

Poduzetništvo mladih: Vrijednosti, stavovi, politike

Izvršni sažetak

Uvod

Razina nezaposlenosti mladih i dalje je vrlo visoka u većem broju država članica EU-a i postoji povećana svijest o gospodarskim i društvenim posljedicama povezanim s dugoročnim nesudjelovanjem na tržištu rada. S obzirom na velik potencijal poduzetnika za stvaranje radnih mjesta i omogućavanje održiva rasta promicanje poduzetništva mladih i stvaranje Europe koja će u većoj mjeri biti naklonjena poduzetnicima u posljednje su vrijeme postali prioritet na političkom planu. Samozapošljavanje i poduzetništvo ne predstavljaju lijek za rješavanje krize nezaposlenosti mladih s obzirom na to da tek mali broj mladih osoba posjeduje potrebne vještine, ideje i osobine. Međutim stvaranje Europe koja će u većoj mjeri biti naklonjena poduzetništvu i pružanje pomoći mladim osobama u tome da pretvore svoje kreativne ideje u uspješne poslovne planove uklanjanjem prepreka poduzetništvu ima mnogo potencijalnih prednosti, uključujući izravno i neizravno stvaranje radnih mjesta i razvoj ljudskog kapitala te novih vještina.

U ovom se izvješću pruža pregled poduzetništva mladih u kontekstu europskog političkog plana i pojedinih država članica. U njemu se razmatraju čimbenici koji utječu na odluku o samozapošljavanju te ispituju pojedinačni i društveni stavovi mladih ljudi prema poduzetništvu usporedbom Europe s ostalim usporedivim dijelovima svijeta. Kako bi se utvrdile specifične osobine koje odlikuju „poduzetničku osobnost”, u izvješću se istražuju radne vrijednosti i osobine mladih europskih poduzetnika u usporedbi s mladim zaposlenicima. Naposljetku, u izvješću se analiziraju odabrane političke mjere usmjerene na poticanje poduzetništva mladih u Finskoj, Mađarskoj, Irskoj, Nizozemskoj i Španjolskoj organizirane oko triju glavnih potpornih stupova: poticanja poduzetničkog načina razmišljanja i kulture među mladim osobama, pružanja informacija, savjeta, obuke i mentorstva potencijalnim mladim poduzetnicima te uklanjanja percipiranih praktičnih i logističkih prepreka.

Politički kontekst

U današnjoj situaciji u Europi mladim je osobama vrlo teško pronaći svoje mjesto u svijetu rada. Stoga je poticanje veće razine sudjelovanja mladih osoba na tržištu rada postalo politički prioritet. Primjeri odgovarajućih aktivnosti uključuju „Inicijativu prilika za mlade” i „Paket mjera za zapošljavanje mladih” iz 2011. godine koje su dovele do uvođenja Jamstva za mlade u svim državama članicama, koje je u travnju 2013. godine donijelo Europsko vijeće. Komisija je potom 2013. godine pokrenula Inicijativu za zapošljavanje mladih i objavila komunikaciju „Suradnja za mlade u Europi – poziv na djelovanje zbog nezaposlenosti mladih” kako bi ubrzala provedbu Jamstva za mlade i ulaganje u mlade osobe.

U tom okviru poduzetništvo mladih postalo je vrlo visok prioritet u raspravi na području EU-a zbog svojeg potencijala za stvaranje radnih mjesta i razvoj ljudskog kapitala. Primjerice, 2013. godine Europska komisija objavila je Komunikaciju o akcijskom planu za poduzetništvo za 2020. godinu. U tom su dokumentu predložene ključne radnje za oslobađanje europskog poduzetničkog potencijala i uklanjanje postojećih prepreka poduzetništvu.

Osnovni pokazatelji

Unatoč velikom političkom zanimanju za poduzetništvo mladih tijekom 2013. godine tek je malen broj zaposlenih mladih osoba odabralo samozapošljavanje (6,5% mladih osoba u dobi od 15 do 29 godina, odnosno 2,7 milijuna ljudi). Postoje znatne razlike između država članica EU-a, a udio samozapošljavanja kreće se od 15% ili više u Italiji i Grčkoj do 3% ili manje u Njemačkoj i Danskoj. Raznolikost može biti odraz postojećih nacionalnih razlika u smislu prepreka/prilika za pokretanje novih poduzeća, kao i različitih uvjeta na tržištu rada. U

aktivnosti samozapošljavanja mladih muškarci su prevladavajuća skupina: tek 33 % mladih samozaposlenih osoba u EU28 tijekom 2013. godine činile su žene. Dodatni je problem prevelika zastupljenost mladih samozaposlenih osoba u sektorima s niskim preprekama za ulazak, kao što je građevinski sektor u kojem postoji velik problem „pseudo” ili lažnog zapošljavanja.

Odluka o samozapošljavanju složena je i na nju utječu različiti čimbenici na mikro i makro razini. Nadalje, društveni i pojedinačni stavovi oblikuju percepciju i izvedivost poduzetništva kao poslovne mogućnosti. Unatoč općenito niskom udjelu mladih samozaposlenih osoba mladi u Europi iskazuju veliko zanimanje za to da se ostvare kao poduzetnici: ukupno 48 % osoba u ovoj skupini smatra takvu vrstu zaposlenja poželjnom, a 41 % misli da je izvediva. Dok su ti udjeli znatno viši od udjela mladih samozaposlenih osoba, znatno su niži od udjela zabilježenih u ostalim dijelovima svijeta kao što su Brazil, Kina, Indija i Sjedinjene Američke Države.

Usporedbom radnih i ljudskih vrijednosti samozaposlenih mladih osoba s vrijednostima mladih zaposlenika ovo izvješće pokazuje da u okviru poduzetničke osobnosti postoje specifične sklonosti u pogledu vrijednosti koje utječu na društveno ponašanje. Javljaju se znatne razlike između tih dviju skupina. Konkretnije, među mladim osobama samozapošljavanje je u pozitivnoj vezi sa samoupravljanjem i poticanjem, a negativno je povezano s tradicijom, konformizmom i sigurnošću. Ti rezultati pokazuju da je za mlade samozaposlene osobe važno da budu slobodne i kreativne, da probaju različite stvari u životu i da poduzimaju rizike. Takva je skupina u manjoj mjeri sklona slijediti tradiciju i kao prioritet postaviti sigurno i stabilno okruženje. Otvorenost promjenama specifično je obilježje ponašanja mladih samozaposlenih osoba, dok je konformizam jasno povezan sa zaposlenicima.

U izvješću je ispitano 15 odabranih političkih mjera i inicijativa kojima se potiče poduzetništvo mladih u pet odabranih država članica EU-a. Osam političkih mjera utvrđeno je u odnosu na 1. politički stup: *poticanje poduzetničkog načina razmišljanja, stavova i kulture među mladim osobama*. U okviru određenih političkih mjera prepoznaje se važna uloga koju u tim postupcima imaju nastavnici („obuka za voditelje obuke”), a ciljevi i alati inicijativa, često pruženih u okviru obrazovnog sustava, prilagođavaju se skladu s razinama i dobi učenika.

Sedam političkih mjera utvrđeno je u odnosu na 2. politički stup: *pružanje informacija, savjeta, obuke i mentorstva*. U okviru njih pomaže se mladim poduzetnicima da popune praznine u svojem

znanju/iskustvu povezanom s radom putem različitih alata potpore.

Naposlijetku, utvrđeno je sedam političkih mjera u pogledu 3. političkog stupa: *uklanjanje percipiranih praktičnih prepreka i olakšavanje pristupa kreditu*. U okviru njih riječ je o nedostatku temeljnog kapitala i teškoćama u dobivanju vanjskih financijskih sredstava koji osobito utječu na mlade poduzetnike, kao i o pronalaženju lokacije i fizičke infrastrukture za razvoj njihovih poduzeća.

Političke smjernice

- Politike i inicijative za promicanje poduzetništva mladih trebaju biti usmjerene na osobe s odgovarajućim vještinama, vrijednostima i idejama kao bi se rezultati javnog ulaganja doveli na najveću moguću razinu.
- Dok je promicanje poduzetništva mladih prije svega odgovornost javnih tijela, privatne organizacije i/ili organizacije civilnog društva mogu imati vrlo važnu ulogu, osobito u područjima u kojima su javne inicijative slabije.
- Države članice mogu učiti iz međusobnih iskustava, osobito u zemljama u kojima se razvoj kulture poduzetništva među mladim osobama nalazi tek u začetku.
- Potporu poduzetništvu mladih treba shvatiti kao dugoročnu strategiju: uspostavljene politike češće će dovesti do opipljivih (novih poduzeća) i neopipljivih rezultata (promjena u općem stavu mladih prema samozapošljavanju) u srednjoročnom i dugoročnom smislu.
- Programi potpore za mlade poduzetnike osobito su učinkoviti ako se u okviru njih pruža uravnotežen sveobuhvatan raspon potpore s obzirom na to da su teškoće na koje se nailazi često međusobno povezane i potreban je kombiniran pristup. Takva se potpora mora širiti tijekom relativno dugog razdoblja kako bi bila u potpunosti učinkovita imajući u vidu da je prva godina svakog poduzeća najčešće najvažnija.
- Kvaliteta nastavnika i mentora/savjetnika ključna je za uspjeh inicijativa. Mladi poduzetnici osobito cijene iskustvo i znanje iskusnijih poduzetnika.

Dodatne informacije

Izvješće *Youth entrepreneurship: Values, attitudes, policies* („Poduzetništvo mladih: vrijednosti, stavovi, politike”) možete naći na web stranici <http://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2015/labour-market/youth-entrepreneurship-in-europe-values-attitudes-policies>

Za više informacija obratite se Massmilianu Mascheriniju, voditelju istraživanja, na mam@eurofound.europa.eu