**Velimir Srića: Prvo budite čovjek, a tek zatim poduzetnik**

U sklopu projekta 'Pametnom idejom do uspjeha' Pametna kuna vam donosi niz razgovora sa stručnjacima iz svijeta poduzetništva i poslovanja

**Uloga poduzetništva u jednom društvu i jednoj državi – zašto je poduzetništvo bitno?**

U Hrvatskoj je pojam poduzetnik više na crnoj nego na bijeloj listi. To, nažalost nije neobično zato što se kod nas poduzetništvo veže uz gospodarski kriminal, korupciju, spregu s politikom i tajkunizaciju. Većina ljudi čim čuje riječ 'poduzetnik' ima negativnu asocijaciju. To je jedna od većih tragedija našeg društva. Naime, poduzetnici su pokretači svake zajednice i sredstvo razvoja bilo koje sredine jer oni koji su spremni nešto 'poduzeti', kao što i sama riječ kaže – oni će mijenjati svijet, oblikovati ga i stvarati inovacije. Istraživanja pokazuju kako je jedan od sedam, odnosno prema nekim drugim istraživanjima, jedan od dvadeset ljudi prirodni poduzetnik. Dakle to su rijetke osobe koje imaju natprosječnu hrabrost i snažnu želju za razvitkom i napredovanjem.

Dok prosječan čovjek ima izraženu potrebu za sigurnošću, u smislu da radi za nekog bez rizika, poduzetnik je taj koji želi biti 'sam svoj majstor' i upravljati svojim vremenom i životom, a s druge strane želi okupiti resurse za realizaciju nekakve ideje. Najuspješnija gospodarstva u velikoj mjeri ovise o poduzetničkoj inicijativi, posebno o malim i srednjim poduzetnicima, koji čine oko 90 posto poslodavaca u razvijenijim gospodarstvima. Ali ne samo to, oni su važni i zbog stvaranja srednje klase koja je važna, ne samo u gospodarskom smislu nego i u političkom. Naime, to su ljudi koji su spremni mijenjati stvari, koji ne žele trpjeti gluposti i zbog toga su, u konačnici, borbeniji dio populacije. Ne ustručavaju se reći svoje mišljenje, ne boje se zalagati za svoje interese. Vezano uz Hrvatsku danas, mislim da je to vrlo važan problem. Poduzetnički sloj se istanjio! Na djelu je zapostavljanje srednje klase i proskribiranje poduzetništva u svijesti prosječnog stanovnika i to su dva jako ozbiljna problema s kojima se cijeli sustav treba pozabaviti želimo li brže krenuti naprijed.

Poduzetništvo je sredstvo obogaćivanja i napretka društva, te se na njega naslanja i sustav vrijednosti koji se zove meritokracija, odnosno, uspjeh prema zaslugama. Ljudi, nažalost, s razlogom imaju u nas pogrešnu percepciju poduzetništva. Događale su se u našoj tranziciji i privatizaciji stvari koje su im dale za pravo takvo što pomisliti. Mnogi tranzicijski 'poduzetnici' bili su loš primjer nezasluženog uspjeha uz pomoć politike, monopola, korupcije i čistog lopovluka. No istinski poduzetnici su glavni borci za društvo rada i znanja.

**Kod procesa mijenjanja percepcije poduzetnika u javnosti – treba li država više činiti ili to ovisi o samim građanima, da promijene percepciju i danas, sutra i sami se odluče na taj korak – postajanje poduzetnikom?**

Naravno, građane je nužno upoznati s poduzetništvom, poduzetnicima i tom 'kulturom' uopće. No, mi kao država nismo definirali svoju dugoročnu strategiju razvoja te tako poduzetnik ne može prepoznati gdje mu se isplati raditi jer bi to država mogla poticati. Tako trenutačno imamo situaciju da država daje 90 posto poticaja brodogradnji, poljoprivredi i željeznici. Vlada govori o velikim investicijama: mostovi, nove tvornice i slična čuda. Loše je u svakoj državi koja je glavni poslodavac! Umjesto toga treba stvoriti uvjete u kojima će puno malih investitora krenuti i angažirati svoje vrijeme i energiju pa i privatni kapital i pokrenuti neki biznis. To je važnije od velikih državnih investicija. U sklopu promocije knjige, koju sam nedavno objavio, 'Hrvatska 2020' e-mailom su mi se javljali brojni mladi ljudi koji kažu: 'sve je to lijepo i dobro, ali ja sam završio jako dobru školu, imam puno znanja no već par godina ne mogu dobiti posao u Hrvatskoj, što da radim?'

Moj odgovor tim mladim ljudima svodi se na sugestiju da ne čekaju da 'veliki brat' nešto riješi nego da se upute u poduzetnički pothvat. Ako sustav nije stvorio preduvjete da vas prepozna kao vrijedan resurs, onda to morate izboriti sami. Dolazimo do pitanja: kako da sustav stvori uvjete u kojima se poduzetnici mogu osjetiti poželjno i dobrodošlo, biti poticani i davati rezultate? Važno je svakome tko se želi otisnuti u poduzetničke vode shvatiti da uspjeh preko noći ne dolazi – preko noći. Obično takav naizgled brz uspjeh iza sebe ima deset godina truda i rada. Živimo u kulturi Big Brothera i reality showova zbog kojih vlada uvjerenje da se do uspjeha stvarno može doći preko noći. U normalnim društvima, međutim, ništa ne dolazi besplatno i preko noći te se za uspjeh – potrebno izboriti.

Trebamo stvoriti društvo jednakih šansi. Poduzetnička kultura se upravo dobro razvija u kulturi jednakih šansi gdje svatko prepoznaje da su uvjeti igre fer, da se potiče kvaliteta i rezultat i da je uspjeh neovisan o politici, nepotizmu ili bilo kakvim drugim cirkusima. Kod nas trenutačno ima previše takvih 'cirkusa' a nedovoljno prave poduzetničke inicijative. Zajedno s manjkom poduzetničke klime imamo ogromnu i korumpiranu birokraciju. Oko nas se, u sprezi s politikom i raznim interesnim skupinama, zato gomilaju 'lažni' poduzetnici. U tom pravcu moramo se odlučiti za radikalne rezove.

**Znači, krenimo od sebe? Promijenimo li sebe, tek tada možemo očekivati promjenu na drugim planovima, pa tako i npr. planu poduzetništva?**

Da, uvijek kažem: Ako proklinješ mrak, probaj zapaliti barem jednu svijeću. Živimo u okruženju u kojem, kako smo rekli, svi očekuju da 'veliki brat' rješava naše probleme, a ne da se sami organiziramo. Kao konzultant, trudim se potaknuti ljude da se ohrabre poduzeti umjesto da iščekuju. Zadnji mi je takav klijent Iskratel u Sloveniji. Prava promjena počinje radom na sebi top menadžera koji, naposljetku, postanu, zbog svojih osobnih promjena, katalizatori promjena u cijelom kolektivu. Poznati aforizam kaže: Postani promjena o kojoj sanjaš!.

**O tome govorite u svojoj knjizi 'Život kao igra'?**

U toj knjizi govorim o 36 pitanja koje bi sebi trebao postaviti svaki čovjek da bi postao uspješniji u svemu što radi. Između ostalog na knjigu su iznimno dobro reagirali upravo – poduzetnici. Za primjer važnosti promjene na osobnom planu kao preduvjetu poduzetništva navesti ću ovaj primjer: 1990. tranzicija je 'progutala' čak 600 radnih mjesta u institutu Končar. Jedan od stručnjaka, koji su tada ostali bez posla, doktor znanosti i moj bivši student– završio je u Psihijatrijskoj bolnici u Vrapču, sa živčanim slomom. Kada ga danas upitate za to razdoblje – on će vam reći da je to najbolja stvar koja mu se ikad dogodila. Zašto? Zato jer je morao redefinirati svoj život. Postao je poduzetnik, napustio je sustav koji je za njega rješavao sve probleme i njegov život je postao prostor u kojem sam upravlja svojom sudbinom. Nikada nije nikoga potplaćivao ili surađivao s politikom nego je uspio oslanjajući se na znanje i sposobnost.U što bi, po vama, trebalo ulagati u budućnosti? Koji su to profitabilni poslovi budućnosti?

Ponajprije to je sve ono gdje se dodaje vrijednost. Danas je ključna ideja 'Misli globalno – djeluj globalno' i u skladu s tim: što god radili, pokušajte odmah biti globalni igrači. To ne znači da morate stvoriti multinacionalnu korporaciju nego da uspjeh tražite u okvirima svjetskog tržišta – ne samo lokalnog. Odličan primjer tog razmišljanja je priča o Ray Krocu koji ulazi u restoran braće McDonald, koji su tada imali mrežu od tri restorana i s tim bili zadovoljni, nisu imali veće ambicije. On je, naprotiv, vidio globalni potencijal njihovog poslovnog modela i pokrenuo franšizu s 30 000 restorana. Poput braće McDonald, Hrvatska pati od ograničene ambicije. Zato valja reći, posebno mladima, kako moraju biti ambiciozni i spremni na globalne izazove. Nama dolaze stranci i govore kako su, na primjer, Plitvice sjajne i kako je Jadran divan, kako su naši mladi informatičari genijalci, a mi sami u sebe ne vjerujemo.

Bitno je usmjeriti ljude na kreativan rad i jačati njihovo samopouzdanje. Iz osobnog primjera znam da je to moguće. U jednoj od prvih generacija postdiplomskog studija na kojem predajem predmet 'Kreativna primjena informacijskih tehnologija', jedan je tim jer se to od njega tražilo, osmislio koncept sms parkinga, sjajan primjer hrvatske kreativnosti, jedinstven u svijetu. To je dokaz da možeš kad povjeruješ da možeš. Druga važna stvar je prenijeti takve koncepte na tržište.

Vratimo se na vaše pitanje, u kojem pravcu trebaju gledati poduzetnici danas? Ponajprije ulaganje u područja gdje ugrađujemo vlastito znanje u proizvode ili usluge usprkos velikom problemu – Hrvatska sama nije definirala u kojem smjeru želi razvijati svoje gospodarstvo.

**Govorite o vrsti nužnosti da se razvitak i različite grane gospodarstva povežu?**

Moja knjiga, 'Hrvatska 2020', govori upravo o tome, potrebi da se razne grane gospodarstva strateški povežu, drugim riječima – ako gradiš brodove, gradi ih da potiču turizam. Ako razvijaš zdravstvo, onda razvij turističko zdravstvo i ponudi gostima cjelokupni tretman, od rekonstrukcije zuba do transplantacije organa kako bi ih privukao na dolazak u Hrvatsku. Ako govorimo o poljoprivredi, neka to bude organska i ekološki uzgojena hrana koja će se prodavati kroz turizam i poslije izvoziti, a ne da cijela plodna slavonska ravnica zjapi pod korovom. Sami pritom iskoristimo naše mlade stručnjake koji diljem svijeta dobivaju nagrade i onda odu raditi u strane kompanije. Proizvodnja znanja je jedna od velikih mogućnosti zemalja u sunčanom pojasu Europe poput nas. Zamislite naših 1285 otoka koji su pretvoreni u tvornice znanja, na primjer centri razvoja softwarea izvan turističke sezone! Čitava, naša obala mogla bi biti ne samo pojas sunca već i pojas pameti, koji je aktivan cijele godine, puno duže od turističke sezone koja traje 2 mjeseca godišnje. Sadašnje poduzetničko svaštarenje mogla bi zamijeniti kombinacija ulaganja u razvoj znanja u primjeni visokih tehnologija te inicijative vezane uz proizvodnju zdrave hrane, čistu vodu, prekrasnu prirodu i drukčiji turizam.

Još jedna važna poslovna mogućnost Hrvatske jest ulaganje u – vodu. Voda postaje strateški resurs 21. stoljeća, kao što je nafta bila u 20. stoljeću. Po kvaliteti naša je voda treća na svijetu. Naš je kraj prirodna tvornica zdrave vode. Također, tu se javlja i pitanje populacije koja stari. Cijela Europa stari, a mi imamo resurse koji mogu toj Europi, koja je platežno sposobna, omogućiti dodanu vrijednost tamo gdje joj treba. Prije nekih 25 godina, u svojoj knjizi 'Od krize do vizije' opisao sam kao našu stratešku prednost bioinformatički turizam, te se još držim tog termina uz koji sam, priznajem, emotivno vezan.

No, šalu na stranu, bioinformatički turizam je upravo spoj toga o čemu sam govorio. Povežimo sve naše strateške prednosti u jedinstveni turistički proizvod, od medicinske usluge i zdrave hrane do telemedicinskog softvera ili broda-parkirališta. Kao konzultant brodogradilišta 'Uljanik', svojedobno sam vodio projekt razvoja njihovog menadžmenta. Usput smo pokrenuli raspravu o tome da umjesto brodova za rasute terete na kojima gube jer se teško bore s konkurentima iz Koreje i Japana razviju projekt 'broda parkirališta' namijenjenog obalnim gradovima, s ciljem rasterećenja gradskih jezgri od automobila u špici turističke sezone. No, tu i država mora odigrati svoje karte i pomoći u stvaranju preduvjeta za razvoj takvog poduzetničkog razmišljanja.

**Što je onda možda i najvažnija stvar kod kretanja u vlastiti poduzetnički pothvat?**

Optimizam. Optimizam je priroda poduzetničke djelatnosti. Na zapadu se pokazalo kako vrhunski poduzetnici gotovo nikad nisu uspjeli od prve. Morali su primijeniti metodu pokušaja i pogreške. Kod nas kada jednom ne uspiješ kao poduzetnik – dolazi do socijalne diskvalifikacije, nitko ti više ne vjeruje. Recimo u Kaliforniji, gdje sam radio kao gostujući profesor, ako poduzetnik propadne, postavlja se pitanje jeste li ste propali zbog gluposti ili ste propali zbog hrabrosti? U drugom slučaju uvijek dobijete novu šansu. Hrabri poslovni i poduzetnički promašaji čine nas pametnijima, a greške su sredstvo učenja. Takvu kulturu moramo razviti. Temeljenu na super-optimizmu i nadi. Drugim riječima: ako nisam uspio ovaj put, uspjet ću sljedeći put.

Optimizam je jedan od glavnih izvora poduzetničke energije i zato je zadatak sustava da svakome omogući ostvarivanje svojih ambicija i realizaciju osobnog potencijala. Poduzetništvo se temelji na meritokraciji, odnosno uspjehu prema zaslugama u pravednoj borbi u kojoj svi imaju iste šanse i ista pravila. Ako igramo nogomet, i vi ste u vodstvu, zasigurno ne biste htjeli da se promjene pravila i vi izgubite jer u drugom poluvremenu igramo rukomet. Pravo poduzetništvo nužno uključuje fair play. Zadatak je ljudi, osim ulaženja u poduzetništvo, svojim djelovanjem stvoriti uvjete u kojima će sposobnost, rad i znanje dati rezultate i ništa drugo.

**Stres, opuštanje i razvoj poduzetničkog duha**

Osobno sam, kroz svoj život, diverzificirao svoj portfelj i tako sam s jedne strane sveučilišni profesor, odnosno državni službenik, a s druge strane imam svoj vlastiti poduzetnički inkubator, da se tako izrazim, odnosno konzultantsku firmu za projekte u koje osobno vjerujem. Ti projekti su često karitativni i svoj trud ulažemo u razvoj sustava vrijednosti.

Bitna stavka je rad na sebi, izvan sfere biznisa. Objavio sam jedan roman, zbirku poezije, bavim se glazbom. Primjerice, kada god sam stvarno pod stresom supruga me spakira u vikendicu i kaže mi da napravim barem jednu pjesmu pa se vratim kao nov. Tu dolazimo i do najvećeg izvora stabilnosti u svačijem životu – obitelji. Otac sam četvero djece te sa svima imam vrlo skladne odnose i uvijek im nastojim biti prijatelj, učiti s njima i poticati njihovu kreativnost. Zašto to govorim? Zbog nužnosti oblikovanja cijelog karaktera, te nalaženja izvora stabilnosti koji nisu samo vezani uz poslovni život. Osim toga, 'zdrav duh u zdravom tijelu'.

Preporučujem svakome da svoj život učini 'kompleksnijim', a ne da bude samo radoholičar koji će izgarati na poslu. Poduzetnici često griješe baš u tome što svoju energiju ostave samo na poslu. Kratkoročno, to može dati velike efekte, ali dugoročno, to uništava osobu. Važno je imati neku vrstu uravnoteženog života. To je savjet i najpoznatijih poslovnih ljudi.

Primjerice, upoznao sam Jacka Welcha, Toma Petersa i Henryja Kissingera te sam se iznenadio činjenicom da se radi o vrlo normalnim ljudima koji posjeduju neku vrstu životne širine. Nije se radilo o 'fah idiotima' što se često očekuje od uspješnih ljudi, već se radi o ljudima koji svoj život učine projektom razvoja ličnosti. Drugim riječima, biti uspješan poduzetnik lakše je ostvariti kao izgrađena, uravnotežena ličnost.