zapošljavanje u određenom obimu provode mjere koje se odnose na osposobljavanje radnika, ali poduzetnici u većoj mjeri ciljaju tailor-made osposobljavanja radnika (ili snošenje troškova osposobljavanja radnika) za poslove ili dijelove posla koji su njima potrebni, a ne prema procjena nadležnih službi.

Grafik 86. Uvođenje novih mjera podrške biznisima



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

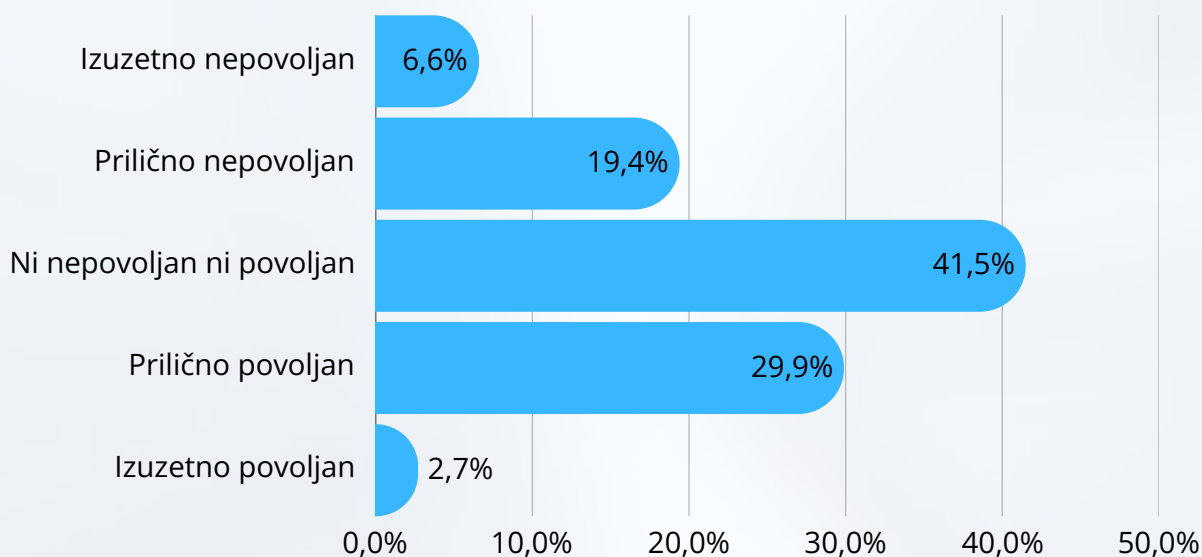
Svaki četvrti poduzetnik (26%) poslovni ambijent u BiH ocjenjuje kao prilično ili izuzetno nepovoljan u oblasti u kojoj posluju, što ukazuje na prisutnost izazova u poslovanju. Sa druge strane, samo jedna trećina (32,6%) poduzetnika poslovni ambijent doživljavaju kao povoljan ili izuzetno povoljan.

Ovakvu polarizaciju odgovora smo nastojali dodatno razumjeti kroz fokus grupe i došli do zaključka da dio odgovora ležu u objektivnim uslovima poslovanja dok se dio odgovora o stavu spram poslovnog ambijenta treba tražiti u ličnim stavovima, preferencijama i osobnosti poduzetnika.

Kada govorimo o objektivnim uslovima poslovanja (dolazi od dijela onih koji negativno percipiraju poslovni ambijent) kao razlozi negativnog stava se obično navode visoki troškovi poslovanja, visoki nameti, dosta skrivenih troškova u poslovanju (na koje h niko ne pripremi ili upozori) te malo ili zasićeno tržište u BiH ili regiji u kojoj posluju.

Poduzetnici koji imaju pozitivan stav spram poslovnog ambijenta, svoje promišljanje uglavnom baziraju na ličnom stavu i odluci da se samostalno, samosvjesno upuste u poduzetničke vode. Poslovni ambijent vide kao priliku, koja nije zasićena ili na kojoj ima prostora i za njih, te polaze od toga da okolnosti u kojima posluju gledaju kao priliku, a ne kao izazov. Svjesni su svih negativnih aspekata koje su naveli oni koji imaju negativan stav spram poslovnom ambijentu u BiH, ali te aspekte gledaju kao dio okolnosti u kojima su oni ipak odlučili da posluju.

Grafik 87. Ocjena poslovnog ambijenta u BiH

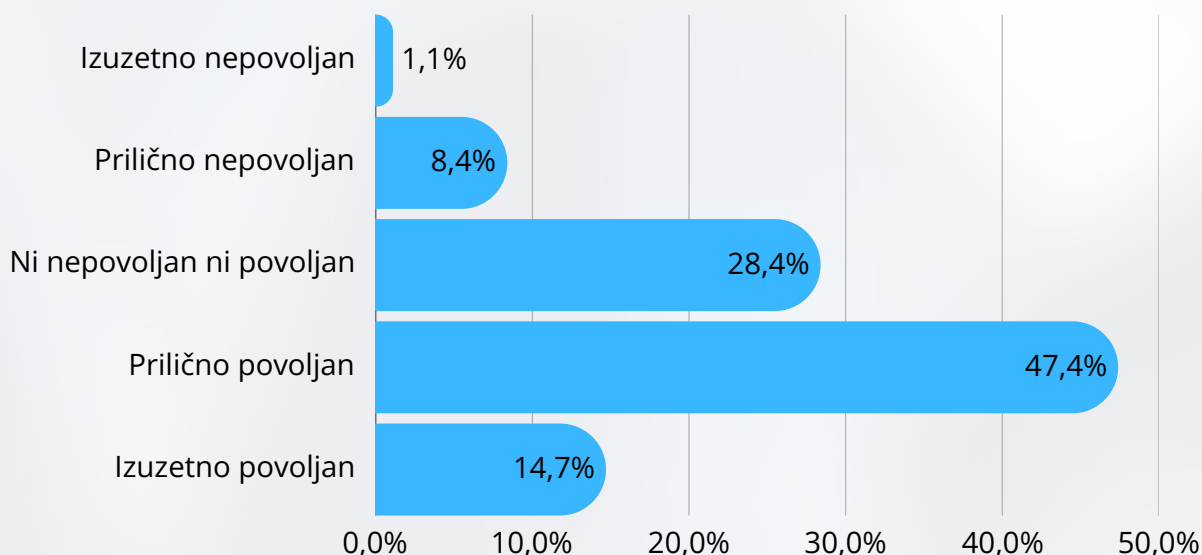


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Poslovni ambijent na međunarodnom tržištu, u oblasti u kojoj poduzetnici posluju, ocijenjen je znatno pozitivnije u odnosu na ambijent u BiH. Za razliku od ambijenta u BiH, poslovni ambijent na međunarodnom tržištu, negativno ocjenjuje svaka deseta osoba (9,5%).

Međunarodni poslovni ambijent pozitivno je ocijenjen od strane 62,1% poduzetnika.

Grafik 88. Ocjena poslovnog međunarodnog ambijenta



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Osim poslovnog ambijenta kao izazova sa kojim se suočavaju poduzetnici, istražili smo sa kojim se izazovima poduzetnici dodatno suočavaju, te koje od tih izazova su prioritetni iz ugla poduzetnika.

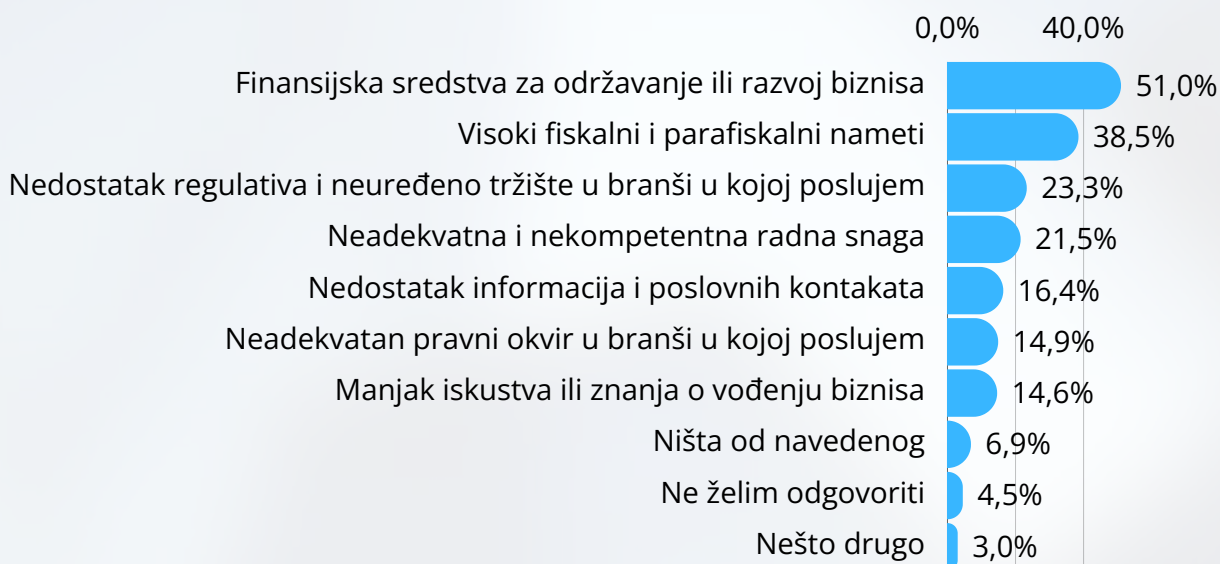
Primarni izazov za nove poduzetnike odnosi se na obezbjeđivanje finansijskih sredstava za održavanje ili razvoj biznisa, a koji je odabralo 51% novih poduzetnika.

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da je drugi odabrani izazov sa kojim se suočavaju poduzetnici visina fiskalnih i parafiskalnih nameta, a koji je kao izazov odabralo 38,5% novih poduzetnika.

Treći izazov sa kojim se suočavaju poduzetnici odnosi se na nedovoljno regulirano tržište u određenim oblastima. Ovaj izazov je prepoznat od strane 23,3% poduzetnika.

Četvrti izazov koji je prepoznat odnosi se na neadekvatno educiranu i nekompetentnu radnu snagu na tržištu rada, a iz koje poduzetnici trebaju angažirati radnike. Izazov je prepoznat od strane 21,5% poduzetnika.

Grafik 89. Izazovi sa kojima se suočavaju poduzetnici

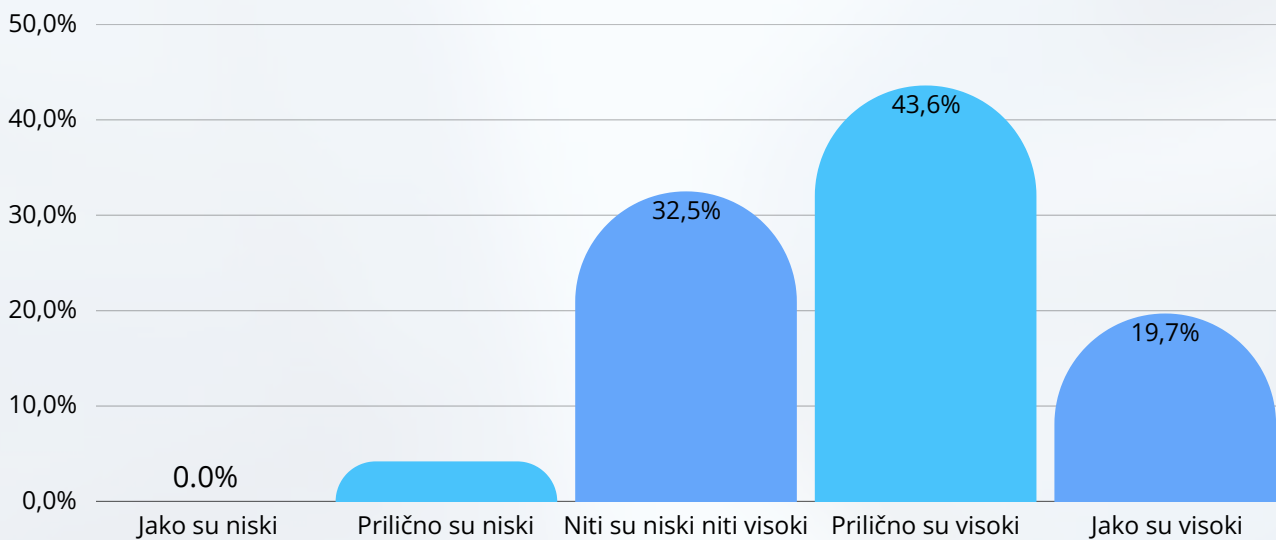


Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Obzirom da su poduzetnici prepoznali fiskalne i parafiskalne namete kao jedan od ključnih izazova sa kojima se suočavaju, nastojali smo dodatno razumjeti ovu problematiku.

Dvije trećine poduzetnika (63,3%) fiskalne i parafiskalne namete u BiH smatra prilično ili izuzetno visokim. Pri tome, svaki peti poduzetnik (19,7%) smatra da su ovi nameti previsoki. Parafiskalne namete niskim ili izuzetno niskim percipira samo 4,2% poduzetnika.

Grafik 90. Stav prema fiskalnim ili parafiskalnim nametima u BiH



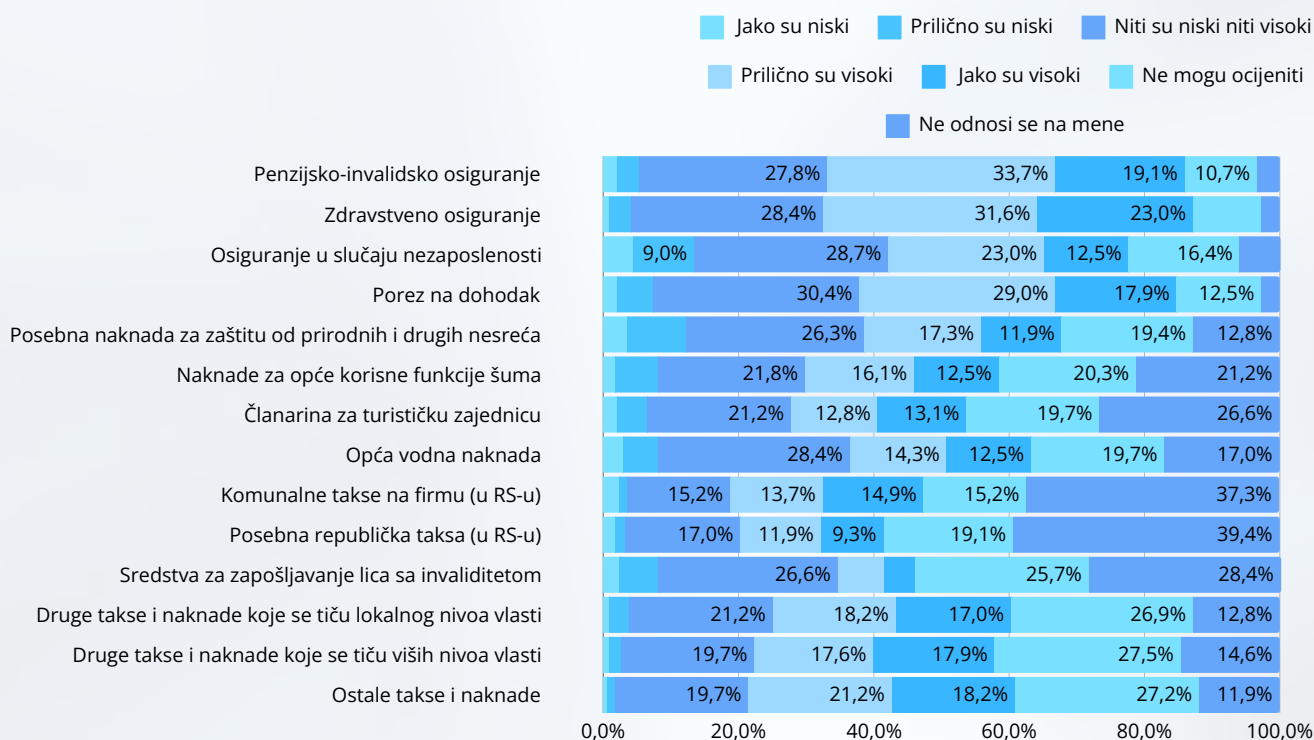
Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Dakle, na osnovu uočenih rezultata dobili smo dodatnu potvrdu da fiskalni i parafiskalni nameti zaista predstavljaju teret novim poduzetnicima. U tom svjetlu nastojali smo razumjeti koji specifični fiskalni i parafiskalni nameti predstavljaju poseban izazov za poduzetnike.

Ispitanici su odgovarali u kojoj mjeri su neki od navedenih fiskalnih i parafiskalnih nameta niski ili visoki, ocjenjivanje je vršeno na petostepenoj skali Likertovog tipa. Podaci predstavljeni u grafiku ispod su agregirani i polarizirani na način da predstavljaju pozitivan, neutralan ili negativan stav spram pojedinih nameta, a u cilju jednostavnijeg razumijevanja stavova anketiranih.

Odgovori koji su se odnosili na „ne znam“, „ne želim odgovoriti“, „ne mogu ocijeniti“ i „ne odnosi se na mene“ nisu prikazani na grafiku iz praktičnih razloga – preglednosti podataka. Ovisno o tome u kojem entitetu su registrirani, poduzetnici nisu morali ocjenjivati sve namete (odnosno mogli su odabrati neki od ovih navedenih neskaliabilnih odgovora).

Grafik 91. Ocjena pojedinih fiskalnih i parafiskalnih nameta u BiH



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Dva dominantna nameta koja su od najvećeg broja poduzetnika ocijenjeni kao visoki ili jako visoki su troškovi zdravstvenog osiguranja (54,6%) i troškovi penzijsko-invalidskog osiguranja (52,7%). U fokus grupama su poduzetnici komunicirali da su ova opterećenja zaista visoka i vrlo direktno utječu na manevarski prostor poduzetnika da koriguju plate u korist uposlenika. Smatraju da su ova opterećenja nepotrebno visoka i da postoje drugi načini namicanja sredstava za ova dva fonda, a koji ne moraju biti direktno vezani za platu (veća potrošnja zaposlenih zbog povećanja plata te povećani prihodi kroz PDV, veći manevarski prostor za poslodavce da koriguju plate radnicima zbog rasterećenih sredstava iz ovog segmenta, poboljšanje poslovnog ambijenta i privlačenje investicija zbog veće regionalne konkurentnosti bh. tržišta).

Treći namet koji je prepoznat kao jako ili prilično visok je porez na dohodak (46,9% poduzetnika ga je ocijenilo visokim ili jako visokim).

Porez na dohodak je namet koji su obavezni plaćati sva fizička lica koja ostvaruju određeni prihod (dohodak), bilo da se radi o radu za poslodavca (po osnovu ugovora o radu/nesamostalan rad) ili samostalnom radu za vlastiti račun (obrtnici, freelanceri i sl.).

Rad za poslodavca predstavlja rad za pravno ili fizičko lice, gdje se rad reguliše ugovorom o radu na određeno ili neodređeno vrijeme.

Samostalni rad predstavlja rad u kojemu fizičko lice ima registrovanu djelatnost prema Zakonu o obrtu i srodnim djelatnostima i taj obrt predstavlja izvor dohotka gdje je osoba dužna da na ostvareni dohodak obračuna i plati porez.

Samostalnim radom se smatraju i poslovi koji nisu registrovani, odnosno poslovi freelancera i drugih poslova koje fizička lica obavljaju online (u zakonu oni predstavljaju "rad na crno"), a u šta spada i trgovanje na kripto berzama ili drugim međunarodnim berzama dionica ili stranih valuta.

Nakon ova 3 nameta koja su dominantno prepoznati kao jako ili prilično visoki, slijedi grupa nameta koja otprilike po jedna trećina poduzetnika percipira kao jako ili prilično visoke: osiguranje u slučaju nezaposlenosti (35,5% poduzetnika smatra da je ovaj namet jako ili prilično visok), druge takse i naknade koje se tiču lokalnih nivoa vlasti (35,2%), druge takse i naknade viših nivoa vlasti (35,5%).

Zanimljivo je da je najmanje poduzetnika (11,4%) ocijenilo kao jako ili prilično visok namet sredstva koja se izdvajaju za zapošljavanje osoba s invaliditetom.



63.3 %
**poduzetnika
smatra da su
fiskalni i
parafiskalni
nameti visoki**





PODUZETNIČKE KOMPETENCIJE (ENTRECOMP)

U modernoj globalnoj privredi, poduzetništvo igra ključnu ulogu u pokretanju inovacija, stvaranju radnih mjesta i poticanju privrednog rasta. Kako bi njegovala i razvila ove kritične poduzetničke vještine, Evropska komisija predstavila je EntreComp[45], sveobuhvatan okvir usmjeren na poboljšanje poduzetničkih kompetencija u različitim sektorima i obrazovnim razinama.

EntreComp okvir naglašava širok skup kompetencija koje nadilaze tradicionalni koncept stvaranja poslovanja, proširujući se na područja kao što su rješavanje problema, prepoznavanje prilika, finansijska pismenost i komunikacija. Osmišljen je ne samo za poduzetnike već i za edukatore, kreatore politika i pojedince koji žele njegovati poduzetnički način razmišljanja u različitim kontekstima.

EntreComp (Europski okvir kompetencija za poduzetništvo) strukturiran je oko tri ključna područja kompetencija/oblasti:

- ideje i mogućnosti,
- resursi,
- u akciji.

Svako od ovih područja dalje je podijeljeno na specifične kompetencije, čineći okvir sveobuhvatnim alatom za prepoznavanje i mjerenje poduzetničkih vještina.

Svaku oblast predstavlja po 5 kompetencija, koje zajedno čine facete ili gradivne elemente poduzetništva kao kompetencije / konstrukta. Sa 3 oblasti po 5 kompetencija, okvir predviđa 15 kompetencija po modelu napretka na 8 nivoa. Također, pruža sveobuhvatnu listu od 442 ishoda učenja, koja pruža inspiraciju i mogućnosti onima koji osmišljavaju intervencije iz različitih obrazovnih konteksta i oblasti primjene.

U nastavku ćemo malo detaljnije objasniti svaku od 3 oblasti sa ključnim pripadajućim kompetencijama:

[45] Bacigalupo M, Kampylis P, Punie Y and Van Den Brande L. EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. EUR 27939 EN. Luxembourg (Luxembourg): Publications Office of the European Union; 2016. JRC101581 (<http://europa.eu/tx78fg/> / <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC101581>)

Ideje i mogućnosti

Ovo se područje fokusira na sposobnost prepoznavanja prilika, generiranja inovativnih ideja i pretvaranja tih ideja u vrijednost. Uključuje prepoznavanje i razumijevanje potencijala novih ideja u različitim kontekstima.

Ključne kompetencije:

- Uočavanje prilika:

Sposobnost prepoznavanja prilika u različitim kontekstima, uključujući tehnološki, društveni, ekonomski ili okolišni.

- Kreativnost:

Sposobnost osmišljavanja inovativnih i korisnih ideja.

- Vizija:

Razvijanje jasne vizije onoga što želite postići i kako ideje pretvoriti u opipljive rezultate.

- Vrednovanje ideja:

Razumijevanje vrijednosti vaših ideja i prepoznavanje načina na koji se one mogu pretvoriti u djelo.

Resursi

Ovo se područje usredotočuje na sposobnost identificiranja, mobiliziranja i učinkovitog upravljanja resursima, što je bitno za pretvaranje ideja u održiva rješenja. To uključuje i materijalne i nematerijalne resurse, kao što su finansije, ljudski resursi i vještine (razvoj i prepoznavanje potrebnih vještina).

Ključne kompetencije:

- Samosvijest i samoučinkovitost:

Razumijevanje vlastitih snaga i slabosti i uvjerenje u svoju sposobnost poduzimanja akcije.

- Motivacija i ustrajnost:

Poriv za postizanjem vaših ciljeva unatoč izazovima ili neuspjesima.

- Finansijska i ekonomska pismenost:

Razumijevanje finansijskih koncepata, učinkovito upravljanje resursima i donošenje informiranih odluka o finansijskim pitanjima.

- Mobiliziranje resursa:

Sposobnost identificiranja i korištenja dostupnih resursa, uključujući ljude, sredstva i materijale.

- Mobiliziranje drugih:

Sposobnost motiviranja i mobiliziranja ljudi (npr. timova, partnera) da podrže provedbu ideja.

U akciji

Ovo područje naglašava poduzimanje radnji, upravljanje projektima i otpornost u suočavanju s izazovima (rezilijentnost). Također ističe sposobnost evaluacije ishoda i prilagođavanja strategija u skladu s tim.

Ključne kompetencije:

- Preuzimanje inicijative:

Hrabrost i samopouzdanje da se napravi prvi korak u ostvarivanju ideja i projekata.

- Planiranje i upravljanje:

Sposobnost planiranja, organiziranja i učinkovitog upravljanja projektima, uključujući postavljanje ciljeva i rokova.

- Otpornost:

Sposobnost prilagodbe i oporavka od neuspjeha, prepreka i zastoja u procesu izvođenja projekta, otpornost na stres.

- Rad s drugima:

Sposobnost suradnje i učinkovite komunikacije s drugima, poticanje timskog rada radi postizanja zajedničkih ciljeva.

- Učenje kroz iskustvo:

Sposobnost razmišljanja o iskustvima, učenja iz uspjeha i neuspjeha i primjene tog znanja u budućim nastojanjima.



Okvir EntreComp pruža detaljan i cjelovit pogled na kompetencije potrebne za napredak u poduzetničkim okruženjima, bilo za pokretanje poslovanja, poboljšanje postojećeg poslovanja ili jednostavno usvajanje poduzetničkog načina razmišljanja. Svaka kompetencija ne odnosi se samo na znanje, već uključuje i vještine i stavove potrebne za primjenu tog znanja u situacijama stvarnog svijeta.

Uz već spomenutih 15 kompetencija, EntreComp također integrira šire međusektorske vještine kao što su:

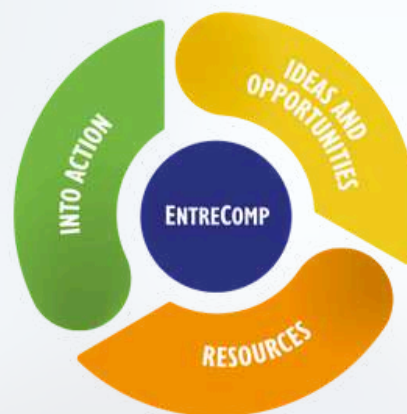
- Digitalna kompetencija - sposobnost učinkovite upotrebe digitalnih alata i platformi.
- Društvena i kulturološka svijest - razumijevanje kako poduzetničke aktivnosti utječu na društvo i kulturu.
- Etička i održiva praksa - poticanje načina razmišljanja koji uzima u obzir dugoročne utjecaje poduzetničkih aktivnosti na okoliš, društvo i gospodarstvo.

Naša ideja je bila ispitati kako i na koji način novi poduzetnici percipiraju svoje poduzetničke vještine. Dakle, koristili smo upitnik koji se bazirana samopercepciji prisutnosti i razvijenosti poduzetničkih vještina.

Obzirom da je upitnik za istraživanje u okviru kojega smo uvrstili ovaj sub-segment istraživanja, već bio prilično dug i zahtjeva je oko 25 do 30 minuta da se ispuni, percepciju samoprocjene poduzetničkih kompetencija smo radili koristeći upitnik koji je razvijen u okviru studije *EntreComp Questionnaire: A Self-Assessment Tool for Entrepreneurship Competencies*[46] iz 2022. g.

Upitnik razvijen i psihometrijski testiran u okviru navedene studije sadrži 22 čestice faktorski grupirane u 4 domene/dimenzije:

- A) Ideje i mogućnosti
- B) Resursi
- C) Specifično znanje
- D) U akciji



Upitnik ima dobra psihometrijska svojstva te može biti jednostavan i koristan alat za samoprocjenu poduzetničkih kompetencija unutar EntreComp okvira.

Korištenje EntreComp Framework-a kao alata za samoprocjenu poduzetničkih kompetencija privuklo je pozornost mnogih istraživača. Međutim, složenost okvira je uslovljavala razvoj jednostavnijih alata za primjenu na terenu i među širim masama. Malo je mjernih instrumenata koji se bave cijelim skupom kompetencija koje je predložio EntreComp, te smo se mi odlučili za navedeni kratki upitnik baziran na samopercepciji poduzetničkih vještina. Ova studija, odnosno ovo poglavlje u istraživanju, ima važne praktične implikacije budući da popunjava prazninu specifičnih alata za procjenu samopercepcije poduzetničkih kompetencija.

Predstavljeni upitnik alat je za procjenu poduzetničkih kompetencija uključenih u EntreComp okvir te kompetencija za stvaranje društvene, kulturne ili ekonomske vrijednosti na poslu ili u društvu i koje omogućuju osobni i profesionalni razvoj. Može biti koristan za oni koji se bave potragom za ili prepoznavanjem poduzetničkog profila sa širokim tumačenjem onoga što znači biti poduzetnik.

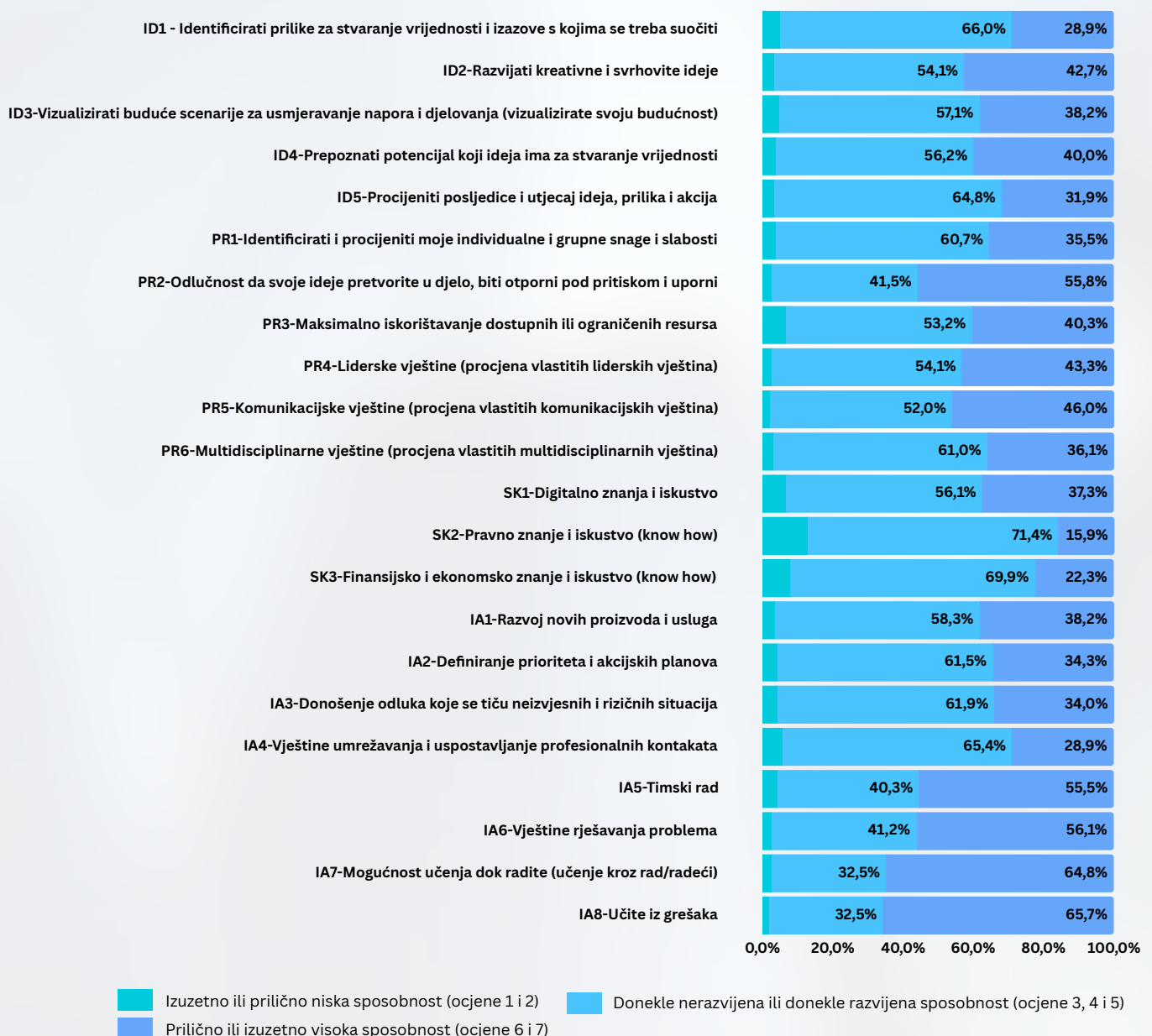
[46]López-Núñez, M.I.; Rubio-Valdehita, S.; Armuña, C.; Pérez-Urria, E. *EntreComp Questionnaire: A Self-Assessment Tool for Entrepreneurship Competencies*. *Sustainability* 2022, 14, 2983. <https://doi.org/10.3390/su14052983>

U praktičnom smislu, ispitanici su odgovarali na 22 čestice upitnika gdje su procjenjivali koliko je neka kompetencija prisutna kod njih. Skala po kojoj su ocjenjivali predstavlja skalu Likertovog tipa sa 7 nivoa ocjenjivanja (1 – izuzetno niska sposobnost; 7 – izuzetno visoka sposobnost).

Zbog jasnijeg grafičkog prikaza i lakšeg čitanja podataka, na grafiku ispod grupirali smo ocjene na slijedeći način: ocjene 1 i 2 su označene kao izuzetno ili prilično niska sposobnost; ocjene 3, 4 i 5 su označene kao donekle nerazvijena ili donekle razvijena sposobnost; te ocjene 6 i 7 označavaju prilično ili izuzetno razvijenu sposobnost.

Vidimo da privrednici u najvećoj mjeri smatraju da su im sposobnosti u domenu učenja iz grešaka i učenja dok rade („u hodu“), timskog rada i odlučnosti da svoje ideje pretvore u djelo u najvećoj mjeri izražene. Sa druge strane, ukupno gledano, smatraju da im nedostaju pravna znanja i iskustva u relevantna za poslovanje.

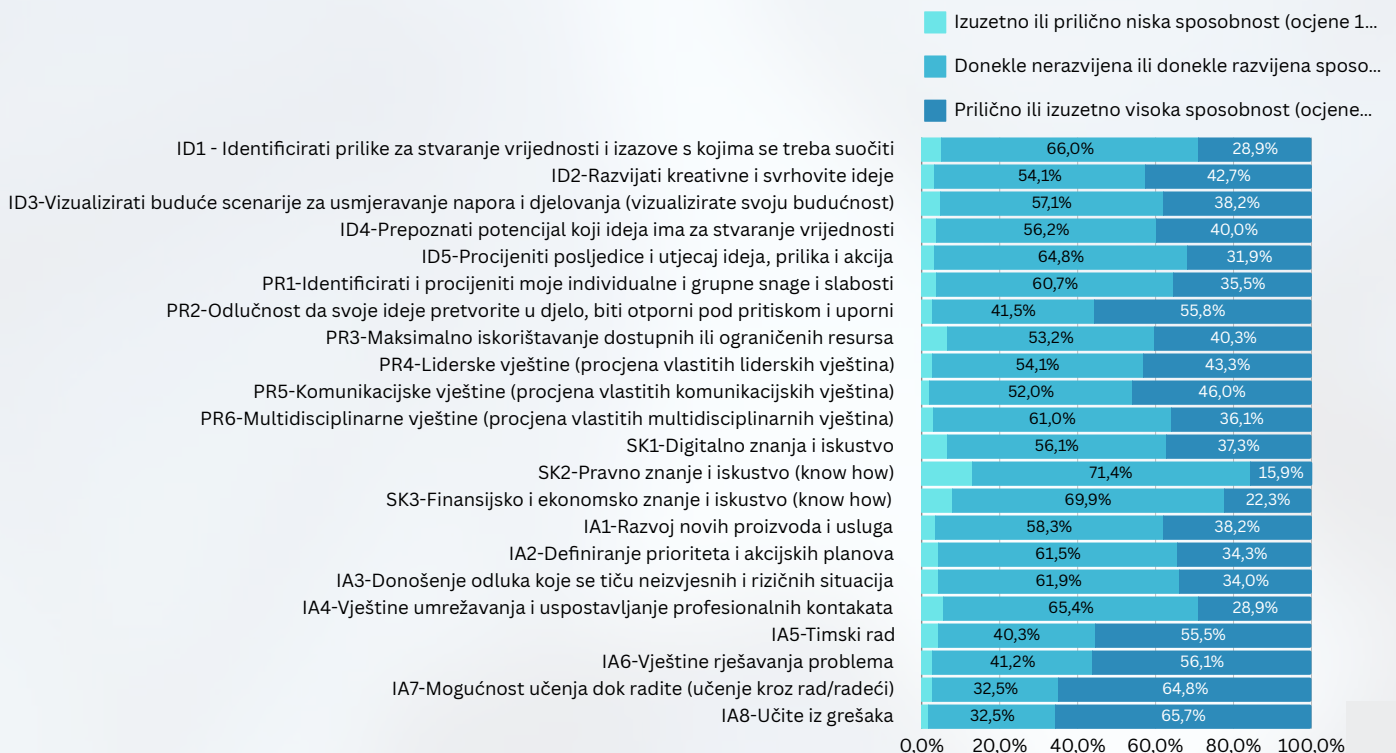
Grafik 92. Poduzetnički profil (entrecomp)



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Ako gledamo samo prosječne vrijednosti za pojedine čestice iz upitnika, možemo primijetiti da se prosječne vrijednosti (mean) kreću od 4,09 (najmanja prosječna vrijednost, čestica SK1) do 5,81 (najveća prosječna vrijednost, čestica IA8). Ukupna prosječna vrijednost (za 22 čestice) je 5,08. Dakle, prosječne vrijednosti na 22 čestice upitnika imaju tendenciju da budu nešto iznad srednje vrijednosti (ocjena 4) i naginju ka pozitivnoj samopercepciji privrednika da imaju nešto razvijenije sposobnosti o kojima smo ih pitali.

Grafik 93. Prosječne vrijednosti u samoprocjeni entrecomp sposobnosti



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Uporedili smo profil novih privrednika iz BiH sa profilom studenata internacionalne studije (studenti su bili iz Španije i Čilea) u kojoj je pilotiran i razvijen upitnik[47], pri čemu ovaj uzorak studenata predstavlja opću populaciju. Konkretnije, poredili smo prosječne vrijednosti ocjena za pojedine čestice. U komparativnoj studiji nismo imali poznate prosječne vrijednosti za čestice 6 i 16 te na njima imamo diskontinuitet u profilu studenata.

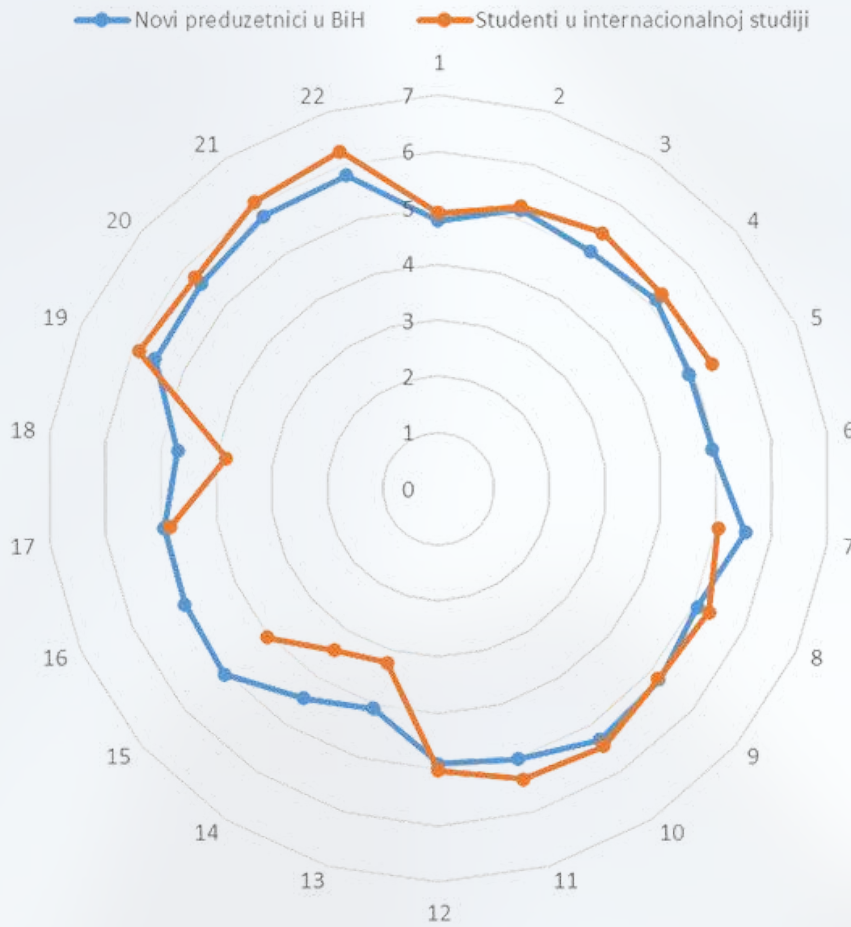
Možemo primijetiti da profil novih privrednika u BiH u znatnoj većini čestica prati prosječni profil studenata te možemo reći da kulturološke razlike u percepciji prisutnosti poduzetničkih vještina uglavnom nisu uočene.

Bitnija odstupanja između dva ispitivana uzorka primijećena su na česticama 13 (SK2-Pravno znanje i iskustvo (know how)), 14 (SK3-Finansijsko i ekonomsko znanje i iskustvo

[47] López-Núñez, M.I.; Rubio-Valdehita, S.; Armuña, C.; Pérez-Urria, E. EntreComp Questionnaire: A Self-Assessment Tool for Entrepreneurship Competencies. Sustainability 2022, 14, 2983. <https://doi.org/10.3390/su14052983>

(know how)), 15 (IA1-Razvoj novih proizvoda i usluga) i 18 (IA4-Vještine umrežavanja i uspostavljanje profesionalnih kontakata). Na ove 4 čestice novi privrednici u BiH sebe percipiraju sposobnijima u odnosu na studente iz komparativne studije. Ako gledamo strukturu ovih čestica, one se uglavnom odnose na konkretna znanja u određenim oblastima važnim za operativno vođenje biznisa, te je očekivano da osobe koje u praksi primjenjuju ova znanja iskazuju nešto veći nivo samoprocjene prisustva ovih znanja u odnosu na studente, koji ne primjenjuju ove aspekte u svojoj svakodnevnici.

Grafik 94. Samopercepcija poduzetničkih kompetencija (komparativni profil)



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

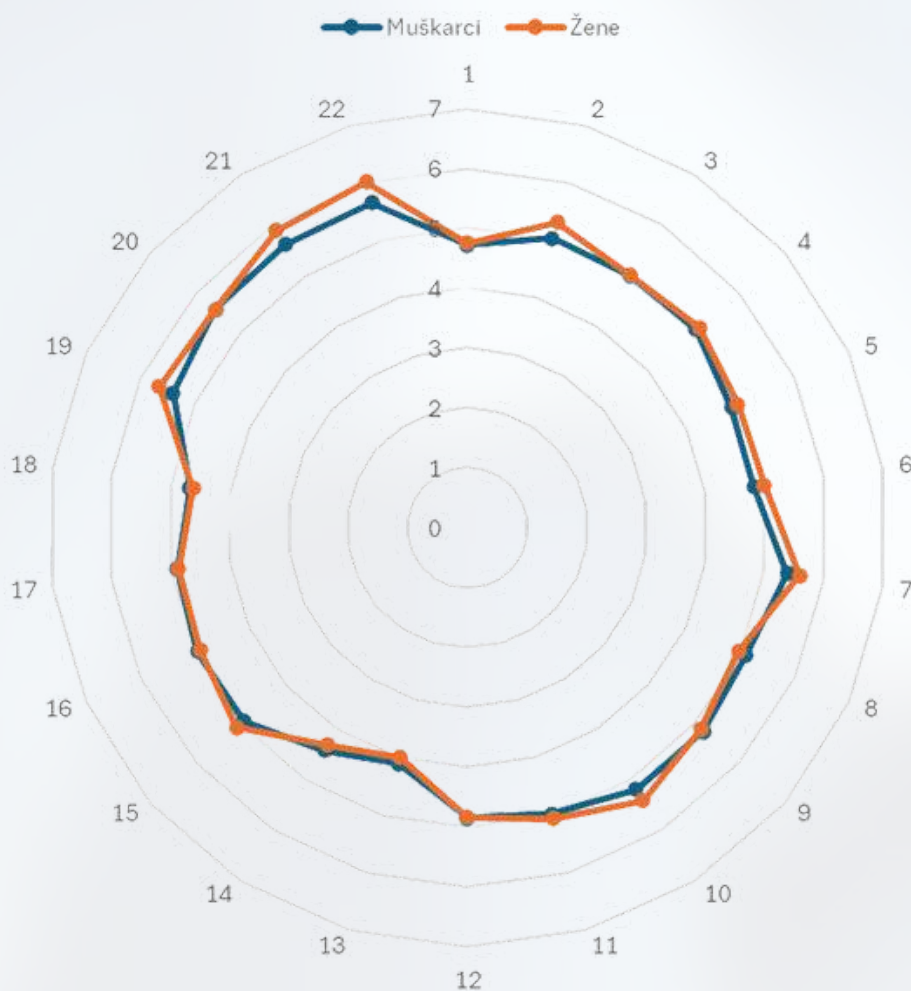
Obzirom da govorimo o samopercepciji poduzetničkih vještina, na osnovu podataka dostupnih iz ove studije, nije bilo opravdano za očekivati da bi se samopercepcije poduzetničkih vještina privrednika mogle razlikovati u odnosu na studente ili opću populaciju.

U istraživačkom smislu, EntreComp okvir je relativno nov konstrukt i nema dovoljno akumuliranog naučnog znanja u njegovoj primjeni i korištenju koji bi sugerirao prisustvo generalizabilnih razlika u samopercepcijama opće populacije i privrednika.

Dalja istraživanja i opće populacije, ali i iskusnijih privrednika u samopercepciji poduzetničkih vještina korištenjem Entrecomp okvira (i ovog alata za samoprocjenu) su potrebna da bi se ovi podaci stavili u širi kontekst.

Obzirom na različite rezultate istraživanja na temu spola i poduzetnika, zanimale su nas spolne razlike u samoprocjeni poduzetničkih kompetencija putem kratkog alata za samopercepciju. Na našem analiziranom uzorku nismo primijetili razlike u samopercepciji prisutnosti i razvijenosti poduzetničkih vještina između muškaraca i žena. Gledajući prosječne ocjene za 22 čestice upitnika, profili oba spola se gotovo savršeno preklapaju, bez statistički značajnih odstupanja u samopercepcijama razvijenosti sposobnosti.

Grafik 95. Samopercepcija poduzetničkih kompetencija (spolne razlike)



Izvor: Investicijska fondacija Impakt





CROSS-CUTTING TEME

U metodološkim razmatranjima ovog istraživanja i elaboracije samog upitnika spomenuli smo da smo propitali poduzetnike i o korištenju umetne inteligencije u svom poslovanju.

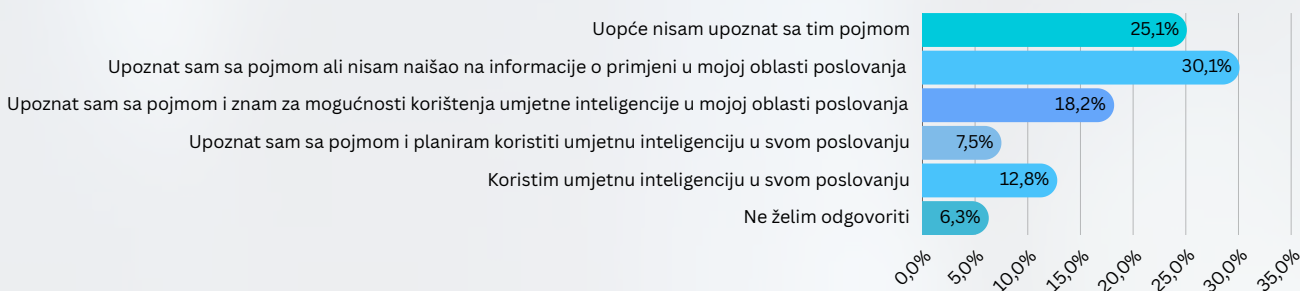
Zanimljivo je da 12,8% novih poduzetnika tvrdi da već koristi umjetnu inteligenciju (AI) u svom poslovanju, dok njih 7,5% još nije koristilo, ali planira koristiti AI u svom budućem poslovanju.

U fokus grupama smo nastojali razumjeti kako i na koji način poduzetnici koriste umjetnu inteligenciju. Odgovori se uglavnom odnose na korištenje dostupnih open-source AI chat bot-ova (primarno Chat GPT) i interakciju sa njima. Najčešće se traže savjeti i informacije kako kreirati određene marketinške poruke za pojedine ciljne grupe, osmišljavanje opisa i sadržaja za pojedine proizvode, kreiranje sadržaja/content-a za web stranice, savjeti i prijedlozi ideja za objave na društvenim mrežama /postovi/ (primarno Facebook i Instagram, sporadično za TikTok), savjeti i prijedlozi ideja za dizajniranje logotipa, vizualnih idejnih rješenja i sl. U pojedinim situacijama smo naišli i na korištenje AI u domenu montaže video sadržaja, uređivanja fotografija u komercijalne svrhe. Također, u pojedinim situacijama AI je korišten u svrhu savjetovanja i konsultiranja u rješavanju određenih arhitektonskih zadataka (savjeti u dizajniranju određenih interijera i sl.), te savjetovanje i konsultiranje oko programiranja CNC mašina i korištenja CNC mašina na što optimalniji način.

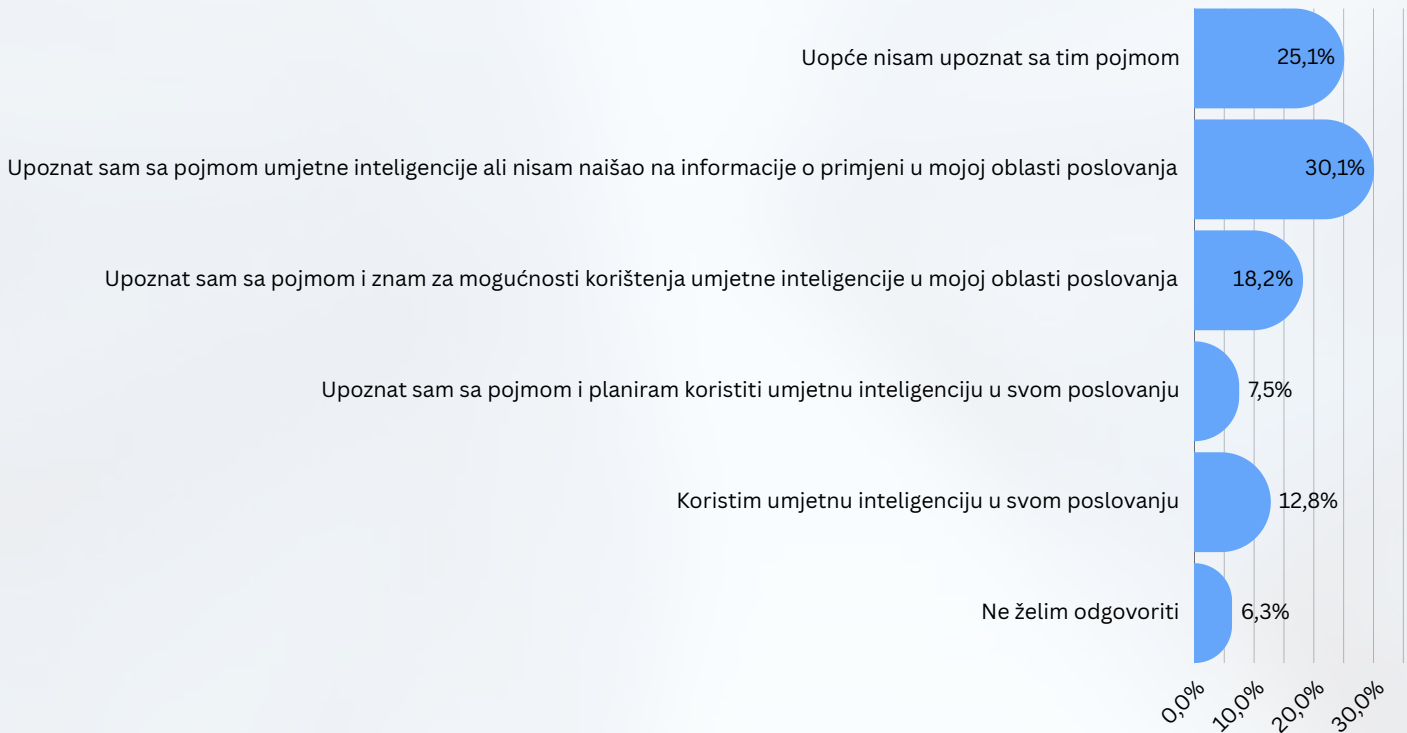
Jedna četvrtina poduzetnika uopće nije upoznata sa terminom umjetne inteligencije te nije ni svrsishodno očekivati da je koriste u svom radu. Dodatno, jedna trećina (30,1%) poduzetnika je čula za pojam AI, ali ne zna kako i na koji način koristiti umjetnu inteligenciju u svom poslovanju.

Ukupno gledano, 55,2% poduzetnika nisu upoznati sa pojmom ili ne znaju kako AI staviti u funkciju u svom radu.

Grafik 96. Korištenje umjetne inteligencije (AI) u poslovanju



Grafik 97. Korištenje umjetne inteligencije (AI) u poslovanju



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

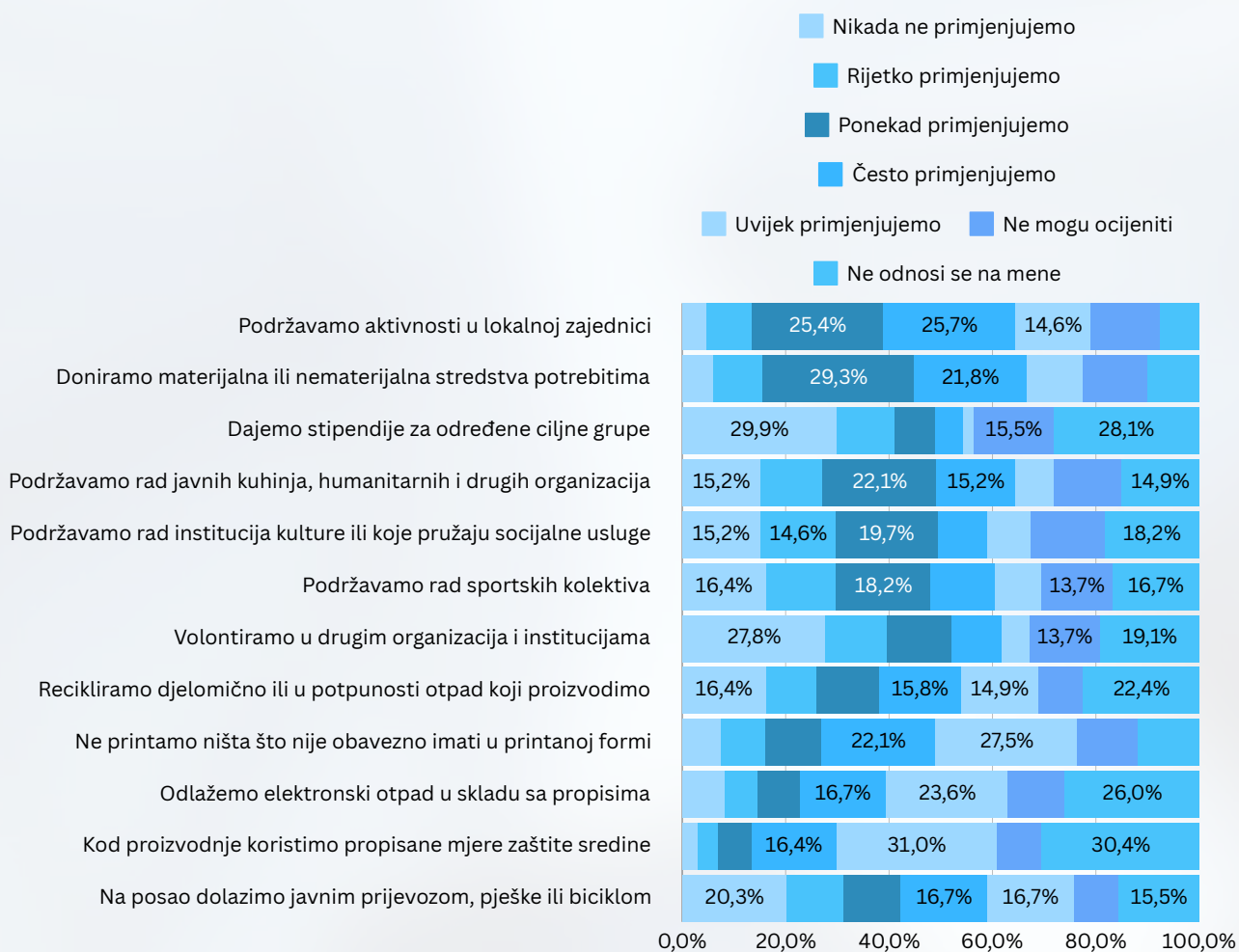
Postoji značajna veza između sklonosti društva ka usvajanju novih tehnologija i BDP-a. Tehnologija smanjuje broj radnih mjesta s niskom plaćom i niskom produktivnošću, ali ujedno stvara radna mjesta koja su produktivnija, oslanjaju se na veća umijeća i bolje su plaćena.

U okviru društvenoodgovornog poslovanja novih poduzetnika propitali smo njihove stavove i ponašanja u 12 pojedinačnih aspekata.

Recikliranje, podrška aktivnostima lokalne zajednice i odlaganje elektronskog otpada na propisan način su 3 mjere koje se najviše primjenjuju, a dokle god imamo u svakom segmentu one koji u značajnom procentu nikada ili rijetko primjenjuju određene aktivnosti, ne možemo pričati o kolektivnoj društvenoj odgovornosti.

Stipendiranje je jako malu zastupljeno među novim poduzetnicima, iako može biti zanimljiv kanal regrutacije nove radne snage (obzirom da postoji problem u regrutaciji novih radnika). Također, volontiranje za dobrobit zajednice je prilično neatraktivno za nove poduzetnike.

Grafik 98. Poduzetništvo i društvena odgovornost



Izvor: Investicijska fondacija Impakt

Odgovori koji su se odnosili na „ne znam“, „ne želim odgovoriti“, „ne mogu ocijeniti“ i „ne odnosi se na mene“ nisu prikazani na grafiku iz praktičnih razloga – preglednosti podataka.

KLJUČNI NALAZI I PREPORUKE





KLJUČNI NALAZI

U nastavku su navedeni ključni nalazi istraživanja kao i preporuke za unaprijeđenje uslova za pokretanje, poslovanje i razvoj novih privrednih subjekata.

- Rezultati ukazuju na to da formalno obrazovanje u BiH uglavnom ne priprema osobe za poduzetništvo, osim donekle u vrlo uskom krugu obrazovnih usmjerenja. („Naše obrazovanje nas priprema za radnike, a ne za poduzetnike“ – citat sa jedne od fokus grupa sa poduzetnicima).
- Svaki deseti biznis (9,9% novopokrenutih biznisa) među osnivačima ima povratnike u BiH.

Ovo je izuzetno važan podatak koji govori o tome da u svakom desetom novom poslovnom poduhvatu u BiH uključene su osobe koje se vraćaju u BiH iz inostranstva.

Nalaz ukazuje na to da trebamo posvetiti posebnu pažnju povezivanju naše dijaspore ili povratnika koji se vraćaju sa specifičnim vještinama i mjerama podrške novim biznisima.

- Ono što je dodatno važno istaknuti odnosi se na stečena znanja i iskustva u inozemstvu i njihovo korištenje po povratku u BiH. Naime, 78,8% osoba koje su se vratile iz BiH i pokrenule biznise (ili su dio osnivačkih struktura) tvrde da su pri pokretanju biznisa u funkciju stavili stečena znanja i iskustva stečena u inostranstvu.

Ovo je dodatni pokazatelj da se posebna pažnja treba posvetiti povratnicima u BiH koji razmišljaju o pokretanju biznisa ili imaju određene poslovne ideje za čiju realizaciju im je potrebna određena podrška.

Povratnici u BiH koji se odlučuju na pokretanje biznisa uglavnom sa sobom donose i know-how potreban za bavljenje specifičnim biznisom.

Za razliku od trenda odliva mozgova iz BiH gdje nam većinom odlaze formirani kadrovi spremni za tržište rada koji onda negdje drugo privređuju, u slučaju poduzetnika imamo suprotan trend. Odnosno, poduzetnici koji su se vratili u BiH iz inostranstva sa sobom

o donose kompetencije potrebne za pokretanje specifičnih biznisa te ih stavljaju u funkciju na tržištu BiH.

- Povratnici u BiH predstavljaju važan faktor i na polju razvoja poduzetništva. Njihov značaj nije jednodimenzionalan i ogleda se u nekoliko aspekata. Svaki deseti novi poslovni poduhvat među osnivačima ima povratnike u BiH. Dodatno, povratnici u BiH sa sobom donose vještine i znanja stečena u inostranstvu za pokretanje biznisa u BiH. Povratnici su uključeni i u širenje tržišta osnovanih biznisa u inostranstvu, te kroz finansijsko ulaganje u novopokrenute biznise.
- Preko polovine novopokrenutih biznisa je prije registracije preko godinu dana poslovalo u sivoj zoni.

Ovo je vrlo važan podatak koji ukazuje da kreiranjem prilika za pokretanjem biznisa smanjujemo i sivo tržište jer su poduzetnici svjesni prednosti poslovanja u zakonskim okvirima, ali im je često potrebna inicijalna podrška da bi se odlučili na formalizaciju svog poslovanja.

- Preko polovine (50,4%) novih poduzetnika ima takva iskustva da im proces registracije poslovnog subjekta traje više od mjesec dana. Pri čemu je kod njih 11,9% taj proces trajao preko 3 mjeseca.

Učesnici na fokus grupama su komunicirali da im je trajanje procesa registracije (izdavanje Rješenja, ID broja, eventualno PDV broja i sl.) bilo relativno brzo završeno u odnosu na datum kada su predali sve dokumente, ali u odnosu na njihova očekivanja koliko će taj proces trajati. Dakle, zadovoljni su da je proces trajao kraće od očekivanog, ali je ipak polovina njih trebala više od mjesec dana da formalizira svoj rad.

U fokus grupama su pojedini poduzetnici posebno istaknuli službenike u organima lokalne uprave koji su im u mnogome pomogli da ubrzaju proces registracije i formaliziranja svog rada. U nekim lokalnim zajednicama su im službenici savjetovali koju i kakvu dokumentaciju prikupiti, gdje je prikupiti, gdje je predati, koje sve dažbine trebaju platiti u to procesu i sl. Ove informacije su im bile jako korisne.

Međutim, ovo nije redovna praksa. Ovakav pristup se dešava obično u lokalnim zajednicama koje imaju programe podrške (novim) poduzetnicima ili imaju razvoje agencije koje pomažu poduzetnicima. Ovakav pristup nije jasno uređen u svim lokalnim zajednicama ili pri svim sudovima (ovisno gdje se registruje poslovni subjekt).

Ovo je ujedno i razlog zbog kog su novi poduzetnici uglavnom angažirali eksternu pomoć u procesu registracije u vidu pravnog savjetnika koji će im pomoći u procesu registracije.

U fokus grupama su poduzetnici pojasnili da je jedan od razloga zašto je proces registracije za njih prošao relativno brzo jeste taj što su platili eksternu pomoć te su tu dobili sve potrebne informacije i savjete šta im je potrebno za taj proces. Dakle, poduzetnici su imali dodatne troškove pravnih savjetovanja u procesu registracije a kako bi što prije kompletirali proces. Pa ipak, za njih polovinu taj proces je trajao duže od mjesec dana.

- Podatak koji ne treba zanemariti odnosi se na to da je 11,3% ispitanih pokrenulo vlastiti biznis jer im je pružena prilika u okviru programa podrške ili unaprijeđenja biznisa.

Dakle, svaki deseti novi poduzetnik se ipak odlučio okušati u poduzetničkim vodama jer je postao korisnik nekog od programa namijenjenih novim poduzetnicima ili im je pružen neki vid podrške na tom polju.

Podatak ukazuje na vrlo jasnu važnost programa podrške biznisima i njihov utjecaj da se neko odluči na realizaciju vlastite poslovne ideje (pa i u smislu broja biznisa koji se pokrenu).

- Samo je 7,2% ispitanih odgovorilo da su sredstva za pokretanje biznisa prikupili putem nekog od inkubatora. Sredstva za pokretanje biznisa dostupna za pokretanje biznisa kroz inkubatore, akcelerate i druge oblike podrške novih poduzetnicima nisu dostatna niti dovoljna da bi značajan broj poduzetnika svoju poslovnu ideju realizirao sa ovim sredstvima, te samim tim smanjio rizike po ekonomsku stabilnost svoje porodice.
- Obzirom na vrlo nisku stopu opstanka startup biznisa ovo je važan faktor koji treba imati u vidu.

Prema podacima portala statistika.com koji na jednom mjestu objedinjuje niz statističkih podataka evropskih zemalja, sa relevantnim izvorima, u 2018. g. prosječna stopa opstanka novih biznisa nakon prve godine na području EU bila je 80,67% . Međutim, stopa opstanka malih biznisa rapidno opada sa godinama, te tako nakon 3 godine možemo očekivati da će oko 40-50% pokrenutih biznisa nakon ovog perioda prestati poslovati.

Skoro dvije trećine anketiranih biznisa (63%) je pozitivno poslovalo u trenutku anketiranja, što ukazuje na dobro ekonomsko stanje ovih novopokrenutih biznisa.

- Sredstva koja korisnici javnih fondova dobiju za pokretanje biznisa se kreću uglavnom u rasponima do 5.000 KM ili do 10.000 KM te ova sredstva uglavnom nisu dostatna za realizaciju poslovne ideje u punom obimu.
- Tri četvrtine (77,9%) ispitanih tvrdi da su u narednih godinu dana planirali investirati dodatna sredstva u razvoj svojih biznisa. Ovo je izuzetno bitan podatak koji govori o tome da, iako su u pitanju novi poduzetnici, imaju visoko izraženu spremnost za novim investicionim ciklusima u svoju poslovnu ideju, a što u perspektivi treba doprinijeti povećanju prometa, zaposlenih i plaćenih dažbina prema državi.
- Više od jedne četvrtine (27,5%) ih je u trenutku anketiranja bilo spremno plasirati svoje proizvode ili usluge na izvozna tržišta. Ovo je jako važan podatak i ukazuje na to da je svaki četvrti novosnovani poslovni poduhvat, bez obzira što ne posluje dugi niz godina na tržištu, spreman na izvoz.
- Nove proizvode i usluge u 2024. g. planira uvesti i ponuditi 44,5% anketiranih novopokrenutih biznisa. Dodatno, novi proizvod ili uslugu razvija, ali je neće stići ponuditi 16,4% novopokrenutih biznisa. Nešto manje od petine biznisa, odnosno njih 18,2% ne planira uvoditi nove proizvode ili usluge u 2024. g. ili u narednim godinama.

- Posebnu pažnju privlači podatak da je svaki deseti novopokrenuti biznis u 2023. g. imao promet u rasponu od 100.001 do 500.000 KM. Ovo su izuzetno dobri poslovni rezultati za ovako mlade poslovne poduhvate.

U prethodnoj (2023.g.) poslovnoj godini čak 63% poslovnih poduhvata je u poslovanju ostvarilo dobit na kraju godine.

- Poduzetnici kroz svoje poslovne poduhvate generiraju nova radna mjesta. Novi poduzetnici koje smo anketirali su ukupno imali zaposleno 785 radnika. Podatak se odnosi i na njihovu zaposlenost i zaposlenost drugih radnika.

Ako govorimo o prosječnom broju radnika, onda su imali zaposlene 2,34 osobe. Dakle, u prosjeku novi poslovni poduhvati su kreirali radno mjesto za sebe i za najmanje još jednu osobu.

- One koji su članovi nekih neformalnih mreže pitali smo o svrsishodnosti članstava. Zanimljivo je da ih je 43,6% izjavilo da im članstvo u neformalnim mrežama koje imaju dodira sa njihovim poslovanjem pomaže u znatnoj mjeri u njihovom poslovanju, dok ih je 47,9% izjavilo da im članstvo pomaže samo djelomično.

Samo 7,3% članova neformalnih mreža je izjavilo da im članstvo ne pomaže u poslovanju ili ostvarenju poslovnih rezultata.

Na osnovu ovih opaženih podataka preporuka je da novi biznisi intenziviraju svoje aktivnosti na polju umrežavanja i povezivanja cehovske organizacije mreže, inkubatore, akceleratora i organizacije koje na bilo koji način pružaju podršku poduzetnicima.

Zaključno, 88,6% članova formalnih organizacija vidi pozitivne efekte članstva na poslovanje svojih poslovnih poduhvata.

Sumirano, gledano kroz sva 3 pitanja o umrežavanju, nameće se zaključak da poduzetnici koji su članovi formalnih ili neformalnih mreža u BiH ili inostranstvu u mnogome vide benefite tih članstava na poslovanju svojih biznisa. Nešto manje od polovine ih vidi vrlo jasne efekte članstva na poslovne rezultate, dok ih neto preko 40% vidi djelomične efekte na poslovne rezultate.

Ovo je vrlo jasan pokazatelj da novi poduzetnici trebaju ozbiljnije evaluirati svoj stav o članstvima u formalnim i neformalnim mrežama i organizacijama, jer zbog manjka umreženosti potencijalno propuštaju značajne poslovne prilike koje bi im bile vrlo korisne u razvoju poslovanja.

- Primarna očekivanja poduzetnika u domenu umrežavanja odnose se na direktno unaprijeđenje poslovnih rezultata ili aktivnosti koje doprinose unaprijeđenju poslovnih rezultata.
- Jedna trećina novih poduzetnika uopće nije imala prilike pohađati edukacije i obuke koje jačaju poduzetničke vještine.

Dodatno, za 12,8% poduzetnika edukacije na temu jačanja poduzetničkih kompetencija su bile nedostupne ili teško dostupne.

Poduzetnici prepoznaju važnost neformalnog obrazovanja za razvoj svojih poduzetničkih i drugih vještina te dominantna većina njih ove obuke vide kao korisne.

Dodatno, poduzetnici u određenoj mjeri spremni na neformalno obrazovanje za razvoj svojih vještina. Problem je što neformalne obuke i edukacije koje trebaju da unaprijede kompetencije poduzetnika nisu uvijek dostupne za pohađanje.

Među onima koji su pohađali obuke za poduzetnike postoji interes za dodatnim usavršavanjem, i pohađanjem ovakvih obuka, dok kod onih koji ih nisu pohađali postoji potencijal za pohađanjem ovih obuka, ali je problem njihova dostupnost.

- Mjere podrške aktivnom zapošljavanju koristilo je samo 18,5% novopokrenutih biznisa. Njih dvije trećine nije koristilo ove mjere, dok ih 8,1% ne zna šta su mjere aktivnog zapošljavanja.

Uočeni podaci ukazuju na vrlo nisku iskorištenost dostupnih aktivnih mjera nadležnih organa a koje novopokrenutim biznisima mogu donekle olakšati razvoj biznisa, poslovanje ili zapošljavanje potrebne radne snage.

- Svaki četvrti poduzetnik (26%) poslovni ambijent u BiH ocjenjuje kao prilično ili izuzetno nepovoljan u oblasti u kojoj posluje. Sa druge strane, samo jedna trećina (32,6%) poduzetnika poslovni ambijent doživljavaju kao povoljan ili izuzetno povoljan.
- Rezultati ovog istraživanja pokazuju da je drugi odabrani izazov sa kojim se suočavaju poduzetnici visina fiskalnih i parafiskalnih nameta, a koji je kao izazov odabralo 38,5% novih poduzetnika.

Treći izazov sa kojim se suočavaju poduzetnici odnosi se na nedovoljno regulirano tržište u određenim oblastima. Ovaj izazov je prepoznat od strane 23,3% poduzetnika.

Četvrti izazov koji je prepoznat odnosi se na neadekvatno educiranu i nekompetentnu radnu snagu na tržištu rada a iz koje poduzetnici trebaju angažirati radnike. Izazov je prepoznat od strane 21,5% poduzetnika.

- Dvije trećine poduzetnika (63,3%) fiskalne i parafiskalne namete u BiH smatra prilično ili izuzetno visokim. Pri tome, svaki peti poduzetnik (19,7%) smatra da su ovi nameti previsoki.

Dva dominantna nameta koja su od najvećeg broja poduzetnika ocijenjeni kao visoki ili jako visoki su troškovi zdravstvenog osiguranja (54,6%) i troškovi penzijsko-invalidskog osiguranja (52,7%). U fokus grupama su poduzetnici komunicirali da su ova opterećenja zaista visoka, i vrlo direktno utječu na manevarski prostor

- Zanimljivo je da 12,8% novih poduzetnika tvrdi da već koristi umjetnu inteligenciju (AI) u svom poslovanju, dok njih 7,5% još nije koristilo ali planira koristiti AI u svom budućem poslovanju.



PREPORUKE

Na osnovu uvida u rezultate provedenih analiza prikupljenih podataka, te navedene ključne nalaze u prethodnom poglavlju, u nastavku navodimo ključne preporuke čija implementacija može unaprijediti poslovanje novih privrednih subjekata u BiH.

Preporuke su grupirane u nadređene klastere sa pojedinačno razvijenijim konkretnim preporukama unutar klastera.

1. Unapređenje poduzetničkog obrazovanja

- Uvesti više praktičnih programa o poduzetništvu u srednje škole i visoko obrazovanje.
- Podsticati saradnju obrazovnih institucija sa privatnim sektorom i poduzetnicima radi prenosa znanja i usaglašavanja nastavnih programa i kurikuluma za specifične vrste zanimanja.
- Razviti mentoring programe i edukacije za mlade i početnike u biznisu (neovisno o kalendarskoj dobi).
- Unaprijediti i promovisati mentorske mreže, uključujući cross-border mentorstvo, s ciljem razmjene znanja i podrške poduzetnicima.
- Razviti programe usmjerene na jačanje roditelja kao primarnih edukatora kad je u pitanju prvenstveno poduzetnički duh i vještine.
- Promovisati značaj cjeloživotnog učenja kroz praktične primjere i rezultate paralelno sa kreiranjem pristupačnih i fleksibilnih edukacija za odrasle.
- Privredne komore mogu ustanoviti sadržaj edukacija i treninga koje mogu ponuditi određenim industrijama, eliminiirajući neefikasne postojeće programe, koji ne izazivaju pozitivnu reakciju krajnjih korisnika (poduzetnika).

2. Povećanje dostupnosti edukacija i obuka

- Organizovati besplatne ili subvencionisane obuke za poduzetnike u različitim sektorima.
- Povećati dostupnost edukacija, posebno u ruralnim područjima, kroz online i hibridne programe.
- Uvesti kontinuirane programe za jačanje poduzetničkih vještina i digitalne transformacije poslovanja.
- Raditi na integraciji poduzetničkog učenja i okvira za poduzetničke kompetencije u obrazovne kurikulume, a s obzirom da je poduzetništvo cross-cutting kompetencija koja se odnosi na više oblasti, potrebno je uložiti mnogo napora u prilagođavanju programa, aktivnosti i intervencija u različitim oblastima vodeći računa o eksperimentalnom učenju kao esencijalnom dijelu poduzetničkog učenja.

3. Smanjenje sive ekonomije i pojednostavljenje registracije biznisa

- Uvesti poreske olakšice i subvencije za poduzetnike koji formalizuju poslovanje.
- Digitalizovati proces registracije biznisa kako bi bio brži i efikasniji.
- Uvesti standardizovane procedure i jedinstvene tačke za registraciju poduzetnika u svim lokalnim zajednicama.
- Poboljšati regulaciju tržišta kako bi se smanjila neloyalna konkurencija i nelegalno poslovanje (jačati institucije, transparentnost i povjerenje u pravnu državu).

4. Poboljšanje pristupa finansiranju i podrška startup-ima

- Povećati ukupne iznose sredstava dostupnih putem javnih fondova i inkubatora.
- Povećati pojedinačne iznose koji se dodjeljuju za nove poslovne poduhvate.
- Razviti više akceleratorских i inkubatorskih programa sa konkretnim finansijskim i mentorskim beneficijama.
- Promovirati alternativne oblike finansiranja poput crowdfunding-a, poslovnih anđela i venture capital (VC) fondova.
- Početi stvarati zakonsku osnovu za uspostavljanje i osnivanje VC fondova i fondova rizičnog kapitala (u Srbiji i Hrvatskoj već postoji legislativa koja ovo uređuje - Zakon o alternativnim investicionim fondovima).
- Potrebno je raditi na uvođenju pravnog okvira za crowdfunding (grupno finansiranje - crowdfunding zasnovan na donacijama, crowdfunding zasnovan na udjelima, crowdfunding zasnovan na investiranju).
- Stvoriti mrežu poslovnih anđela u BiH podižući svijest o mogućnostima koje ovakav vid finansiranja nudi.
- Omogućiti subvencionisanje i povoljno kreditiranje za novoosnovane firme putem entitetskih razvojnih banaka (Razvojna banke FBiH i Investiciono-razvojne banke RS, Razvojno-garantni fond Brčko distrikt), vodeći računa o smanjenju zahtjeva za kolateral i garancije.
- Analizirati mogućnosti osnivanja fonda rizičnog kapitala od strane entitetskih razvojnih banaka, kojim bi se podržali novoosnovani biznisi u domenu inovacija i novoosnovani biznisi sa potencijalom rasta.

5. Unapređenje poslovnog okruženja

- Smanjiti fiskalne i parafiskalne namete koji otežavaju poslovanje, posebno u oblasti zdravstvenog i penzionog osiguranja.
- Oporezujući potencijal zemalja u razvoju je manji i ambiciozne ciljeve javnih finansija bi trebalo prilagoditi stvarnosti, jer visoke porezne stope ne dovode uvijek do visokih poreznih prihoda.
- Sektorski raditi na zakonskim izmjenama, usklađivanju sa zakonskom regulativom EU.

Nadležne institucije trebaju usaglasiti i usvojiti metodologiju za sveobuhvatno praćenje fonda ukupno utrošenih radnih sati na entitetskom nivou čime će se omogućiti mjerenje produktivnosti rada i poređenje iste sa ostalim zemljama.

- Raditi na stabilizaciji pravnog okvira i pojednostavljanju administrativnih procedura.

- Uvesti poreske olakšice za pojedince i kompanije koje ulažu u startup-e i MSP
- Smanjiti poreze na dobit za firme koje ulažu u razvoj i istraživanje (R&D).
- Jačati finansijsku podršku izvoznima pomoću kredita, garancija, instrumenata osiguranja, itd.
- Osnovati više biznis inkubatora i akceleratora širom BiH, početi raditi na formiranju korporativnih inkubatora i akceleratora.
- U domenu nedostatka (kvalifikovane) radne snage potrebno je kombinovati reforme u obrazovanju, fiskalne olakšice, poboljšanje uslova rada, privlačenje stranih radnika i inovacija u poslovnim procesima.
- Analizirati mogućnosti i efekte reforme poreza i doprinosa kroz definisanje diferenciranih poreznih razreda za različite iznose dohotka radnika s ciljem pravednije raspodjele poreskih opterećenja.
- Analizirati potencijalne mogućnosti revizije poreskog sistema na način da ima široku osnovicu i manje stope, što olakšava poslovanje i smanjuje sivu ekonomiju.

6. Podrška izvozu i inovacijama

- Kreirati posebne programe podrške za poduzetnike koji žele izvoziti svoje proizvode i usluge.
- Poticati inovacije kroz grantove i tehnološke hub-ove koji bi podržali razvoj novih proizvoda i usluga.
- Organizovati više međunarodnih poslovnih sajmova i povezivanje sa stranim tržištima.

7. Povezivanje sa dijasporom i podrška povratnicima

- Kreirati specijalizovane programe podrške za povratnike koji žele pokrenuti biznis.
- Olakšati pristup finansiranju i investicijama iz dijaspore.
- Organizovati događaje za umrežavanje i platforme za razmjenu znanja između povratnika i lokalnih poduzetnika.

8. Jačanje mreža i umrežavanje poduzetnika

- Poticati članstvo u formalnim i neformalnim mrežama kroz benefite poput besplatnih edukacija i savjetovanja, te mentoringa.
- Razviti digitalne platforme koje bi povezivale poduzetnike, investitore i stručnjake.
- Poticati formiranje cebovskih udruženja za zajedničku zaštitu interesa poduzetnika.

9. Programi podrške za zapošljavanje i integracija savremenih AI tehnologija u poslovanje

- Povećati informisanost o mjerama aktivnog zapošljavanja i olakšati pristup tim fondovima na svim nivoima vlasti.
- Poticati upotrebu novih tehnologija, uključujući umjetnu inteligenciju, kroz grantove i obuke za poduzetnike.
- Podsticati promociju društveno odgovornog poslovanja među poduzetnicima.

RECENZIJE



Rukopis istraživačke studije: „Poduzetništvo u BiH – analiza izazova i potreba novih biznisa“, autora Senajida Đoze i izdavača Investicijska fondacija Impakt Sarajevo 2025. napisana je na 124 stranice teksta sa 97 grafikona, jednom tabelom i 2 ilustracije.

Sadržaj Studije čine: Uvodna riječ, Sažetak, Uvod, Osnovni makroekonomski pokazatelji za BiH, Institucionalni i pravni okvir za poduzetništvo u BiH, Metodologija istraživanja, Rezultati istraživanja, Ključni nalazi i preporuke. Hronološki slijed Sadržaja ove studije i način njegovog interpretiranja odgovaraju njenom karakteru.

U Uvodnoj riječi, autor Senajid Đozo navodi: „Istraživanje koje se nalazi pred Vama donosi prvi sveobuhvatan uvid u stanje poduzetničkog ekosistema u BiH. Kroz ovo istraživanje pružamo bolje razumijevanje konteksta u kojem posluju novoosnovani poduzetnici i detaljan uvid u ključne aspekte razvoja poduzetništva u BiH, analizirajući systemske prepreke, ali i mogućnosti za unaprjeđenje ekosistema podrške kroz kreiranje konkretnih mjera podrške za razvoj i održivost poslovanja.“ (strana 14.)

U Sažetku se, na kraju, navodi: „Cilj ovog istraživanja nije samo analiza trenutnog stanja, već i kreiranje preporuka i rješenja koja mogu unaprijediti poslovno okruženje u BiH. Kroz analizu podataka i interpretaciju ključnih trendova, istraživanje pruža smjernice za donosioce odluka, institucije podrške, međunarodne partnere i same poduzetnike kako bi zajedno radili na jačanju poduzetničkog ekosistema u BiH.“ (strana 16.)

Sasvim je logično da ova studija počinje primjerenom prezentacijom osnovnih makroekonomskih pokazatelja za BiH, a nastavlja institucionalnim pravnim okvirom za poduzetništvo u BiH. Korektno je dat geografski, ekonomski i pravni okvir u kojem egzistira poduzetništvo u BiH. Nakon ovog ambijentalnog prostora, ukazuje se na metodologiju istraživanja prilagođenu realnoj situaciji u BiH.

Rezultati istraživanja prezentiraju se vrlo zanimljivo i kvalitetno sadržajno i grafički kroz bitne odrednice za poduzetništvo u BiH: izvedene demografske karakteristike, obrazovanje, vještine i kompetencije, nove poduzetnike i dijasporu, formalni oblik registracije i ključne aspekte osnivanja poslovnih subjekata, finansiranje poslovnog poduhvata, tržište, poslovne rezultate, ljudske resurse, umrežavanje, neformalno obrazovanje i jačanje vještina i kompetencija za vođenje biznisa, poslovni ambijent, poduzetničke kompetencije (EntreComp) i Cross-cutting teme. Od svega navedenog i veoma profesionalnog prezentiranja rezultata istraživanja, posebno želim istaći sadržaje vezane za poduzetničke kompetencije (EntreComp) i Cross-cutting teme. Evropska komisija, iz puno razloga, veliki značaj daje poduzetničkim kompetencijama. To na poseban način tangira i poduzetništvo u BiH. Nezaustavljivi trend spoznaja i primjena umjetne inteligencije, sasvim prirodno, nije zaobišao ni prostore BiH. Zato ovaj dio zaslužuje posebnu pažnju.

Ova istraživačka studija poentira svoju kvalitetu svojim posljednjim poglavljem: Ključni nalazi i preporuke. Jedna vrsta rezimea i putokaza šta dalje raditi u ovoj oblasti. Izuzetno argumentirano, jasno i konkretno!

Kome je namjenjena ova istraživačka studija? Odgovor je općenit, poseban i pojedinačan. Općenito: svima koji žele sagledati dijagnostiku stanja i utemeljene projekcije daljnjeg razvoja i rasta poduzetništva u BiH. Posebno ekonomskim, društvenim i državnim institucijama i

odgovornim pojedincima koji kreiraju, donose, reguliraju i nadziru ekonomsku politiku u BiH na svim razinama njenog državnog uređenja. Domaćim i stranim investitorima. Pojedincima i grupama poslovnih ljudi koji žele razvijati poduzetništvo u BiH iz ličnih i drugih interesa, studentima i svim ljudima koji se žele educirati iz ove oblasti i ostvarivati princip cjeloživotnog učenja. Pogotovo, u aktuelnim trendovima ESG (Environmental Social Governance) principa poslovanja i umjetne inteligencije.

Na osnovu prethodnog, svesrdno preporučujem javno objavljivanje istraživačke studije: „Poduzetništvo u BiH – analiza izazova i potreba novih biznisa“ kako bi bila dostupna najširem krugu čitalaca i mogućnosti njene materijalne učinkovitosti.

Prof. dr. Željko Šain
Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli

Monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa jasno je strukturiran sadržaj koji omogućava preglednu i sistematičnu analizu poduzetničkog ekosistema u Bosni i Hercegovini. Djelo započinje uvodnom riječi i sažetkom, koji daju pregled osnovnih tema i istraživačkih ciljeva. Slijedi teorijsko-metodološki okvir, gdje autor analizira makroekonomske pokazatelje, institucionalni i pravni okvir za razvoj poduzetništva.

Centralni dio monografije čini empirijsko istraživanje, koje uključuje analizu demografskih karakteristika ispitanika, obrazovanja, vještina i kompetencija, finansiranja poslovnih poduhvata, tržišnih faktora, poslovnih rezultata i ljudskih resursa. U okviru rezultata istraživanja, posebno su obrađene teme umrežavanja, neformalnog obrazovanja i poslovnog ambijenta, a posebnu pažnju autor posvećuje poduzetničkim kompetencijama i faktorima koji oblikuju poslovnu klimu u BiH.

Monografija uključuje listu skraćenica, koja olakšava razumijevanje stručne terminologije, kao i listu tabela, grafikona i ilustracija, koji doprinose vizualizaciji podataka. Rukopis sadrži 97 grafikona, jednu tabelu i dvije ilustracije, što jasno ukazuje na dominaciju empirijskih podataka u analizi. Završni dio rada obuhvata ključne nalaze i preporuke, koji sintetiziraju glavne rezultate istraživanja i daju smjernice za unapređenje poduzetničkog ekosistema u Bosni i Hercegovini.

Djelo Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa pripada kategoriji istraživačkih monografija, s obzirom na njegovu metodološku osnovu i naučnu vrijednost. Monografija se temelji na primarnim podacima prikupljenim putem anketnog istraživanja, dopunjenim analizom institucionalnog i pravnog okvira za poduzetništvo u Bosni i Hercegovini. Njena struktura i metodološki pristup ukazuju na sistematsko i sveobuhvatno istraživanje jedne specifične oblasti, čime se značajno doprinosi akademskom diskursu.

Opravdanost klasifikacije ovog djela kao istraživačke monografije ogleda se u njegovom doprinosu novim saznanjima o poduzetništvu u tranzicionim ekonomijama.

Monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa predstavlja originalan doprinos proučavanju poduzetništva u Bosni i Hercegovini. Njena posebnost ogleda se u primjeni empirijskog istraživanja na velikom uzorku novih poduzetnika, što omogućava sveobuhvatnu analizu ključnih izazova i potreba u razvoju poslovnih poduhvata. Autor ne samo da identificira strukturne prepreke poduzetništvu, već ih kontekstualizira u širi institucionalni i ekonomski okvir, pružajući time dublje razumijevanje poduzetničkog ekosistema.

Dodatnu vrijednost monografiji daje kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja, čime se postiže visoka pouzdanost nalaza. Primjena ovog interdisciplinarnog pristupa omogućava analizu poduzetničke dinamike iz više perspektiva, uključujući ekonomske, regulatorne i društvene aspekte. Ovakav istraživački okvir doprinosi unapređenju naučne literature o tranzicijskim ekonomijama te pruža nove uvide u izazove s kojima se suočavaju poduzetnici u složenim poslovnim okruženjima.

Tema ove monografije od suštinskog je značaja kako za akademsku zajednicu, tako i za stručnjake iz oblasti poduzetništva, ekonomskog razvoja i javnih politika. Istraživanje poduzetništva u Bosni i Hercegovini omogućava dublje razumijevanje faktora koji utiču na poslovni uspjeh, ali i prepreka koje ograničavaju rast i inovacije u sektoru malih i srednjih preduzeća. Ovaj rad predstavlja vrijedan doprinos akademskim raspravama o poduzetničkom ekosistemu u postkonfliktnim i tranzicionim društvima, obogaćujući postojeće modele i teorije empirijskim podacima iz lokalnog konteksta.

Sa profesionalnog aspekta, monografija pruža smjernice za kreiranje politika podrške poduzetništvu, osmišljavanje razvojnih programa te poboljšanje regulatornog okvira u Bosni i Hercegovini. Nalazi istraživanja mogu biti korisni donosiocima odluka, međunarodnim organizacijama, poslovnim inkubatorima i konsultantima koji rade na razvoju konkurentnosti privrede. Na taj način, rad nadilazi akademsku sferu i postaje relevantan alat za praktične ekonomske reforme i strateško planiranje u oblasti poduzetništva.

Monografija je prvenstveno namijenjena profesionalcima iz oblasti poduzetništva, ekonomskog razvoja i javnih politika. Ključni korisnici su donosioci odluka, predstavnici državnih institucija, poslovni savjetnici, finansijske institucije i razvojne organizacije. Njeni nalazi mogu poslužiti kao osnova za kreiranje politika podrške poduzetništvu, reformu regulatornog okvira i unapređenje poslovnog ambijenta u Bosni i Hercegovini. Također, knjiga može biti koristan resurs za same poduzetnike, pružajući im uvid u tržišne izazove i dostupne mehanizme podrške.

Osim profesionalaca, monografija je relevantna i za akademsku zajednicu, uključujući istraživače, profesore i studente. Njeni empirijski nalazi i analitički okvir mogu se koristiti u nastavi na ekonomskim i menadžerskim studijama te kao referentna literatura za dalja istraživanja o poduzetništvu u tranzicionim ekonomijama.

Objavlivanje ove monografije ima značajan društveni doprinos jer pruža temeljitu analizu poduzetničkog ekosistema u Bosni i Hercegovini. U zemlji s visokom stopom nezaposlenosti i ograničenim podsticajima za razvoj privatnog sektora, ova studija nudi konkretne podatke o izazovima i mogućnostima za unapređenje poslovnog okruženja. Time može poslužiti kao osnova za oblikovanje ekonomskih politika usmjerenih na razvoj malih i srednjih preduzeća.

Monografija takođe doprinosi podizanju svijesti o potrebi institucionalne podrške poduzetništvu. Nalazi istraživanja mogu pomoći nevladinim organizacijama, međunarodnim donatorima i lokalnim vlastima u kreiranju efikasnijih programa podrške. Na taj način, knjiga može poslužiti kao alat za poboljšanje poduzetničke klime i dugoročnu ekonomsku stabilnost zemlje.

Metodološki pristup monografije temelji se na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih metoda, čime se postiže širok i pouzdan uvid u poduzetničko okruženje. Upotreba anketnog istraživanja omogućava analizu stvarnih potreba i problema novih biznisa, dok dodatni intervjui i analiza pravnog okvira doprinose dubljem razumijevanju strukturnih prepreka razvoju poduzetništva.

Osim što se zasniva na empirijskim podacima, monografija se oslanja i na relevantne teorijske modele, što doprinosi njenoj akademskoj validnosti. Pristup koji kombinuje analizu statističkih pokazatelja i direktna iskustva poduzetnika omogućava cjelovit prikaz situacije, čineći ovu studiju korisnom za naučne, ali i praktične svrhe.

Jezik monografije je precizan i akademski utemeljen, ali istovremeno dovoljno jasan da omogući razumijevanje široj stručnoj javnosti. Autor koristi terminologiju koja je u skladu sa savremenim ekonomskim i poduzetničkim istraživanjima, izbjegavajući nepotrebne komplikacije u izrazu. Stil pisanja je usklađen s naučnim standardima, uz logičan i sistematičan prikaz tema.

Bibliografske reference su korektno navedene i oslanjaju se na relevantne izvore, čime se osigurava naučna utemeljenost monografije. Korištenje grafikona, tabela i drugih didaktičkih pomagala dodatno olakšava razumijevanje podataka, omogućavajući vizuelnu interpretaciju ključnih nalaza istraživanja.

Monografija predstavlja vrijedan doprinos akademskom istraživanju poduzetništva u tranzicionim ekonomijama. Kroz detaljnu analizu izazova i potreba novih poduzetnika, monografija pruža originalne empirijske podatke koji mogu poslužiti za dalja istraživanja u oblasti preduzetništva i ekonomskog razvoja.

Dodatna vrijednost ogleđa se u primjeni interdisciplinarnog pristupa koji uključuje ekonomske, pravne i sociološke aspekte poduzetništva. Ovakva integracija empirijskih analiza omogućava dublje razumijevanje dinamike poslovnog okruženja, čime monografija doprinosi unapređenju ekonomske nauke i praktičnih modela podrške poduzetnicima.

Monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa predstavlja izuzetno vrijedan doprinos istraživanju poduzetništva u Bosni i Hercegovini. Djelo je metodološki dobro strukturirano, jasno izloženo i donosi relevantne nalaze temeljene na empirijskom istraživanju. Autor je uspješno kombinovao teorijske koncepte sa praktičnim uvidima, čime je stvorio korisno štivo za akademsku i stručnu zajednicu.

S obzirom na kvalitet rukopisa, eventualne preporuke mogu se razmotriti za naredno izdanje. Bilo bi korisno dodati Popis korištenih referenci, što bi dodatno unaprijedilo akademsku utemeljenost djela i omogućilo lakše povezivanje s relevantnom literaturom. Također, u budućim izdanjima može se razmotriti komparativna analiza s poduzetničkim praksama u drugim tranzicionim ekonomijama, što bi dodatno obogatilo kontekst istraživanja i učinilo nalaze još primjenjivijima.

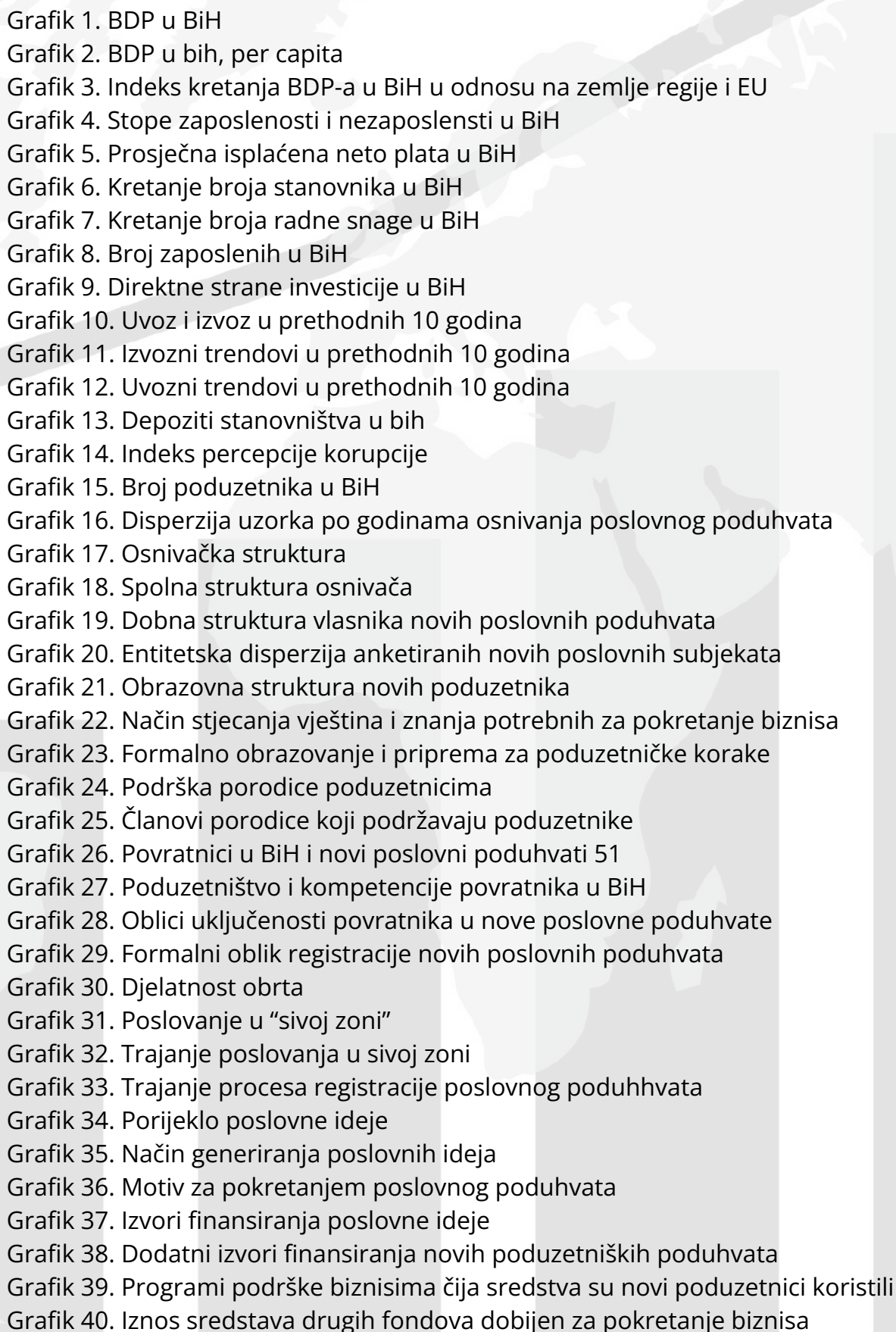
Monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa predstavlja značajan doprinos proučavanju poduzetništva u Bosni i Hercegovini i šire. Autor je kroz detaljnu analizu i empirijske podatke ponudio jasne uvide u poslovno okruženje, izazove i mogućnosti za razvoj novih biznisa. Kvalitet istraživačkog pristupa, relevantnost teme i jasnoća izlaganja čine ovu knjigu korisnim resursom za poduzetnike, donosiocice odluka i akademsku zajednicu.

Preporučujem objavljivanje monografije u njenoj trenutnoj verziji, uz mogućnost razmatranja manjih unapređenja u budućem izdanju. Djelo je značajan doprinos ekonomskim istraživanjima i može poslužiti kao referentna literatura za sve koji se bave poduzetništvom, ekonomskim razvojem i kreiranjem politika podrške privredi.

Istraživačka monografija Poduzetništvo u Bosni i Hercegovini – Empirijsko istraživanje izazova i potreba novih biznisa vrijedan stručni doprinos razumijevanju poslovnog okruženja u Bosni i Hercegovini. Djelo je prvenstveno namijenjeno donosiocima ekonomskih politika i institucijama podrške, poslovnim savjetnicima i poduzetnicima, jer pruža konkretne uvide u ključne izazove s kojima se suočavaju novi biznisi. Kroz analizu regulatornog okvira, izvora finansiranja, tržišnih faktora i poduzetničkih kompetencija, monografija nudi smjernice za unapređenje poslovnog ambijenta i razvoj održivih poduzetničkih inicijativa.

Istovremeno, istraživačka monografija ima značajan naučni doprinos i preporučuje se istraživačima, akademskoj zajednici i studentima koji se bave poduzetništvom i ekonomskim razvojem. Njen metodološki pristup, koji kombinuje teorijsku analizu s empirijskim istraživanjem, omogućava dublje razumijevanje poduzetničkih procesa u tranzicionim ekonomijama. Zahvaljujući jasnoći izlaganja i praktičnoj primjenjivosti nalaza, knjiga predstavlja nezaobilazan izvor informacija za sve koji nastoje unaprijediti poslovno okruženje i poduzetničku klimu u Bosni i Hercegovini.

Prof. dr. Bahrija Umihanić
Ekonomski fakultet, Univerzitet u Tuzli

- 
- Grafik 1. BDP u BiH
Grafik 2. BDP u BiH, per capita
Grafik 3. Indeks kretanja BDP-a u BiH u odnosu na zemlje regije i EU
Grafik 4. Stope zaposlenosti i nezaposlenosti u BiH
Grafik 5. Prosječna isplaćena neto plata u BiH
Grafik 6. Kretanje broja stanovnika u BiH
Grafik 7. Kretanje broja radne snage u BiH
Grafik 8. Broj zaposlenih u BiH
Grafik 9. Direktne strane investicije u BiH
Grafik 10. Uvoz i izvoz u prethodnih 10 godina
Grafik 11. Izvozni trendovi u prethodnih 10 godina
Grafik 12. Uvozni trendovi u prethodnih 10 godina
Grafik 13. Depoziti stanovništva u BiH
Grafik 14. Indeks percepcije korupcije
Grafik 15. Broj poduzetnika u BiH
Grafik 16. Disperzija uzorka po godinama osnivanja poslovnog poduhvata
Grafik 17. Osnivačka struktura
Grafik 18. Spolna struktura osnivača
Grafik 19. Dobna struktura vlasnika novih poslovnih poduhvata
Grafik 20. Entitetska disperzija anketiranih novih poslovnih subjekata
Grafik 21. Obrazovna struktura novih poduzetnika
Grafik 22. Način stjecanja vještina i znanja potrebnih za pokretanje biznisa
Grafik 23. Formalno obrazovanje i priprema za poduzetničke korake
Grafik 24. Podrška porodice poduzetnicima
Grafik 25. Članovi porodice koji podržavaju poduzetnike
Grafik 26. Povratnici u BiH i novi poslovni poduhvati 51
Grafik 27. Poduzetništvo i kompetencije povratnika u BiH
Grafik 28. Oblici uključenosti povratnika u nove poslovne poduhvate
Grafik 29. Formalni oblik registracije novih poslovnih poduhvata
Grafik 30. Djelatnost obrta
Grafik 31. Poslovanje u "sivoj zoni"
Grafik 32. Trajanje poslovanja u sivoj zoni
Grafik 33. Trajanje procesa registracije poslovnog poduhvata
Grafik 34. Porijeklo poslovne ideje
Grafik 35. Način generiranja poslovnih ideja
Grafik 36. Motiv za pokretanjem poslovnog poduhvata
Grafik 37. Izvori finansiranja poslovne ideje
Grafik 38. Dodatni izvori finansiranja novih poduzetničkih poduhvata
Grafik 39. Programi podrške biznisima čija sredstva su novi poduzetnici koristili
Grafik 40. Iznos sredstava drugih fondova dobijen za pokretanje biznisa

Grafik 41. Dostatnost sredstava iz javnih fondova za pokretanje nove poslovne ideje
Grafik 42. Spremnost na investiranje u svoju poslovnu ideju u narednih godinu dana
Grafik 43. Iznos sredstava koja planirate investirati u svoju poslovnu ideju
Grafik 44. Izvori sredstava za investicije
Grafik 45. Tržišta na koja plasirate proizvode i usluge
Grafik 46. Spremnost na širenje tržišta u narednom periodu
Grafik 47. Tržišta na koja planirate širiti svoje poslovanje
Grafik 48. Stanje na tržištu na kojemu poslujete
Grafik 49. Mogućnost izlaska na nova tržišta
Grafik 50. Razlozi neizlaska na nova tržišta
Grafik 51. spremnost na izvoz
Grafik 52. Uvođenje novih proizvoda ili usluga u 2024. g.
Grafik 53. Ostvareni promet u 2023. g.
Grafik 54. Ostvareni poslovni rezultat na kraju prethodne godine
Grafik 55. Očekivani poslovni rezultat u tekućoj godini
Grafik 56. Broj zaposlenih u novim poslovnim poduhvatima
Grafik 57. Obrazovna struktura zaposlenih
Grafik 58. Zaposlenost teže zapošljivih kategorija
Grafik 59. Teškoće u pronalasku radnika
Grafik 60. Obuka novih uposlenika
Grafik 61. Razlozi neobučavanja radne snage
Grafik 62. Iznos sredstava koja izdvajate na edukaciju novih uposlenika
Grafik 63. Prosječna neto plata isplaćena uposlenicima
Grafik 64. Zapošljavanje novih radnika u tekućoj godini
Grafik 65. Planovi za zaposlenje novih radnika
Grafik 66. Sektori u kojima planirate zapošjavati
Grafik 67. Članstvo u neformalnim mrežama u BiH
Grafik 68. Članstvo u formalnim mrežama u BiH
Grafik 69. članstvo u mrežama i neformalnim grupama u inostranstvu
Grafik 70. Motivi za članstvo u formalnim i neformalnim mrežama
Grafik 71. Pohađanje obuka za jačanje poduzetničkih vještina
Grafik 72. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje poduzetničkih vještina
Grafik 73. dostupnost i korisnost obuka za jačanje poduzetničkih vještina (za one koji ih nisu pohađali)
Grafik 74. Pohađanje obuka za jačanje menadžerskih vještina
Grafik 75. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje menadžerskih vještina
Grafik 76. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje menadžerskih vještina (za one koji ih nisu pohađali)
Grafik 77. Pohađanje obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa
Grafik 78. Dostupnost i korisnost obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa
Grafik 79. dostupnost i korisnost obuka za jačanje tehničkih vještina za razvoj biznisa (za one koji ih nisu pohađali)

- Grafik 80. Oblasti u kojima poduzetnici trebaju jačanje vještina
- Grafik 81. Dostupnost mentorske podrške u razvoju biznisa
- Grafik 82. Korisnost mentorske podrške (za one koji su je imali)
- Grafik 83. Korisnost mentorske podrške za razvoj biznisa
- Grafik 84. Korištenje mjera podrške aktivnom zapošljavanju
- Grafik 85. Mjere podrške različitih nivoa vlasti novim poduzetnicima
- Grafik 86. Uvođenje novih mjera podrške biznisima
- Grafik 87. Ocjena poslovnog ambijenta u BiH
- Grafik 88. Ocjena poslovnog međunarodnog ambijenta
- Grafik 89. Izazovi sa kojima se suočavaju poduzetnici
- Grafik 90. Stav prema fiskalnim ili parafiskalnim nametima u BiH
- Grafik 91. Ocjena pojedinih fiskalnih i parafiskalnih nameta u BiH
- Grafik 92. Poduzetnički profil (entrecomp)
- Grafik 93. Prosječne vrijednosti u samoprocjeni entrecomp sposobnosti
- Grafik 94. Samopercepcija poduzetničkih kompetencija (komparativni profil)
- Grafik 95. Samopercepcija poduzetničkih kompetencija (spolne razlike)
- Grafik 96. Korištenje umjetne inteligencije (AI) u poslovanju
- Grafik 97. Poduzetništvo i društvena odgovornost


Popis tabela

Tabela 1. Klasifikacija djelatnosti novih poslovnih poduhvata. 55

Popis ilustracija

Ilustracija 1. Institucionalni okvir za podršku poduzetništvu u BiH. 33

Ilustracija 2. Disperzija realiziranog uzorka novih poslovnih poduhvata prema mjestu registracije. 45



INVESTICIJSKA FONDACIJA IMPAKT
ŠIBENSKA 3
71000
SARAJEVO
BOSNA I HERCEGOVINA
www.impakt.ba