

POSLOVNI INKUBATORI KAO GENERATORI RAZVOJA PODUZETNIŠTVA

UDK 65:338.3
Stručni rad

Sanja Bošnjak, univ.spec.oec
VIDRA-Agencija za regionalni razvoj
Virovitičko-podravskе županije
A. Šenoe 1, Virovitica, Hrvatska
Telefon: 033-722-043 Fax: 033-722-060
E-mail: sanja.bosnjak@ravidra.hr

SAŽETAK - Poslovni inkubatori predstavljaju suvremeni alat razvoja poduzetništva u Europi i SAD-u, a nastali su kao odgovor recesijskom razdoblju i propasti industrijskih sustava. Poslovne inkubatore uglavnom osnivaju gradovi i općine, a nije nepoznato i da postoji centralizirani sustav mreže inkubatora u nekim europskim državama. U svom razvojnem ciklusu, evoluirali su od obrtničkih do inovacijskih, tehnoloških i bio-tehnoloških inkubatora, zajedno sa svojim tvrtkama, malim i srednjim poduzetnicima-stanarima inkubatora. Poslovni inkubatori nude niz dodatnih usluga svojim stanarima i unatoč državnim subvencijama, dugoročno omogućuju niz koristi lokalnoj/regionalnoj zajednici i nacionalnoj ekonomiji. Ovaj rad nastoji sažeto prikazati ulogu, usluge koje nude i razvoj poslovnih inkubatora u Europskoj uniji i Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: poslovni inkubator, start up, tehnologije, poslovne usluge

SUMMARY - Business incubators represent a modern tool for development of the entrepreneurship in Europe and the United States, emerged as a response to the recessionary period and the collapse of industrial systems. Business incubators are generally established by cities and municipalities. There is also a centralized network of incubators in some European countries. They evolved from craft to innovation incubators, technology and bio-technology incubators along with their companies, small and medium-sized enterprises-tenants during their development cycle. Business incubators provide a range of additional services to its tenants. Despite of government subsidies, long-term benefits are provided to the local / regional community and national economy as well. This article intends to summarize the role, services offered and the development of business incubators in the European Union and the Republic of Croatia.

Keywords: business incubator, start up, technology, business services

1. UVOD

Krizno razdoblje 90-ih godina 20. stoljeća, dovelo je do preraspodjele strateških resursa za razvoj lokalne/regionalne ekonomije u Europi i SAD-u. Tadašnja recesija na neki je način primorala lokalne/regionalne čelnike razviti nove inovativne pristupe poduzetničkih aktivnosti, jer nisu sve sredine imale razvijenu industriju, potencijale za razvoj turizma ili pak pristup znanstveno-istraživačkim institucijama. Istovremeno kreatori gospodarskih politika razvili su nove metode za opstanak poduzeća odnosno poticanje novih poduzetničkih pothvata. Primjerice u Sjevernoj Americi ima više od 1.000 inkubatora, dok ih je 1980. godine bilo tek 12. Zapošljavaju više od 600 tvrtki i preko 4.000 radnika¹.

Razvoj poslovnih inkubatora, jedna je od vrlo korištenih mogućnosti tadašnjeg vremena u razvijenim zemljama, a nekih desetak godina kasnije u razvijenijim dijelovima Republike Hrvatske. Prvi poslovni inkubatori u Republici Hrvatskoj potihom su se počeli razvijati desetak godina kasnije, stihijski, gotovo trendovski, bez ozbiljnije stručne analize za stvarnom potrebom i to u razvijenim sredinama u kojima su uglavnom sveučilišta prepoznala takvu priliku za budući razvoj.

Međutim, iz navedenog se može iščitati osnovni preduvjet razvoja poslovnih inkubatora, a koji se odnosi na prepoznavanje lokalne zajednice i svih njenih dionika razvoja za uspostavljanje i podršku radu poslovnom inkubatoru, a naročito menadžmentu koji će ga voditi. S druge strane, važno je i prepoznavanje potreba malih i srednjih poduzetnika ne samo za najam prostora po povoljnim uvjetima u poslovnom inkubatoru, već njihovo prepoznavanje poslovnih mogućnosti putem savjetovanja i vođenja stanara inkubatora do

¹ New York State Foundation for Science, Technology and Innovation, pristup web stranici <http://www.nystar.state.ny.us> 28.11.2011.

njihove faze kada mogu napustiti prostor inkubatora. Naravno, bez mogućnosti ulaganja u fizičku infrastrukturu, nema smisla ni započinjati taj posao, a u konačnici valja voditi računa i o samoodrživosti poslovnog inkubatora. Sredine, koje su na vrijeme prepoznale sve navedene elemente za razvoj poslovnih inkubatora, danas imaju uzorne poslovne inkubatore.

2. KARAKTERISTIKE MALIH I SREDNJIH PODUZETNIKA

Sektor malog i srednjeg poduzetništva je najdinamičniji sektor svih razvijenih gospodarstava, te generator razvoja i ekonomskog rasta mnogih zemalja u EU, ali i svijetu. Mala poduzeća u europskom gospodarstvu čine 98,8 % od ukupnog broja poduzeća, (92,3 % mikro veličine)², a u SAD- je također slično. U Hrvatskoj zapošljavaju oko 33 % svih zaposlenih; čine oko 95 % poslovnih subjekata, a stvaraju oko 30% ukupnih prihoda³. U Hrvatskoj, subjekti malog gospodarstva definirani su kao mikro, mali i srednji poduzetnici.⁴ Pri tome, mikro poduzetnici su oni koji zapošljavaju manje od deset zaposlenika, imaju vrijednost dugotrajne imovine manju od 7 mil kn, te ukupan godišnji promet manji od 14 mil kn. Mali su poduzetnici oni koji zapošljavaju do 50 djelatnika, s ukupnom vrijednosti dugotrajne imovine do 27 mil. kn i ukupnim godišnjim prometom do 54 mil. kn. Srednji poduzetnici mogu zapošljavati do 250 djelatnika, imati vrijednost dugotrajne imovine do 108 mil kn, te ukupni godišnji promet do 216 mil kn. Mjerila⁵ Europske komisije su drugačija, pa su tako u europskom smislu, mikro poduzetnici oni koji imaju do deset zaposlenih. Financijska mjerila su promijenjena u odnosu na male poduzetnike (zbroj bilance do 5 mil eura, te godišnji promet do 7 mil eura) kao i za srednje poduzetnike (zbroj bilance do 27 mil eura, te godišnji promet do 40 mil eura).

Subjekti malog gospodarstva imaju veću stopu zapošljavanja od velikih poduzeća, imaju višu stopu povrata od investicija, fleksibilnija su i inovativnija, siguran i pouzdan partner u poslovanju, a dostupnija su i zapošljavanju žena, mladih i ostalih tzv. ranjivih skupina društva. Osnovni su nedostaci malih i srednjih poduzetnika visok stupanj neuspjeha, odnosno brzog propadanja takvih poduzeća što se direktno može povezati s nedostatkom adekvatnih i stručnih znanja i vještina menadžmenta poduzeća, nedostatkom iskustva i realne procjene situacije, ne korištenje marketinških alata, precjenjivanje financijskog

apsorpcijskog kapaciteta poduzeća, nedostatak određivanja strateških ciljeva i prioriteta za razvoj poduzeća. Osobito je važno prepoznati trenutak prerastanja pozicije iz malog u veće poduzeće. Da bi mala i srednja poduzeća doista i postala generator razvoja, vrlo je važna dobra i poticajna poduzetnička klima u njihovom okruženju.

Prema GEM⁶ (Global Entrepreneurship Monitor) istraživanju, Slavonija zaostaje u razvoju u odnosu na druge regije u Hrvatskoj. Poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj mjerena TEA indeksom u 2005. godini iznosila 6,11% , a u 2002. godini iznosila je 3,62%. Usporedimo li te dvije godine može se zaključiti kako je Hrvatska učinila iskorak ka poboljšanju poduzetničke aktivnosti, ali s druge strane uzmu li se u obzir TEA prilika i TEA nužnost rezultati nisu ohrabrujući. Naime, TEA Nužnost 3,09 je nadvladao TEA Prilika 2,92 i time je Hrvatska jedina zemlja s indeksom motiviranosti ispod 1 (0,9, a prosjek GEM zemalja je 5,9). Pozitivno je što su se mnogi nezaposleni odlučili za poduzetničku aktivnost, ali loše je što taj rast nije popraćen porastom TEA Prilika. Jedan od razloga zašto se mala poduzeća sporo pojavljuju i sporo razvijaju, leži u nedovoljnom broju velikih i jakih gospodarskih sustava s kojima bi se mogli povezati.

Većina malih poduzetnika s najvećim rizicima i izazovima poslovanja suočavaju se u prvim godinama poslovanja, najčešće u prve tri godine poslovanja. Navedena GEM studija također navodi nisku tranzicijsku stopu prelaska iz start up faze u fazu «odraslih» poduzetnika koja predstavlja odnos broja «odraslih» poduzetnika aktivnih duže od 42 mjeseca u odnosu na broj početnika do 42 mjeseca. Ta je tranzicijska stopa 0,49 za Hrvatsku dok je prosjek za GEM zemlje 0,81. Da bi se povećala tranzicijska stopa, osim napora koje ulaže poduzetnik u svoj pothvat, jako je važna motivirajuća i poticajna poduzetnička klima i potporne poduzetničke institucije, kao što su npr. poslovni inkubatori.

3. DEFINIRANJE POSLOVNOG INKUBATORA

Najkraće rečeno, poslovni inkubator je institucija čija je svrha razvoj start-up poduzeća (Rice i Matthews, 1995), odnosno poslovni inkubator je organiziran sustav usluge s ciljem podrške novoosnovanim poduzetnicima. Unutar inkubatora obično se nudi širok spektar usluga, kao što su menadžment savjetovanje, pristup financijama, tehnička pomoć i pristup zajedničkoj opremi u inkubatoru, povoljni i fleksibilni zakupi, te mogućnost proširenja prostora prema potrebi (Byrns, 2003). Poslovni se inkubator sastoji od većeg broja manjih poslovnih jedinica na jednom mjestu, koje se nude poduzetnicima, najčešće poduzetnicima početnicima uz povoljnije uvjete zakupa prostora od tržišnih. Ostvareni prihod iz

² Observatory of European SMEs-SMEs in Europe, European Commission, str . 70-77

³ FINA Zagreb, 2007.

⁴ Zakon o racunovodstvu NN br. 109/97; Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN br. 29/02; 63/07

⁵ Europska povelja o malim poduzetnicima - <http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise-policy/charter/index.htm>

⁶ Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? Rezultati GEM 2006.za Hrvatsku, CEPOR

zakupa prostora, najveći je i najčešći oblik financiranja poslovnih inkubatora. Međutim, dodanu vrijednost čine poslovne usluge koje uprava i djelatnici inkubatora pružaju tvrtkama-stanarima, a odnose se na usluge poslovnog savjetovanja, marketinške usluge (promocija, sajmovi), pristup Internetu i financijskim instrumentima za razvoj poslovanja i sl. Razvoj inkubatora u svijetu i Europi, vezan je uz recesijska i tranzicijska razdoblja, kao i sam razvoj malog i srednjeg poduzetništva, koji iako ne učestvuju značajnim udjelom u bruto domaćem proizvodu neke zemlje, značajni su pri smanjenju nezaposlenosti, izvozu i brzim promjenama na tržištu. Većina poslovnih inkubatora koristi postojeću napuštenu industrijsku infrastrukturu i brownfield investicije za svoj razvoj.

3.1. Usluge koje pružaju poslovni inkubatori

Poslovni inkubatori, neovisno o pravnom obliku poslovanja ili o osnivačima, uglavnom pružaju slične usluge svojim stanarima, a koje možemo podijeliti u osnovne skupine:

- a) Usluge najma radnog prostora po povoljnijim uvjetima od tržišnih s mogućnošću mijenjanja istih ukoliko postoji stvarna potreba; vrijeme inkubacije uobičajeno traje 3-5 godina s tendencijom smanjivanja subvencije najma prostora. Najveća subvencija najma prostora je u prvoj godini boravka tvrtke-stanara u inkubatoru, a potom se progresivno smanjuje sljedećih godina. Tako stanar u svojoj fazi odraslosti može samouvjerno napustiti prostor inkubatora i osamostaliti se.
- b) Korištenje zajedničkih prostorija i infrastrukture koja obuhvaća sale za sastanke, konferencijske sale, recepciju, čuvare, kantine, prateće osoblje i opremu kao npr. fotokopirni strojevi, Internet pristup, laboratoriji za istraživanje; ova usluga poslovnih inkubatora omogućuje stanarima inkubatora smanjenje troškova, a zajedničko druženje potiče ih na suradnju i umrežavanje.
- c) Korištenje komunalnih usluga (električna energija, plin, telefon) po povoljnijim uvjetima; neosporno je da dijeljenje komunalnih usluga u značajnoj mjeri pojeftinjuje poslovanje tvrtki stanara, naročito uštede prilikom priključaka na plin, vodu, električnu energiju itd. Navedene usluge, međutim, ne mogu znatno utjecati na uspješnost poslovanja tvrtki-stanara ukoliko nisu prisutni i ostali elementi kvalitetnog poslovanja malih poduzetnika.
- d) Poslovne usluge - savjetovanje i podrška poslovanju poduzetnika-stanara, planiranje poslovnih poduhvata, podrška pri pristupu financiranju poslovnih poduhvata, usluge promocije, organizacija sajamskih nastupa,

računovodstvene usluge; Sektor poslovnih usluga i savjetovanja može doprinijeti razvoju tvrtki-stanara u poslovnim inkubatorima, a praksa je pokazala da mali i srednji poduzetnici nisu voljni plaćati takove usluge po tržišnim cijenama i da bi one tada dodatno opterećivale poslovanje poduzetnika. Poslovne usluge koje inkubatori nude mogu povećati kvalitetu poslovanja poduzetnika i smanjenje rizika u poduzetničkom pothvatu. Naravno, poslovne usluge kao integralni servis inkubatora prema tvrtkama-stanarima bit će uspješne, samo ako to one prepoznaju i primjenjuju u svom poslovanju.

- e) Financiranje inicijalnim sredstvima - ovaj dio usluga vezan je isključivo uz europske poslovne inkubatore koji su sposobni kroz različite oblike financiranja rizičnim kapitalom⁷ omogućiti razvoj poduzetničkih pothvata koji se odnose na inovativne start up tvrtke.

Poslovni inkubatori mogu doista postati rasadnici dobrih poduzetničkih ideja i pothvata, Pri tome su važni kriteriji odabira poduzetnika i naravno sektor iz kojeg dolaze. Inkubatori također predstavljaju učinkovit alat promoviranja poduzetničkih aktivnosti.

4. POSLOVNI INKUBATORI U EUROPSKOJ UNIJI

Europska unija potiče razvoj i umrežavanje poslovnih inkubatora, a koji su se počeli razvijati unazad 30-ak godina i to u tada najrazvijenijim zemljama EU. Njihov osnovni cilj je bio stvaranje novih radnih mjesta i proizvoda veće dodane vrijednosti. Uglavnom su se formirali u regijama sa strukturnim problemima gospodarstva kako bi dovele do promjena u gospodarstvu. Tu novinu slijedila je i promjena politika prema malom i srednjem poduzetništvu.

Većina poslovnih inkubatora je uslužnog karaktera, ovisno o industrijskom i poduzetničkom okruženju. Razvijene zemlje uglavnom inkubiraju tvrtke s proizvodima visoke dodane vrijednosti kao što su npr. IT sektor, biotehnologije, medicinska istraživanja, robotika, zelene tehnologije itd. U Italiji su se inkubatori razvili centralizirano putem nacionalne institucije Promozione e Sviluppo Imprenditoriale (SPI) koja je razvila nekoliko generacija uspješnih inkubatora. Stanari talijanskih inkubatora naveli su i sigurnost tvrtki unutar prostora poslovnih inkubatora, fizički i okolišno odvojenost i mogućnost nesmetanog i sigurnog odvijanja poslovnih procesa. Do 2001. godine, samo inkubatori osnovani od SPI su imali više od 1.000

⁷ joint venture, private equity, poslovni anđeli, regionalni/lokalni investicijski fondovi

poduzeća i 10.000 zaposlenih. No, primjena suvremenih i inovativnih rješenja dovela je do toga da se u Italiji od 2007. godine značajno povećava uslužni sektor biotehnologije i medicinske znanosti u poslovnim inkubatorima. To su vrlo mlade tvrtke, organizirane kao znanstvene i istraživačke tvrtke (spin off tvrtke⁸), koje imaju u znatnoj mjeri potrebe za organiziranim prostorom za rad. U Njemačkoj i Velikoj Britaniji poslovni inkubatori imaju funkciju inovacijskih centara za prateću industriju, kao i već navedene uslužne sektore.

U Njemačkoj su poznati još i npr. obrtnički inkubatori, koji pružaju različite usluge i jedni druge međusobno nadopunjuju. Tu su još i komunikacijske tehnologije, energetika, kreativna industrija, a često dolazi i do klasterizacije tvrtki u inkubatorima. Velika Britanija pristupila je razvoju poslovnih inkubatora kao strateškom procesu, a ne isključivo kao organizatorima prostora i infrastrukture, stvarajući mrežu inkubatora kojih je 2004. godine bilo preko 200 i koji su stvorili više od 60.000 radnih mjesta⁹. Polovica privatnog sektora britanskog gospodarstva pripada malim tvrtkama do 50 zaposlenih, koje su se mogle vezati uz veće tvrtke. Sektori zastupljeni u britanskim inkubatorima su također kao ranije navedeni. Britanski inkubatori su uspjeli u punoj mjeri doprinijeti stvaranju novih radnih mjesta i diversifikaciji ekonomskih aktivnosti, naročito u razvoju tehnoloških rješenja i proizvoda s većom dodanom vrijednosti, te su omogućili veću stopu preživljavanja start up poduzeća i njihovu tranziciju u «odrasle» poduzetnike. Britanski su inkubatori čak imali utjecaj i na tržište nekretnina. Za razliku od Britanaca, Nijemci su vrlo kritični prema svojim poslovnim inkubatorima, smatrajući da su rezultati slabiji od očekivanih naročito u smjeru stvaranja novih radnih mjesta i uključivanju njemačkih sveučilišta u razvoj inkubatora. Pomak je napravljen u tehnološkom razvoju i umrežavanju poslovnih subjekata na vertikalnom i horizontalnom nivou. Slična je situacija i u Italiji, u kojoj je najveća vrijednost inkubatora poboljšanje poduzetničke klime, poduzetničke svijesti i povezivanje dionika lokalnog/regionalnog razvoja s poduzetnicima. Pored poslovnih inkubatora, u navedenim zemljama ali i ostatku Europe posluju još i inovacijski centri, tehnološki centri i parkovi, poduzetničke zone i svi imaju isti cilj povećanje radnih mjesta i stvaranje konkurentnih proizvoda. Tanka je granica između navedenih institucija. Politika razvoja poduzetništva u EU itekako ide u korist malim i srednjim poduzetnicima, iz svih ranije navedenih razloga, a u svrhu stvaranja «najkonkurentnijeg i najdinamičnijem tržišta na svijetu» kako je i navedeno u ciljevima Lisabonske agende EU.

⁸ tvrtke nastale odvajanjem od matične tvrtke

⁹ podatak preuzet iz «Optimalna politika inkubiranja preduzeća u sarajevskom makro regionu», ACIPS; svibanj 2005.

5. RAZVOJ POSLOVNIH INKUBATORA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Prema podacima Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva prezentiranih na jubilarnom 15. nacionalnom savjetovanju o gospodarstvu i poduzetništvu u svibnju 2011. godine, prvi inkubatori u RH nastali su inicijativom Ministarstva u Rijeci, Sisku i Zagrebu još 1991. godine. Poslovali su u sklopu velikih gospodarskih subjekata poput Brodogradilišta Rijeka, Željezare Sisak i koncerna Končar u Zagrebu. Na području Slavonije još 1995. godine registriran je Poduzetnički inkubator BIOS d.o.o. koji je tek početkom 2000. godine počeo intenzivan rad, izborom uprave inkubatora. Aktivno poticanje inkubatora kao potpornih institucija razvoju poduzetništva provodi Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva godišnjim natječajem za potpore radu i aktivnostima poslovnih inkubatora.

Istraživanje¹⁰ koje je u prosincu 2009. godine proveo Poduzetnički inkubator BIOS d.o.o. Osijek pokazalo je da je do 1996. godine bio registriran tek jedan poslovni inkubator, da se u razdoblju 1996. - 2001. godine osnovalo šest inkubatora, te od 2002. godine zaključno s prosincem 2009. godine još devet inkubatora. Pri tome je d.o.o. najčešći oblik osnivanja. Jedinice lokalne samouprave su najvećim dijelom u potpunosti ili do $\frac{3}{4}$ suvlasnici inkubatora. Ostali su suvlasnici županije, sveučilišta, privatna poduzeća, udruge ili banke. Prosječna površina poslovnih inkubatora iznosi 1.276 m², odnosno jedna tvrtka-stanar prosječno zauzima 90 m² poslovnog prostora inkubatora. Promatrani inkubatori prosječno su zapošljavali 14 tvrtki-stanara s prosječno 4 zaposlena djelatnika u njima. Popunjenost svih inkubatora je visoka, oko 90%, zapošljavaju prosječno 6 djelatnika koji pružaju konzultativne i stručne usluge stanarima inkubatora.

Promatrajući strukturu stanara, može se reći da se u 2/3 inkubatora nalaze i proizvodne tvrtke, a 90% njih je orijentirano na IT sektor. Prevladavaju uslužne djelatnosti, 67%. Stroga selekcija stanara za ulazak u inkubatore, upravo je omogućila razvoj tvrtki-stanara u ciljanim sektorima, ali i samih inkubatora. Inovativnost tvrtki i dobar poslovni plan, najvažniji je motiv primanja stanara inkubatora. Najčešći su stanari mladi poduzetnici, poduzetnici početnici i naravno, oni s inovativnim idejama poslovanja tvrtki.

Što se tiče stupnja izlazaka iz inkubatora, najčešći je razlog izlazaka povećanje opsega posla, zatim istek ugovora ili kupovina vlastitog prostora. Tek je manji broj inkubatora koji je «otпустиo» svoje stanare radi nepodmirenih režijskih troškova u

¹⁰ «Poduzetnički inkubatori i tehnološki parkovi u RH 2009» Bios d.o.o. i Audeo agencija za istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mijenja, http://inkubator.hr/hr_HR/pocetna/, pristup 28.11.2011.

inkubatoru. Stanari u inkubatoru prosječno borave 3,5 godine, dok ne očvrstnu, ne narastu i prerastu kako prostor, tako i vlastite poslovne aktivnosti. Uobičajene usluge koje inkubatori u RH pružaju svojim stanarima-tvrtkama su najam prostora po povoljnim uvjetima od tržišnog, marketinške, administrativne i mentorske usluge, pristup Internetu i edukacije za poduzetnike, ali i povezivanje s financijskim institucijama.

S druge strane, tvrtke-stanari inkubatora kao najčešće razloge boravka u inkubatorima navode povoljan najam prostora (41,2%), dobra infrastruktura inkubatora (37,3 %), poslovna klima i okruženje (31,3 %), savjetodavna pomoć djelatnika (17,6 %) i logistička podrška (11,8 %).

Stupanj samoodrživosti inkubatora za 2009.godinu iznosio je gotovo 50%, znači da je i dalje u značajnoj mjeri potrebno sufinanciranje inkubatora od osnivača i države.

Virovitičko-podravska županija provodi poticajne mjere za razvoj poduzetništva u suradnji s resornim ministarstvom već godinama. Poticajne mjere uglavnom su se odnosile na subvencioniranje kamata poduzetničkih linija kredita, besplatnim savjetodavnim uslugama i poslovnim planovima po povoljnijim cijenama od tržišnih od strane županijskih potpornih institucija poduzetništvu. Što zbog nedostatka nekretnina u vlasništvu županije, a većim dijelom i radi nedostatka inicijativa lokalnih/regionalnih aktera, ideja o poduzetničkom inkubatoru javila se tek 2010. godine, pojavom natječaja u okviru IPA III C komponente za razvoj poduzetničke infrastrukture. Projekt je prijavljen na navedeni natječaj a njime je predviđena izgradnja prvog poslovnog inkubatora u Virovitičko-podravskoj županiji. Sama zgrada ukupne površine inkubiranog prostora bi bila 1.515 m², a predviđeno je inkubiranje ukupno 15 tvrtki, uglavnom za razvoj tehnoloških rješenja i IT sektora, a inkubator će nuditi i zajedničke poslovne prostore, konferencijsku dvoranu, recepciju, kao i svu potrebnu infrastrukturu. Osnovana je i tvrtka Poduzetnički inkubator Virovitičko-podravske županije d.o.o.

6. ZAKLJUČAK

Ne postoji jedinstvena formula za uspjeh poslovnih inkubatora. Međutim, ipak postoji nekoliko ključnih elemenata važnih za uspjeh inkubatora i ne samo njih, već općenito u svakom poslovanju. Veoma je važan izbor uprave inkubatora te dinamičnog i kompetentnog direktora inkubatora, koji i sam mora imati poduzetničke vještine i znanja. On mora prepoznati potencijalne probleme u poslovanju tvrtki-stanara, pa čak i prije no što ih prepoznaju same tvrtke. Njihov izbor potencijalnih stanara, pomoć pri razvoju tvrtki-stanara kao i stalno pridržavanje donesenih kriterija i pravila poslovanja inkubatora, sigurno će izazvati uspjeh inkubatora. Mogućnost davanja besplatnih ili vrlo

povlaštenih poslovnih usluga kroz poslovno savjetovanje je od presudnog značaja za uspjeh inkubatora. To mogu biti usluge od izrade poslovnog plana, nadziranja njegova izvršenja do pomoći pri financijskim uslugama, pa i omogućavanje istih kroz suvremene instrumente financiranja. Potrebno je osigurati fleksibilnost boravka u inkubatoru, mogućnost zamjene prostora, ovisno o brzini razvoja samih tvrtki-stanara. Lokacija inkubatora je također važna i preporučuje se da inkubator bude u poduzetničkom okruženju, a poželjno je da bude povezan i sa sveučilišnim odnosno znanstvenim sektorom. Naglasak je na ljudskom fakturu kao generatoru uspjeha.

U navedenim primjerima iz europskih zemalja, očito je da poslovni inkubatori mogu imati značajan uspjeh na razvoj nacionalne i lokalne/regionalne ekonomije. Oni povećavaju broj uspješnih poduzetničkih pothvata, utječu na povećanu tranzicijsku stopu poduzetnika iz faze start up u fazu zrelosti i utječu na otvaranje novih radnih mjesta. Tvrtke i kada napuste inkubator, ostaju raditi u lokalnoj zajednici. Teško je međutim utvrditi bi li tvrtke-stanari inkubatora bile tako uspješne i da nisu rasle i razvijale se u inkubiranom prostoru. Posebna je uloga inkubatora u razvoju proizvoda s većom dodanom vrijednosti, razvoja novih tehnoloških rješenja, IT sektora, bio znanosti i naravno pojedinih tržišnih niša. Povezivanje poduzetnika, njihova suradnja, dijeljenje usluga i opreme odnosno njihovo umrežavanje u najčešće klastere, također je utjecaj rada većine inkubatora. Od osobitog je značaja povezivanje poslovnih inkubatora s akademskom i istraživačkom zajednicom. Na modelu razvoja inkubatora primjenjiv je model Tripl Helix-a, odnosno povezivanje javnog, privatnog i znanstvenog sektora u svrhu razvoja lokalne/regionalne zajednice. Iako država u većini slučajeva treba dodatno poticati poslovne inkubatore, mjerljivi su konkretni rezultati rada inkubatora, ali ne odmah već u razdoblju od desetak godina. Koristi koje su proizveli uspješni inkubatori, sigurno su veće od troškova, naročito u visoko razvijenim zemljama.

LITERATURA

1. Europska povelja o malim poduzećima - <http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise-policy/charter/index.htm>
2. Markley M. Deborah and McNamara Kevin: A Business Incubator: Operating Environment and Measurement of Economics and Fiscal Impacts, Purdue University, November 1994.
3. Mateša Zlatko: Analiza najbolje prakse inovativnih poslovnih inkubatora u Hrvatskoj, Studija slučaja Tehnološkog parka Varaždin
4. New York State Foundation for Science, Technology and Innovation,
5. Observatory of European SMEs-SMEs in Europe, European Commission, str . 70-77

6. Optimalna politika inkubiranja preduzeća u sarajevskom makro regionu, ACIPS Asocijacija Alumni centra za interdisciplinarnu postiplomske studije, svibanj 2005.
7. Poduzetnički inkubatori i tehnološki parkovi u RH 2009, Bios d.o.o. i Audeo agencija za istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mijenja, http://inkubator.hr/hr_HR/pocetna/, pristup 28.11.2011
8. Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? Rezultati GEM 2006.za Hrvatsku, CEPOR, 2006.
9. UK Business Incubation The essential ingredient in Business Support, www.ukbi.co.uk, pristup 29.11.2011.
10. Zakon o racunovodstvu NN br. 109/97
11. Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN br. 29/02 i 63/07 <http://www.nystar.state.ny.us>, pristup 28.11.2011.