

Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Mavrin, Monika

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:689588>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-06**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 166/PMM/2019

Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Monika Mavrin, 1108/336

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za ekonomiju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment

PRISTUPNIK Monika Mavrin

MATIČNI BROJ 1108/336

DATUM 02.09.2019.

KOLEGIJ Poduzetništvo

NASLOV RADA Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Entrepreneurship education in Croatia

MENTOR doc.dr.sc. Igor Klopotan

ZVANJE docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv.prof.dr.sc. Ante Rončević, predsjednik
2. doc.dr.sc. Ana Globočnik Žunac, član
3. doc.dr.sc. Igor Klopotan, mentor, član
4. Ivana Martinčević, predavač, zamjenski član
5. _____

Zadatak završnog rada

BROJ 166/PMM/2019

OPIS

Većinu poduzetnika povezuju slične karakteristike, vještine i znanje koje je potrebno za uspješno vođenje poduzeća. Brojna istraživanja i brojni autori knjiga i članaka o poduzetništvu slažu se oko jedne stvari, a to je da bi se poduzetništvo trebalo uvesti u svaki segment obrazovanja, od predškolske dobi do fakultetskog obrazovanja, bez obzira o kojem polju znanosti se odnosi. U završnom radu će se definirati pojam poduzetnika, važnost odgozovanja za poduzetništvo i znanja i vještine koje bi svaki poduzetnik trebao posjedovati. U praktičnom dijelu rada će se ispitati stavovi o poduzetništvu, stavovi o obrazovanju potrebnom za uspješno pokretanje poduzetničkog pothvata i stavovi o pokretanju poduzetničkog pothvata. Na kraju završnog rada potrebno je definirati odgovarajući zaključak temeljen na iznesenim stavovima i literaturi.

U radu će se:

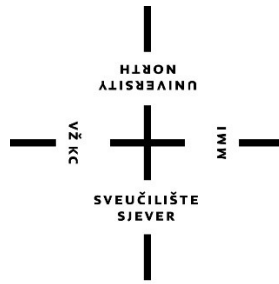
- (i) definirati pojam poduzetništva i važnost obrazovanja za poduzetništvo
- (ii) opisati će se znanja i vještine poduzetnika
- (iii) ispitati će se stavovi o poduzetništvu i o obrazovanju za poduzetništvo
- (iv) definirati će se odgovarajući zaključak.

ZADATAK URUČEN

18.09.2019

POTPIS MENTORA





Sveučilište Sjever

Poslovanje i menadžment u medijima

Završni rad br. 166/PMM/2019

Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Student

Monika Mavrin, 1108/336

Mentor

doc. dr. sc. Igor Klopotan

Koprivnica, Rujan 2019. godine

Predgovor

Ovaj završni rad pod nazovimo Poduzetništvo odlučila sam napisati iz razloga što u današnje vrijeme sve se više, ne samo odraslih već i mladih ljudi, završenom samo srednjom školom ili fakultetom započinju svoje poduzetničko putovanje. Postati poduzetnik i uspješno voditi poduzeće nije lako i kao takvo zahtjeva određene kompetencije, određena znanja i vještine i naravno obrazovanje. Kroz školsko obrazovanje od predškolske do fakultetske razine, poduzetništvo je vrlo malo zastupljeno i često se ne može dobiti potrebno znanje ili savjetodavne podrške. Ovim radom sam htjela prikazati problem kako studenti ne dobivaju dobru obrazovnu podlogu za osnivanje vlastitog poduzeća nit vođenje samog poduzeća, a za istim obrazovanjem ima potrebe.

Ovim putem bih se htjela zahvaliti svom mentoru i predavaču, doc. dr. sc. Igoru Klopotanu na podrški i strpljenju kao i na svojoj pomoći prilikom pisanja ovog završnog rada. Također bih se htjela zahvaliti svim profesorima i osoblju Sveučilišta sjever što su mi učinili ovo studiranje pozitivnim iskustvom, svojim trudom i znanjem.

Posebne zahvale mojoj obitelji koji mi uvelike pomogla oko studiranja na Sveučilištu Sjever.

Sažetak

U današnje vrijeme sve više ljudi se odlučuje za osnivanje vlastitog posla, većina njih kreće u poduzetničke vode zbog nezadovoljstva s prijašnjim poslom kao što je to premala plaća, loša iskustva s nadređenima, nemogućnost za daljnjim napredovanjem i slično. Iako se smatra da je poduzetništvo talent s kojim se pravi poduzetnici rađaju, danas nije dovoljno imati samo ideju i želju za uspjehom, već se poduzetnike treba potaknuti na obrazovanje kako bi uspješno vodili poduzeće kroz sve faze poslovanja, kako bi mogli steći određene vještine koje uvelike pomažu kod vođenja poduzeća. Poduzetnik se uvijek definirao kao neka osoba koja ulaže određena sredstva u svoju ideju i pokreće posao prema tome, no iza toga stoji puno više. Svakog poduzetnika povezuju iste ili slične karakteristike, vještine i znanje koje je potrebno za uspješno vođenje poduzeća. Brojna istraživanja i brojni autori knjiga i članaka o poduzetništvu slažu se oko jedne stvari, a to je da bi se poduzetništvo trebalo uvesti u svaki segment obrazovanja, od predškolske dobi do fakultetskog obrazovanje, bez obzira o kojem polju znanosti se odnosi. Najveću priliku za obrazovanje ipak imaju studenti, ponajviše oni koji studiraju u okvirima ekonomije, osim što mogu odabrati kolegije koji su vezani uz poduzetništvo, danas postoje mnoge institucije koje pomažu u obrazovanju i osposobljavanju mladih poduzetnika, kroz različite poduzetničke inkubatore gdje studenti mogu iz prve ruke razmišljati i raditi kao poduzetnik, naravno uz pomoć stručnih mentora.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, obrazovanje , obrazovanje poduzetnika.

Abstract

Nowadays more and more people are deciding to establish their own businesses, most of them moves into entrepreneurship because of dissatisfaction with previous work as they have too low salary, bad experiences with superiors, the inability for further progress and so on. Although it is considered that the entrepreneurship is a talent to which true entrepreneurs are born, today is not enough to have just an idea and a desire to succeed, but entrepreneurs should be encouraged in education in order to successfully lead the company through all phases of building their own business, acquiring certain skills that will help them at running a company. An entrepreneur is always defined as a person who invests some sorts of funds in there's idea and initiateds work towards it, but behind it a there's lot more. Every business owner has the same or similar characteristics, skills and knowledge they need to successfully run a business. Numerous studies and a number of authors of books and articles on entrepreneurship agree on one thing, and that is the point that entrepreneurship should be introduced in every segment of education, from preschool to university education, no matter what field of science applies. The greatest chance for education still have students, particularly those studying in terms of the economy, apart from that they can choose courses that are related to entrepreneurship, today there are many institutions that are helping to promot education and training of young entrepreneurs, eg. through various business incubators where students can firsthand think and work as an entrepreneur, with the help of professional mentors.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, education, entrepreneurs education.

Popis korištenih kratica

EEH	Explorations in Entrepreneurial History
SWOT	Strengths (Snage), Weaknesse (Slabosti), Opportunities (Prilike), Threats (Prijetnje)
PEST	Political faktors (Politički faktor), Economic factors (Ekonomski faktor), Socio– cultural factor (Sociološki faktor), Technological factor (Tehnološki faktor)
MINGO	Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta
RH	Republika Hrvatska
SPI	Studentski poduzetnički inkubator
HAMAG BICRO	Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije
CEPOR	Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva
EY	Ernst & Young

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Kako se postaje poduzetnik	3
	2.1. Definicija poduzetništva i poduzetnika u 20 stoljeću.....	5
	2.2. Znanje i vještine poduzetnika.....	7
	2.3. Karakteristike poduzetnika.....	8
3.	Obrazovanje poduzetnika.....	11
	3.1. Studentsko poduzetničko obrazovanje	12
	3.2. Mreža potpore poduzetnicima.....	14
4.	Ernst & Younge	19
	4.1. EY Poduzetnik godine.....	20
5.	Istraživanje.....	22
	5.1. Uzorak	22
	5.2. Edukacija poduzetnika	23
	5.3. Jesam li ja poduzetnik?	33
6.	Zaključak	41
7.	Literatura.....	43
	Popis grafikona	45

1. Uvod

„Entrepreneurship is about turning what excites you in life into capital, so that you can do more of it and move forward with it“ – Richard Branson; jedan od najbogatijih ljudi u svijetu čije je bogatstvo procijenjeno na 4.1 milijarde američkih dolara s brandom Virgin koji ima preko 350 kompanija a jedna od najpoznatijih je zrakoplovna linija Virgin Atlantic.

Već u osnovnoj školi, školarci su pod pritiskom da odaberu onu srednju školu za koji bi posao htjeli radi, već tu se pokreće pitanje što i kako da radim. U ovo novije doba sve se više srednjoškolaca po završetku ipak odluči da znanje koje su stekli kroz srednjoškolsko obrazovanje ipak pretvorili u vlastiti posao i pokrenu vlastita poduzeća nasuprot zaposlenju u nekoj većoj kompaniji. Nekad su poduzetnici bili osobe s dugogodišnjim iskustva u vođenju nekih firma dok danas zbog vlastitog nezadovoljstva više njih se okreće poduzetništvu. Danas postoje mnogobrojne definicija o tome tko je zapravo poduzetnik i čime se on bavi, no svaka od tih definicija ima zajedničke karakteristike. Neki smatraju da su poduzetnici osobe koje su jednostavno rođena sa takvim osjećajem da znadu kada i gdje što napraviti, uvijek puni ideja i inovacija. Jedna od individualnih karakteristika među poduzetnicima je i spol, nekad su u poduzetništvu bili samo muškarci, no u posljednje vrijeme došlo je do znatnog porasta samozapošljavanja žena, pri čemu sad žene pokreću nove pothvate češće od muškaraca. Premda su karakteristike poduzetnika i poduzetnice poprilično slične, poduzetnice se razlikuju kod pitanja motivacije, poslovnih vještina i profesionalnog iskustva. Također se često zajedno spominju poduzetnik i menadžer jer ima zajedničke funkcije odnosno najčešće su povezani s osnivačkom strukturom i veličinom tvrtke no odgovornost je znatno veća kod poduzetnika koji ipak svoje poduzeće stvorio od nule. Dovoljno dugo se obrazovanje za poduzetnike zanemarivalo ali danas postaje sve više poželjno, stoga je bitno da se poduzetništvo počne implementirati u sustav obrazovanje čim prije i sa što više predmeta. Najčešće obrazovanje koje se dobije tijekom školovanja je ono studentsko gdje studenti, ponajviše oni koji krenu smjerom ekonomije ima mogućnost nastanih predmeta kao što je poduzetništvo, gdje ipak mogu dobiti nekakvo znanje, ali kako ne bi to znanje ostalo samo na fakultetskoj osnovi, postoje mnogobrojne institucije koje se radu uz poduzetnike i pomažu budućim poduzetnicima u ostvarenju njihovi ideja te bilo kakvoj pomoći tokom razvoja vlastitog poduzeća. U Hrvatskoj postoji razvijeni sustav potpornih institucija za poduzetnike, odnosno poduzetnička infrastruktura od onih financijski do onih koji pružaju mentorstvo kroz cijeli proces razvoja ideje u poduzeće. Za svakog poduzetnika bitna je i mreža moralne potpore bila to ona od strane roditelja ili prijatelja jer bas oni igraju važnu ulogu u teškim trenucima koji se pojavljuje kroz cijeli poduzetnički proces, oni pružaju savjete koji su često iskreniji od onih koji se dobiju od drugih izvora

Kroz ovaj rad proći će se teoretska znanja vezana uz poduzetnika i poduzetništvo, njihove karakteristike te koja znanja i vještine bi poduzetnik trebao posjedovati. Jedna od glavnih tema je obrazovanje poduzetnika gdje će se najveći fokus biti postavljen na studentsko obrazovanje, od kolegija koje mogu polaziti do nekih vanjskih institucija koja rade zajedno sa fakultetima kako bi se što više i što bolje pomoglo studentima koji bi htjeli otvoriti svoje vlastito poduzeće, također će se u ovom radu dotaknuti teme o jednoj od prestižnijih nagrada koja se dodjeljuje poduzetnicima diljem svijetu, među kojima je bilo i Hrvatskih predstavnika. Osim teorijskog djela ovog rada, provedena je i anketa na studentima Sveučilišta Sjever gdje je njih 104 sudjelovalo i odgovaralo na pitanja vezana uz njihovo dobiveno znanje o poduzetništvu, njihovo mišljenje o poduzetništvu i koje karakteristike i osobine oni sami imaju a da ih vežu uz dobrog poduzetnika. Cijeli rad se temelji na knjigama vezana uz poduzetništvo kao i stručni članici, stručni radovi i službeni Internet izvori određenih institucija.

2. Kako se postaje poduzetnik

Poduzetništvo kao i sam poduzetnik potječu još od davnog srednjeg vijeka ali izraz poduzetnik rabio se kako bi se opisao izvođač i osoba koja je upravljala velikim proizvodnim materijalima, u takvim proizvodnim projektima poduzetnik je nije preuzimao rizik već je samo upravljao projektom pomoću dobivenih resursa. Tipičan takav poduzetnik je bio klerik¹ koji je bio nadležan za velike građevinske projekte kao što je to bilo izgradnja dvoraca, katedrale, utvrde i slično. Sličan opis poduzetnika se spominje i u 17. stoljeću kada se je poduzetnik shvaćao kao osoba koja je ulazila u ugovorni sporazum s vladom kako bi dobavljala sporazumom uvjetovane proizvode ili pružala određenu uslugu (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:6). Pojam poduzetnika spominje već 1697. godine kada je Daniel Defoe² u djelu *Essay upon Projects*, označavao pojedinca s osobinama kakve danas dajemo samom poduzetniku (Ožanić, 2014:57). Primjer poduzetnika za vrijeme 17. stoljeća se spominje Škotski ekonomist John Law koji je radio u Francuskoj na poziciji kontrolora financija za vrijeme kralja Luja XIV, njemu je naime bilo dopušteno osnovati kraljevsku banku koja se je kasnije razvila u ekskluzivnu franšizu koja je formirala trgovačku kompaniju danas poznatu pod imenom Mississippi Company, nažalost monopol nad francuskom trgovinom doveo je do kolapsa iz razloga što je Law pokušao pogurati cijenu dionica tvrtke višu od njezine stvarne vrijednosti. Richard Cantillon priznati ekonomist i pisac iz 18. stoljeća shvatio je gdje je Law pogriješio te je prema tome razvio jednu od ranih teorija o poduzetniku i samim time smatra se jednim od začetnika termina poduzetnik kakvog danas poznajemo, jer je u ekonomsku literaturu unio pojam *entrepreneur* – poduzetnik. Proučavao je poduzetnika kao osobu koja preuzima rizik, zamjećujući da trgovci, obrtnici i ostali gospodarstvenici „*kupuju po određenoj cijeni i prodaju po neodređenoj cijeni, prema tome djeluje rizično*“. Tek je s početkom 19. stoljeća. Jean-Baptiste Say prvi ozbiljno uveo poduzetništvo u ekonomsku teoriju, on je poznat po svojem „*zakonu tržišta*“ njegova teorija proizvodnje sadrži začetak svih budućih ekonomski razmišljanja o poduzetniku (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:6). 1948. godine Profesor Arthur Cole u suradnji s fakultetom Harvard pokrenuo je istraživački Centar za povijest poduzetništva te je kratica EEH³ bila utjelovljenje njihova istraživanja. Cole-u je bilo očito da poduzetnička uloga mora biti urađena u ekonomsku teoriju ako su ekonomisti ikad željeli postati realističniji u svojim studijima

¹ Klerik - u kršćanstvu, duhovni stalež, svećenstvo i redovništvo (mogu biti samo muškarci).

² Daniel Defoe (1660. - 1731.), engleski pisac i novinar.

³ Explorations in Entrepreneurial History

ekonomije. U ekonomiji čimbenici ne kombiniraju se čarobnim štapićem i tako stvaraju ekonomsko carstvo i tu ulogu odigrava poduzetnik (Hughes, 2010). Kada govorimo o poduzetnicima također ih možemo podijeliti prema njihovim zaduženjima u poduzeću jer u svakoj fazi razvoja poduzeća poduzetnik zahtjeva različita znanja i sposobnosti, prema tome ih možemo podijeliti u četiri različite poduzetnike kroz četiri različite faze poduzetništva (Kolaković, 2006: 22-23) prema Sikavica, Novak, 1999).

1. Pioniri – Poduzetnici koji tek kreću u poduzetničke vode, oni osnivaju mala poduzeća i isto tako se pojavljuju u fazi izgradnje samog poduzeća. Takav poduzetnik je pun energije, ideje i odlučnosti, te su osobe jakog karaktera, velikih individualnosti i egocentriki koji se trenutno posvećuju samo svojem poduzeću i spremni su ostvariti svoju ideju pod svaku cijenu.
2. Maher – U fazi rasta poduzeća se pojavljuju maheri koji su snažne, autoritativne i ambiciozne osobe, one su također vrlo dobro organizirane i uspješno vode svoje poduzeće. Takvi poduzetnici imaju također i mane u nedostatku vizije, ideje i inovacije najviše iz razloga što su zaokupljeni trenutnim poslovima.
3. Stratezi – se javljaju u fazi diferencijacije proizvoda te kao takvi su mislioci, vrlo angažirani i željni uspjeha. Svjesni su složenosti posla kojeg obavljaju te se iz tog razloga vode strateškim odlučivanjem, dok donošenje poslovnih odluka delegiraju voditeljima poslovnih jedinica.
4. Trener – osoba s liderskim karakteristikama koje oko sebe širi pozitivnu radnu atmosferu a oni se najčešće javljaju u fazi konsolidiranja. Komuniciraju sa svojim zaposlenicima, nastoje motivirati, oslušivati njihove savjete i primjedbe te na osnovi toga nastoje koordinirati poslovanjem poduzeća

U posljednjoj fazi, faza likvidacije se ne predviđa neka posebna vrsta poduzetnika iz razloga što je sam smisao poduzetnika i poduzetništva da svoje poduzeće nikad ne dovede u tu fazu već da nakon konsolidacije pokrene novi poslovni ciklus. Osim ovih četiri vrste poduzetnike također možemo spomenuti i takozvane „*Intrapoduzetnici*“ koje velika poduzeća razvijaju unutar samih poduzeća kako bi bili uspješni u inovacijama na koje su usredotočeni. Takvi poduzetnici su jedni od najkvalitetnijih ljudi svake kompanije koji svoje ideje uspijevaju pretvoriti u dodatnu vrijednost za poduzeće. Primarna zadaća takvih poduzetnika je u tome da znaju prepoznati potencijalnu vrijednost u samom početku ideje te da tu ideju unutar poduzeća mogu uspješno realizirati i tako time dobiti na dodatnoj vrijednosti. Intrapoduzetnik je osoba koja dijeli karakteristike vizionara, te je iznutra motiviran samim izazovom i snažnim osjećajem što je to potrebno poduzeću, oni također preuzimaju veliki osobni rizik u smislu izgubljenog vremena i propuštene plaće u

nastojanjima da prebrode potencijalne zapreke postavljene u samoj organizaciji. Kako bi poduzeća mogla među svojim zaposlenicima pronaći potencijalne intrapoduzetnike vode se određenim obilježjima koje definiraju i snažnog vođu, poput vizije, visokog stupnja motivacije, želja za preuzimanjem rizika te povijest prezentiranja uspješnih rezultata, sličan mehanizam se rabi i kod identifikacije lidera u poduzeću. Najčešće se posebna pozornost usmjerava prema srednjoj razini menadžmenta iz razloga što upravo ta razina ima ključnu ulogu u identifikaciji i razvoj pojedinaca koji pokazuju potencijal (Kolaković, 2006: 23-24).

2.1. Definicija poduzetništva i poduzetnika u 20 stoljeću

U kasnim 19. i ranom 20. stoljeću razlika između poduzetnika i menadžera nije postojala no uglavnom ih se promatralo s ekonomske perspektivne na sljedeći način prema (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:7 prema Ely i Hess,1937):

„Ukratko rečeno, poduzetnik organizira i upravlja poduzećem za osobnu dobit. Plaća trenutačne cijene za materijal koji troši u poslovanju, za upotrebu zemlje, za osobne usluge koje koristi i za potreban kapital. Pridonosi vlastitom inicijativom, vještinom i domišljatošću u planiranju, organiziranju i administraciji poduzeća. Također, pretpostavlja mogućnost gubitka i dobiti kao posljedicu nepredviđenih okolnosti ili onih koje nije moguće kontrolirati. Neto ostatak od godišnjih računa poduzeća, nakon što su svi troškovi podmireni, zadržava za sebe.“

Andrew Carnegie škotsko - američki inovator jedan je od najboljih primjera spomenute definicije. Carnegie nije bio izumitelj već je prihvaćao i razvijao nove tehnologije na području čelične industrije, kojim je postizao veću ekonomsku vitalnost. Time je Carnegie svojim neprekidnim povećanjem konkurentnosti, a ne inovativnošću ili kreativnošću učinio američku industriju čelika jednim od čuda industrijskog svijeta. Sredinom 20 stoljeća uspostavljena je nova definicija gdje se poduzetnik navodi kao inovator (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:7 prema Schmpeter,1952):

„Funkcija poduzetnika je promijeniti ili revolucionirati obrazac proizvodnje tako da se eksploatira izum ili, općenitije, još neiskušana tehnološka metoda proizvodnje nove robe za široku potrošnju ili proizvodnje stare robe na novi način, otvaranjem novog izvora opskrbe inputima ili novog proizvodnog kanala organiziranjem nove industrije.“

Današnje vrijeme nailazimo na različite definicije poduzetništva kao i poduzetnika, to su pojmovi koji se svakodnevno koriste no što oni danas zapravo znače. Poduzetništvo možemo podijeliti na dva načina. S jedne strane „*poduzetništvo jest sposobnost poslovnog čovjeka da pokrene neku poslovnu aktivnost radi postizanja određenog cilja, preuzimajući rizik i odgovornost*“, dok s druge strane navodi da je to „*dio gospodarstva koji se obično smatra malim gospodarstvom i obuhvaća*

u najvećoj mjeri trgovačka društva i obrtnika“ (Ožanić, 2014:51). Kako bi poduzetništvo moglo funkcionirati ono se veže uz pet osnovnih pojmova, a to su: „(1) Pokretanje novog posla, (2) Razumno preuzimanje rizika, (3) Inovativnost, (4) Želja za stvaranjem, (5) Upornost.“ U svim definicijama nalaze sljedeća tri pogledala na poduzetništvo, a to su: „(1) Preuzimanje inicijative, (2) Organiziranje i reorganiziranje društvenih i ekonomskih mehanizma i resursa u praktičnom smjeru, (3) prihvaćanje rizika ili neuspjeha“. Poduzetništvo se kao takvo nalazi u svim profesijama te stoga svaka definicija poduzetništva promatra poduzetnika iz različite perspektive ali sve sadrže slične pojmove, a temelji se na sljedećoj definiciji poduzetništva (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:7 modificiranjem definicije iz rada Hisrich i Brush, 1985). „Poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog i vrijedno kroz posvećivanje vremena i truda, pretpostavljajući popratne financijske, fizičke društvene rizike, i na kraju primanje nagrade u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti“. Sličnu definiciju ima i jedan poslovni rječnik „Poduzetnik“ koji govori kako je poduzetnik (Ožanić, 2014:55):

„čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat, snosi sav rizik nadajući se zaradi, odnosno dobiti. Radi toga osniva poduzeće i sklapa ugovore s onima koji će za njega raditi. On snosi imovinski rizik, dok svi drugi koje zaposli dobivaju ugovorenu naknadu“.

Drugim riječima moglo bi se reći da su poduzetnici ljudi koji u poslovni proces kreću od nule što znači da osnivaju svoje poduzeće, kreću sa svojom proizvodnjom i proizvodima kojima se pokušavaju probiti kroz tržište. Često se zajedno spominju poduzetnik i menadžer jer ima zajedničke funkcije odnosno najčešće su povezani s osnivačkom strukturom i veličinom tvrtke, u malim i novim poduzećima poduzetnik se smatra i osnivač i nositelj rizika, stoga on preuzima i poslove menadžera što je u takvom okruženju poželjno i optimalno. Najčešći kriterij je rizik kojeg ima poduzetnik kao utemeljitelj dok s druge strane menadžer ne mora preuzimati taj rizik. Poduzetnik je vlasnik ili nosilac interesa, odnosno izvorni ekonomski subjekt, on određuje temeljne zahtjeve i ciljeve poduzeća, dok je s druge strane menadžer izvedeni iz poduzetnika i ima slobodu i sposobnost strateški operativno djelovati kao pravi poduzetnik. Poduzetnik sve poslove radi sam kao što su to organiziranje, koordiniranje, rukovođenje i slično, no također može i za takav posao zaposliti menadžera koji bi dolazio u formalno i organizacijski ustrojeno poduzeće i preuzeo već uhodani posao, u takvoj situaciji zadaća je menadžera baviti se sljedećim: „analizom stanja na tržištu, praćenjem i uvođenjem inovacija, problematikom podizanja proizvodnosti, problematikom materijalnih i financijskih sredstva, pitanjem kako podići profitabilnost, daljnjom dogradnjom razvojem menadžmenta izborom i motivacijom ljudskog kapitala, problematikom javne i društvene odgovornosti“. Iz toga možemo zaključiti da se poduzetništvo i menadžment nalaze u stalnoj interakciji i međusobnoj vezi (Kolaković, 2006: 35).

2.2. Znanje i vještine poduzetnika

Poduzetnik svojom vizijom, talentom i duhom pokreće cijeli proces poduzetništva. Dugo se vjerovalo da se vještine, ponašanja i osobine ne mogu razviti, nego da su one rezultat gena. Poduzetničko obrazovanje je kritizirano da pokušava podučavati nešto, što se odnedavno smatralo nemogućim i nepostojećim. Smatralo se da se neki ljudi rađaju biti poduzetnici i da će uspjeti sa ili bez obrazovanja, dok s druge strane niti jedno obrazovanje ne može pomoći onima kojima nedostaje poduzetničkog duga (Oberman-Peterka,2008). No koje su to karakteristike koje pretvaraju čovjeka u uspješnog poduzetnika. Profesor s harvardskog sveučilišta David C. McClelland uspješnom poduzetniku pridodao sljedećih šest osobina: „ *inovativnost, razumno preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, postavljanje ciljeva i odgovornost*“ (Delač, Graovac i Pavlinović, 2016 prema Bursić et.al., 2009). Jedna od važnijih znanja za poduzetnika je to da mora razumjeti tržište na kojem posluje, također je važno da ima upravljačke sposobnosti kao što je planiranje, budžetiranje, pregovaranje, također on mora moći uspješno voditi i raditi sam u različitim poslovnim aspektima. Poduzetnik mora znati upravljati novčanim tokom kako bi mogao doći do nepovoljnijeg načina financiranja poduzetničkog pothvata. Kako bi se olakšali i poboljšali poduzetničke prilike poduzetnik se može koristiti strateškim alatima kao što je SWOT⁴ analiza koja procjenjuje unutarnju jakost i slabost te vanjsku priliku i prijetnju, uz nju se najčešće koristi i PEST⁵ analiza koja analizira vanjske čimbenike. Sljedeće karakterne osobine poduzetnik temeljene i na etičkim principima, koje bi bile poželjne prije ulaska u poduzetnički pothvat, a to su: „*samopouzdanje, odlučnost, ažurnost, cjelovitost sagledavanja, uočavanje problema, uvažavanje, objektivnost, emocionalna i psihološka stabilnost, želja za izazovom, realnost i odgovornost*“. Te osobine bi poduzetnik mora posjedovati prije ulaska no ako ih ne posjeduje kao urođene ove karakteristike se mogu naučiti, stjeći ili se jednostavno spoznaju u trenutku izazova s kojim je poduzetnik suočeni (Brkić, 2000:14). Neke jednake i slične karakteristike poduzetnika no on također smatra da bi poduzetnik trebao imati i malo sreće uz „ *samouvjerenost, sposobnost jasnog definiranja ciljeva / jasna vizija, inovativnost, razumno preuzimanje rizika, upornost i marljivost, želja za stvaranjem, odgovornost i sreća*“. Poduzetnik mora imati čvrstu vjeru u sebe i svoju poduzetničku ideju kao i točno znati što on želi, također mora stalno poboljšavati svoj rad

⁴ Strengths (Snage), Weaknesse (Slabosti), Opportunities (Prilike), Threats (Prijetnje)

⁵ Political factors (Politički faktor), Economic factors (Ekonomski faktor), Socio-cultural factor (Sociološki faktor), Technological factor (Tehnološki faktor)

te biti odgovoran prema poslu, svojim radnicima i suradnicima te obavezama koje ima. Jedna od najbitnijih i ključnih osobina koju poduzetnik mora imati i bez nje ne može je samouvjerenost. Ljudi koji imaju dvojbe, koji sumnjaju u sebe u svoje sposobnosti, koji u svaki pothvat ulaze sa strahom od neuspjeha bolje da i ne započnu kao poduzetnici jer ostale karakteristike neće im pomoći ako nisu samouvjereni da mogu to napraviti. Također poduzetnik mora biti prije sve sposoban jasno i razumljivo definirati ciljeve koje će on ostvariti. Mnogi ljudi kreću u poduzetništvo bez jasnog cilja koji žele nešto postići oslanjajući se na svoje dobre namjere, možda nešto iz takvog pristupa i ispadne ali ići u posao bez jasnog cilja vrlo je opasan i neodgovoran postupak. Uz osnovne osobine koje poduzetnik mora imati treba spomenuti i sreću, to nije nešto što bi se mogla uvrstiti u poduzetničke osobine ali ima vrlo važnu ulogu u poduzetništvu i bez nje se ne može. Poduzetnik u određenim situacijama jednostavno mora imati sreću. Sreće da se nađe u bas pravom trenutku na pravom mjestu u pravo vrijeme ali ona nije dovoljna sama po sebi, da bi se mogla ta prilika mogla iskoristiti, poduzetnik mora biti pripremljeni i mora biti sposoban iskoristiti tu sreću (Ožanić, 2014). Smatra se kako poduzetnik mora posjedovati sedam temeljnih osobina: „*inovativnost, sklonost preuzimanje rizika, samouvjerenost, radoholičnost, odgovornost i samostalnost*“ (Tkalec, 2011).

2.3. Karakteristike poduzetnika

Neke od osobina su urođene a neke se stječu kroz život i rad, te karakteristike su pojednostavljene i mogu se bolje i detaljnije objasniti. Jedna od takvih karakteristika je i altruizam a ona u poduzetničkom smislu označava spremnost poduzetnika na razumijevanje drugih, odnosno poduzetnik mora biti pošten i etičan u poslovanju. Hrabrost je karakteristika koja je povezana s preuzimanjem rizika i samouvjerenošću, jer takva osoba će biti spreman na uspjeh ili i mogući neuspjeh. Kreativnost i inovativnost je ključna karakteristika poduzetništva, bez nje se ne može jer poduzetnik stvari vidi na novi i neobični način, kreativnost je podloga za inovativnost a inovativnost je rezultat kreacije, poduzetnici osmišljavaju inovaciju u obliku novih proizvoda i usluga te ih nude na tržištu u očekivanju profita. Poduzetnik također mora imati mudrost koja je rezultat razumna ponašanja povezana s iskustvom, mudar poduzetnik uočava poslovne prigode i mogućnost svojih suradnika. Samostalnost je osnovni poduzetnički stav temeljem kojeg poduzetnici samostalno uočavaju i kreiraju poslovne prilike. Poduzetnička odgovornost pretpostavlja želju za samim uspjehom, poduzetnik mora znati biti odgovoran prema samom sebi, svojoj obitelji, državnim obavezama, prirodi, zaposlenicima i mnogim drugim. On također mora biti pošten, poštenje osigurava temeljne pretpostavke za uspjeh. Poduzetnik mora biti radoholičar jer on uvijek ima nekakav posao za obaviti i mora ga obavljati sa zadovoljstvom. Poduzetnici su

osobe koje svjesno riskiraju da bi ostvarili profit, zato se i ta karakteristika spominje u svim karakteristikama za poduzetnika. Strpljenje je jedno od temeljnih načela moći etičkog poslovanja a poduzetnik mora biti strpljiv kako bi osigurao realizaciju i najambicioznijih ciljeva. Poslovanje je puno preprekama a često i onim ne planiranima i nepredviđenim, a samo upornost prevladava prepreka i probleme zaradom (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:62). Inicijativa, odlučnost, smjelost i spremnost na rizik glavne su karakteristike poduzetnika, prema njima možemo definirati dodatnih šest karakteristika: „(1) potreba za postignućem i uspjehom, (2) kreativnost i inicijativa, (3) preuzimanje rizika, (4) povjerenje u sebe i smjelost, (5) potreba za neovisnošću i autonomijom, (6) motivacija energija angažman“. Poduzetnici također ne vide prednost u stalnom i sigurnom zaposlenju, povlasticama, dobrim radnim uvjetima te u zadovoljstvu koje proizlazi iz pomagana drugim ljudima, pa se tako kao još neke dodatne karakteristike poduzetnika mogu navesti i sljedeće:

- Vole zarađivati novac, za razliku od ljudi koji zarađuju novac da bi mogli raditi ono što vole,
 - veći su sanjari od drugih ljudi,
 - usmjereni na uspjeh,
 - imaju nemiran duh, često su nestrpljivi s ljudima, sastancima, u raznim situacijama,
 - rade više od većine ljudi; ponekad ni sami ne znaju rad li ili se igraju,
 - na opasnost gledaju drugačije od većine ljudi,
 - društveni su kada je to potrebno, inače su, najčešće, usamljениčke duše,
 - vrlo su ponosni te ih je stoga lakše uzrujati i uvrijediti nego druge ljude,
 - imaju izražen natjecateljski duh,
 - pokazuju manju toleranciju za uredsku politiku, tračeve i salonske razgovore.
- (Kolaković, 2006: 26-27):

Jedna od individualnih karakteristika među poduzetnicima je i spol. U posljednje vrijeme došlo je do znatnog porasta samozapošljavanja žena, pri čemu sad pokreću nove pothvate čak češće od muškaraca, ustvari u Sjedinjenim Američkim Državama žene pokreću dvostruko više poslovanja od muškarca i dulje ostaju u poslovanju. Premda su karakteristike poduzetnika i poduzetnice općenito slične, poduzetnice se razlikuju kod pitanja motivacije, poslovnih vještina i profesionalnog iskustva, čimbenici start-up procesa su također različiti, posebno u području poput potpornih sustava i vještina i iskustva. Kod usporedbe između spolova, muškarci su često motivirani poticajem za kontrolom vlastite sudbine takav poticaj je često proizlazi iz neslaganja sa šefom ili osjećajem da bi oni mogli bolje upravljati, za razliku od toga žene u poduzetništvu su češće motivirane potrebom za postignućem koje proizlazi iz neke frustracije nastale prethodnim

iskustvima gdje im nije bilo dozvoljeno djelovanje ili napredovanje. Kada govorimo o financiranju poslovanja muškarci pored osobnih sredstva navode i izvore kao što su ulagači, bankovni ili privatni zajmovi kao izvor kapitala, dok se žene obično oslanjaju samo na osobnu imovinu i uštedevinu a ponajviše iz razlog što je dobivanje financijskih sredstva i kredita često glavni problem kod poduzetnica. U smislu osobnosti postoje izražene sličnosti između muških i ženskih poduzetnika, međutim muškarci češće imaju više samopouzdanja i manje fleksibilnosti i tolerancije od žena, što može rezultirati drugačijim menadžerskim stilovima. Naposljetku poslovanja koju pokreću muškarci i žene razlikuju se u prirodi pothvata, žene će prije pokrenuti posao u nekim od uslužnih sektora kao što je to trgovina na malo, odnosi s javnošću ili neke edukacije, dok će muškarci vjerojatno krenuti u smjeru proizvodnje, građevine i područja visoke tehnologije. To rezultirati time da često žene imaju manja poslovanja s nižom ukupnom zaradom (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:63-65).

3. Obrazovanje poduzetnika

Obrazovanje poduzetnika je ključni dio u odgoju poduzetnika, važnost obrazovanja je u činjenici da nastavlja igrati glavnu ulogu u pomaganju poduzetnicima kako se nositi s problemima na koje nailaze, iako formalno obrazovanje nije nužno za pokretanje poslovanje, ono ipak pruža dobru podlogu, osobito kada govorimo o području pothvata. Sposobnost jasnog komuniciranja, pismenom i usmenog, također je važna za bilo koju poduzetničku aktivnost. Čak je i opće obrazovanje vrijedno jer pomaže pri integraciji i akumulaciji novog znanja te pruža pojedincima veći set prilika. Što se tiče Hrvatskog obrazovanja prema podacima Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske u Hrvatskoj djeluje oko 135 visokih učilišta, koja se dijele na Sveučilišni studij koji osposobljava studente za poslove u znanosti i visokom obrazovanju, u poslovnom i javnom sektoru te u društvu općenito; Veleučilišta i visoke škole koja su osnovana radi obavljanja djelatnosti visokog obrazovanja organizacijom izvođenjem stručnih studija te mogu obavljati stručnu, znanstvenu i umjetničku djelatnost u skladu sa zakonom; Stručni studiji koji pružaju studentima primjerenu razinu znanja i vještine koje omogućavaju obavljanje stručnih zanimanja te ih osposobljavaju za neposredno uključivanje u radni odnos (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008:58). Provedena je analiza istraživanja koje je provedeno u sklopu međunarodno projekta provedenog od strane Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu – Centar za istraživanje i razvoj obrazovanja u suradnji sa Učiteljskim fakultetom Sveučilišta u Zagrebu (2007), koja ukazuje na nedovoljno sustavan rad u razvoju poduzetništva i poduzetničkih aktivnosti u osnovnim školama u Hrvatskoj. Postoje velike razlike u između škola, kako na razini sadržaj, metoda, pristupa i aktivnosti za učenike a sustavan nedostatak potpore vidljiv je na razini cjelokupnog obrazovnog sustava. Neke škole pružaju učenicima mogućnost provođenja poduzetničkih aktivnosti osnivanjem učeničkih zadruga i sličnim projektima dok drugi to ne čine. U osnovi razvoja poduzetničke kompetencije, kao jedne od međupredmetne koja se razvija u svi predmetima, razvoj je poduzetne osobe za osposobljenje da uočavaju prilike u kojima svoje ideje mogu pretvoriti u djelatnost ili pothvat u različitim situacijama. Posavec smatra da je važno razvijati odgoj i obrazovanje za poduzetništvo od najranije dobi jer učenici napuštaju školu i velika je vjerojatnost da će se susreti sa nekoliko radnih mjesta i uloga tijekom života koje će od njih zahtijevati fleksibilnost (Posavec, 2011). Izbor zvanja i odgovarajuće srednje škole u konačnici definira poslovnu karijeru svakog učenika. Cilj učenja u srednjim školama za poduzetništvo nije samo stvaranje budućih poduzetnika, već seže širi koncept koji razvija poduzetničke sklonosti, vještine i sposobnost jednog poduzetnika. To uključuje i razvoj određenih odlika osobnosti poput stvaralaštva, inicijativnosti, samostalnost i sličnih osobina kao i usvajanje osnovnih ekonomskih koncepta. Također u srednjim školama učenicima kroz predmete gdje uče

o poduzetništvu treba dati odgovore na pitanja kako efikasnije upotrijebiti stečena stručna ali i osnovna znanja na budućem radnom mjestu ili pri izboru daljnjeg školovanja na visoki školama i fakultetima. Danas Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta svake godine financira obrazovanje poduzetnika u sklopu programa „Cjeloživotno obrazovanje za obrtništvo“ gdje MINGO⁶ navodi da je predmet programa „*Dodjela nepovratnih sredstva namijenjenih poticanju ciljnih programa obrazovanja za obrtništvo koji osiguravaju kvalitetne i motivirane kadrove u svrhu jačanja konkurentnosti, poticanja produktivnosti te razvoj i rast obrtništva*“ s ciljem „*usvajanja ključnih vještina i kompetencija za obrtnička zanimanja, poticanje zapošljavanja i samozapošljavanja u obrtništvu*“ (Tafra, Elezović i Sertić,2012). Jedna od najboljih svjetskih metoda za cjeloživotno obrazovanje je takozvani „*In-house training*“⁷, radi se o metodi u kojoj se teorija i praksa objedine i odmah se primjenjuju u tvrtkama. Nakon što se ponovi teoretsko znanje o poduzetništvu i dobiju se neka nove teoretske spoznaje, kreće primjena te teorije u praksi tako da se rješava konkretnih problema u određenim poduzećima. Teoretsko i praktično rješavanje problema u poduzeću, znači neprestano preispitivanje iskustva i njegovo transformiranje u znanju dostupno cijelom poduzeću i primjereno svojoj glavnoj svrsi (Jozić, 2004: 75)

3.1. Studentsko poduzetničko obrazovanje

Poduzetničko obrazovanje se nudi kroz različite seminare privatne škole i fakultete, na poslijediplomskim ekonomskim studijima a i počinje se primjenjivati i u srednjim školama. Takvo obrazovanje ima dva glavna značenja (1) program prati uobičajene teme obrazovanja menadžera u poslovnim školama i dodatne teme koje su vezane uz osnivanje poduzeća te (2) poduzetnička znanja se odnose na statično i tipično poduzetništvo. Vrlo često se uz obrazovanje poduzetnicima nudi i poslovni treninzi kako bi stekli potrebne poduzetničke vještine, no najbitnije obrazovanje je ono koje uči poduzetnike kako koristiti glavu. Prilikom obrazovanja uz osnovna i temeljna znanja koja se uče u svim poslovnim školama, bitna su i ona dodatna znanja koja nam mogu uvelike pomoći a odnose se na sljedeće teme: „*povijesnim i kulturološkim značajkama poslovnog okruženja i društva, stupnju razvoja društva i okoline, vrsti proizvoda, proizvodnje i udjela vlastitog razvoja, položaju na globalnom tržištu, faza razvoja i rasta poduzeća.*“ Najbolji način za dobivanje

⁶ Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta

⁷ Teoretsko i praktično rješavanje problema u tvrtkama.

dotatnih znanja potrebna za poduzetništvo su preko poduzetničkih inkubatora i tehnoloških parkova, ljudi koji upravljaju takvim institucijama su u direktnom kontaktu sa poduzetnicima i imaju veliku mogućnost iz prve ruke proučiti poduzetništvo. Ciljevi poduzetničkog obrazovanja ne smiju isključivo vezati uz poticanje studenta na pokretanje i vođenje vlastitog posla, jer poduzetništvo nije isto što i osnivanje i vođenje malog poduzeća, stoga bi cilj obrazovanja trebao biti ohrabrivanje ljudi na lateralno razmišljanje i gledanje stvari na novi način, odnosno održavanje cijelo vrijeme otvorenog i radoznalog uma (Oberman-Peterka,2018 prema Kirby, 2004). Najčešći ciljevi poduzetničkog obrazovanju su (Oberman-Peterka,2018 prema Garavan i O'Conneide, 1994):

- Steći znanja o poduzetništvu;
- Steći vještine u korištenju tehnika prilikom analiziranja poslovnih situacija i definiranja akcijskih planova
- Identificirati i stimulirati poduzetnički duh, talent i vještine
- Eliminirati averziju prema riziku, koja je prisutna u brojnim analitičkim tehnikama; razviti empatiju i podršku za sve posebne aspekte poduzetništva;
- Razbiti stav prema promjeni; ohrabrivati osnivanje novih poduzeća i drugih poduzetničkih pothvata.

Poduzetničko obrazovanje tu objašnjava da treba osposobiti studente prilikom snalaženje u situaciji s neizvjesnom i kompleksnim okruženju, kako se nositi s problemima, te pronalaženje rješenje što zahtjeva kompeticiju kreativnosti i inovativnosti. Većina obrazovnih programa kao svoj cilj navode razvoj kreativnosti studenata, to je najčešće daleko od stvarnosti jer niti sadržaj i niti način na koji se sa implementira to ne omogućava. U većini poslovnih škola naglasak je na prošlost, razumijevanje informacija, povratnoj vezi, kritičnoj procjeni i sličnih znanja koja se najčešće uče u učioničkom okruženju korištenjem provjerenih izvora, a evaluacija znanja studenta provjerava se kroz klasične oblike kao što su to testovi. 2010. godine u Republici Hrvatskoj uvedena je „*Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014.*“ u kojoj se navodi da strategija obrazovanja ima 2 glavna cilja a to su: (1) „*Senzibilizirati javnost o poduzetništvu te razviti pozitivan stav prema cjeloživotnom učenju za poduzetništvo.*“ (2) „*Uvesti učenje i osposobljavanje za poduzetništvo kao ključne kompetencije u sve oblike, vrste i razine formalnog, neformalnog i informalnog obrazovanja i učenja.*“ (Oberman-Peterka, 2008 prem radu McMullan i Long, 1987). Kada govorimo o ekonomskim znanjima potrebna za uspješno poslovanje poduzetnika mogli bismo ih razvrstati u pet skupina: poduzetništvo, mikroekonomija, makroekonomija, marketing i menadžment. Takva se znanja razlikuju od studentskog znanja i nije dovoljno dobiti prolaznu ocjenu, već je i potrebno i onoliko znanja i iskustva koliko traži

svakodnevno uspješno poslovanje. Također poduzetnici vole učiti od sebe sličnih, orijentirani su na rješavanje problema kojih ih muče, a ne na stjecanje znanja radi stjecanja diplome (Štefanić, 2015:9). Opća uprava europske komisije za komunikacije implicitno navodi da sveučilište i tehnički instituti trebaju integrirati poduzetništvo kao važan dio nastavnog plana i programa, širiti ga kroz različite predmete te zahtijevati od studenta ili ih potaknuti da pohađaju poduzetničke tečajeve. Na razini visokog obrazovanja, primarni cilj poduzetničkog obrazovanja trebao bi biti usmjeren u razvoj poduzetničkih kompetencija i načina razmišljanja, stoga takav nastavni program ima nekoliko ciljeva koji se mogu prepoznati u „podizanju svijesti i osobne motivacije za poduzetničko obrazovanje, razvijanje poduzetnički znanja i vještine koja će studentima pomoći prilikom pokretanja posla i upravljanja poduzećem, razvoju poduzetničkih sposobnosti kako prepoznati poslovnu priliku iz okruženja“. Veleučilišta kao obrazovni sustav za poduzetništvo ključna je iz dva razloga. Prvi razlog se odnosi na činjenicu da veleučilišta, kao obrazovna institucija, mora educirati mlade ljude koji će steći potrebna znanja, vještine i kompetencije za pokretanje i vođenje posla. Drugi razlog ide u prilog edukaciji kojom bi trebali steći potrebne poduzetničke kompetencije za vođenje i upravljanje poduzećem bez obzira na ta koje buduće radno mjesto odaberu (Ivanković, Nedović, Banožić, 2012).

3.2. Mreža potpore poduzetnicima

Jedan od najvažnijih čimbenika koji utječu na karijeru poduzetnika su uzori. Potencijalni poduzetnici često promatraju uspješne poduzetnike kao katalizatore te na taj način mogu vidjeti da li je poduzetništvo za njih same. Uzori također mogu biti mentor tijekom i nakon pokretanja pothvata jer poduzetnik treba jaku potporu i savjetnički sustav u svakoj vazi svojeg poduzetništva. Potporni sustav je najvažniji u fazi Start-upa jer daje potrebne informacije, smjernice, financijske resurse i marketi kako bi što bolje krenuli u poduzetnički pothvat. Također je za svakog poduzetnika bitna i mreža moralne potpore bila to ona os strane roditelja ili prijatelja jer bas oni igraju važnu ulogu u teškim trenucima koji se pojavljuje kroz cijeli poduzetnički proces, oni pružaju savjete koji su često iskreniji od onih koji se dobiju od drugih izvora. Poduzetnik može ali i ne mora imati i mrežu profesionalne potpore koju dobiva od strane mentora, poslovnih suradnik ili nekih osobnih kontakta (Hisrich, Peters i Shepherd, 2008). Poduzetnički inkubatori su organizacije koje pomažu poduzetnicima da se razviju uz mentorsku pomoć, financiranje i uvjete poslovanja. U Hrvatskoj postoji razvijeni sustav potpornih institucija za poduzetnike, odnosno poduzetnička infrastruktura. Potporne institucije za poduzetnike se mogu podijeliti na sljedeće (Zrilić i Širola, 2013):

- poduzetničke centre;
- regionalne razvojne agencije;
- poduzetničke inkubatore;
- tehnološko-inovacijske centre;
- poslovno-inovacijske centre;
- znanstveno-tehnološke parkove;
- slobodne zone.

Osim ovih navedenih oblika potpore postoje još i bespovratne pomoći na svim razinama te sustav kreditiranja za poduzetnike. RH⁸ ima nekoliko značajnih dokumenta kojima se podupire razvoj poduzetništva kao jedna od četiri temelja slobodnog svijeta (prema pariškoj povelji sa Konferencije europske sigurnosti i suradnje iz 1990. godine slobodno poduzetništvo je jedan od četiri temelja slobodnog svijeta), primjerice članak 49. Ustava RH koji propisuje sljedeće: *Poduzetnička i tržišna sloboda temelj su gospodarskog ustroja Republike Hrvatske. Država osigurava svim poduzetnicima jednak pravni položaj na tržištu...* . Kako bi se osigurala harmonija dugoročnog ekonomskog napretka i razvoj ekonomije nužno je sustavno uključivanje poduzetničkog sadržaja u programe obrazovanje. Poduzetnički inkubatori su izvrstan poligon za usvajanje temeljnih poduzetničkih kompetencija potrebnih da bi osoba uspješno djelovala kao poduzetnik. Između ostalog studentski poduzetnički inkubator kao nužni alat u edukaciji za poduzetništvo omogućuje sljedeće (Čizmadija i Stanković,2011):

- Poticanje i podržavanje poduzetničkog načina razmišljanja studenata;
- Unaprjeđenje suradnje i umrežavanje odgojno-obrazovnih ustanova i znanstveno-istraživačkih institucija s gospodarskim subjektima;
- Prenos znanja kroz mentorski rad svih profesora te na taj način osposobljavanje svih zainteresiranih studenata za osnivanje, vođenje i upravljanjem malih poduzeća
- Pripremanje studenata za stvarni svijet poduzetništva
- Financijsku tehničku i savjetodavnu podršku studentima u osnivanju vlastite tvrtke.

⁸ Republika Hrvatska

Na području RH postoji nekoliko studentskih inkubatora, a aktivno djeluju sljedećih 11 inkubatora (Šimunković, 2016):

- SPI⁹ na Visokoj školi Nikola Šubić Zrinski
- SPI na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu
- SPI na Ekonomskom fakultetu u Splitu
- SPIN na Fakultetu ekonomije i turizma u Puli
- SPI na Veleučilištu Lavoslava Ružička u Vukovaru
- SPI u Osijeku; SPI na Veleučilištu u Požegi
- SPI na Visokoj poslovnoj školi PAR u Rijeci
- SPI na FER-u
- SPI na Visokom gospodarskom učilištu u Križevcima.

Glavna uloga studentskog poduzetničkog inkubatora usmjerena na pružanje stručne i savjetodavne pomoći s ciljem osnaživanja studenata za poduzetničko razmišljanje odnosno pokretanje i vođenje poduzeća. SPI se osnivaju na visokoobrazovnim ustanovama (Fakultetima) i imaju značajnu ulogu u ekonomskom rastu baš zbog toga što su oni zamišljeni kao alat za razvoj gospodarstva i stvaranje novih radnih mjesta, predstavljajući jedan od najrazvijenijih sustava za potporu novih poduzeća (Ivanković, Nedović i Đapić, 2015). U okviru studentskog poduzetničkog inkubatoru djeluju i studentska poduzeća kao metodičko-didaktičkog modela edukacije mladi ljudi za poduzetništvo. Ovakav način obrazovanja omogućuje poticanje i podržavanje poduzetničkog načina razmišljanja studenata, unaprjeđenje suradnje i umreživanje odgojno-obrazovnih ustanova i znanstveno-istraživačkih institucija s gospodarskim subjektima, prilikom stjecanja znanja uz mentorsko vođenje svih profesora, osposobili bi se svi zainteresirani student za osnivanje, vođenje, upravljanje malim poduzećima, pripremanje studenata za stvarni svijet poduzetništva te financijska, tehničku i savjetodavnu podršku studentima u osnivanju vlastitog poduzeća (Stanković, Peroš, Čizmadija, 2012). Kada govorimo o institucijama koje pomažu poduzetnicima u svim razvojnim fazama bitno je spomenuti i HAMAG BICRO¹⁰ koji je nastao 2014 godine spajanjem Hrvatske agencije za mala gospodarstva i investicije (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske (BICRO) a svrha spajanja ovih agencija jest *strateško*

⁹ Studentski poduzetnički inkubator

¹⁰ Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije

*kreiranje jedinstveno sustava koji će poduzetnicima pružiti podršku kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja – od istraživanja i razvoj ideje pa sve do komercijalizacije i plasmana na tržište. Svojim jamstvenim programom, sustavom bespovratnih državnih potpora, formiranjem mreže kompetentnih poslovnih savjetnika i ostalim radovima pokušavaju potaknuti ravnomjerni razvoj regija u RH i njima utjecati na brži rast malog i srednjeg poduzetništva kao i cjelokupnog gospodarstva, također svojom transparentnošću u poslovanju i otvorenim pristupu prema poduzetnicima, nastoje formirati društveno odgovornu i inspirativnu poduzetničku klimu. Također se mogu pohvaliti sa više od 9.3 mlrd. kuna investicija, sa više od 12.943 novih radnih mjesta, sa više od 2.4 mlrd. kuna investicija kroz financijske infrastrukture te više od 6.5 mlrd. kuna ugovorenih bespovratnih sredstva (<https://hamagbicro.hr/o-nama/>) . Kao potporu poduzetnicima možemo spomenuti i CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva) koja je neprofitna organizacija osnovana još 2001 godine na temelju Sporazuma između RH i Instituta Otvoreno društvo-Hrvatska. Ova organizacija je i prva think-tank¹¹ u Hrvatskoj koja se bavi problematikom malih i srednjih poduzeća. CEPOR želi utjecati na javno-političko okruženje naglašavajući ključnu ulogu poduzetništva kao razvoj hrvatskog gospodarstva. Organizacija djeluje u tri različite funkcije a to su (1) *Istraživanje: neovisna istraživanja vezana uz politiku razvoja poduzetništva i malih i srednjih poduzeća radi objektivnog definiranja problema i predlaganja rješenja.* (2) *Razvoj politike: savjetovanje vladinih institucija radi izgradnje zakonodavnog i institucionalnog kapaciteta Vlade za dizajniranje i implementiranje djelotvornih i ne diskriminirajućih politika razvoja malih i srednjih poduzeća.* (3) *Zagovaranje: organiziranje aktivnosti koje trebaju omogućiti malim i srednjim poduzećima da se o njihovim problemima čuje i raspravlja u javnosti, te da se preporuke prezentiraju Vladi radi postizanja konkretnog rješenja* (<http://www.cepor.hr/o-ceporu/sto-je-cepor/>).*

CEPOR također sudjeluje u projektu FAME – Family Business Sustainability and Growth koji razvija kurikulum na razini visokoškolskog obrazovanja usmjerenog na održivost i razvoj obiteljskog poduzeća a kombinirat će tradicionalni i suvremeni pristup u visokoškolskim obrazovanjima. Projekt je financirani sredstvima Europske unije, kroz program Erasmus + KA2 Strategic Partnership a provode ga sljedeće organizacije: Budapest Business School i Business Hungary – Business Representative Organisation (Mađarska), Cracow University of Economics

¹¹ Moderan tip neprofitne organizacije koja se bavi istraživanjem i edukacijom o određenoj javnoj politici ili problema, a s ciljem utjecaja na javnu raspravu i proces donošenja odluka.

(Posljska), Leeds Beckett University (Ujedinjeno Kraljevstvo), MAC – McKinsey & Company (Belgija). Projekt bi rezultirao sljedećim mogućnostima (<http://www.cepor.hr/family-business-sustainability-and-growth-fame-project/>):

- *Bolja povezanost programa partnerskih sveučilišta s potrebama malih i srednjih (obiteljskih poduzeća*
- *Razvoj kompetencija i vještina predstavnika partnerskih visokoškolskih institucija za kreiranje inovativnih obrazovnih modula i primjene inovativnih predškolskih pristupa u nastavnom procesu*
- *Unapređenje kvalitete obrazovnog programa akademskih institucija koje sudjeluju u projektu*
- *Studentima partnerskih sveučilišta kvalitetnu formalnu i praktičnu edukaciju iz područja obiteljskog poduzetništva*
- *Obiteljskim poduzećima znanja potrebna za osiguranje održivosti i razvoj poslovanja.*

4. Ernst & Young

Ernst & Young je globalni lider u pružanju usluga revizije, poreza, transakcija i poslovnog savjetovanja. Lokalno, predani su tome da učine svoj dio u izgradnji boljeg radnog svijeta za njihove zaposlenike, klijente i za cijelu zajednicu. S druge strane globalno su također ujedinjeni u zajedničkim vrijednostima koje inspiriraju ljude diljem svijeta i vode ih prema tome da učine pravu stvar, i njihova posvećenost kvaliteti koja je ugrađena u ono što jesmo i u sve što radimo. U Hrvatskoj imamo veliki izvor iskustva u obavljanju raznovrsnog asortimana usluga u različitim područjima i industrijama. S oko 200 profesionalnih zaposlenika, uključujući i 4 partnera, EY¹² ima neosporne vještine i iskustvo u pružanju prvoklasnih audita, poslovnog savjetovanja, računovodstva, podrške u poreznim i transakcijskim uslugama. Oni služe velikom broju organizacija, od velikih multinacionalnih kompanija do start-up-ova. (<https://www.ey.com/>)

Svake godine dodjeljuju prestižnu nagradu za EY Poduzetnik godine gdje se natječu poduzetnici iskoristili priliku i stvorili nešto novo te pokazali da je moguće pretvoriti u uspješan i profitabilni posao. Nagradu EY Poduzetnik godine je ove godine okupila 57 nacionalnih pobjednika iz 47 zemalja svijeta sa ukupnim prihodom od oko 43.8 bilijuna američkih dolara sa prosječnim prihodom od 933.5 milijuna američkih dolara, zajedno sa 159,720 zaposlenika od koji 83% čine privatne kompanije i 17% javne kompanije, sveukupno u zadnjih 19 godina 763 kompanije su se natjecale za prestižnu nagradu. Ove godine svečanost se održavala od 5. do 9. lipnja sa konkurencijom iz 47 zemalja svijeta a titulu EY Poduzetnika godine odnio je Brad Keywell sa kompanijom Uptake Tehnologies iz Sjedinjenje Američke Države; njegova tvrtka koristeći umjetnu inteligenciju pomaže velikom broju kompanijama iz različitih industrija kako bi povećale produktivnost i efikasnost. Uptake Tehnologies bio je i prvi Start-up pokrenuti u 2014 godini, koji je u najkraćem roku od 4 godine krećući od 50 zaposlenika to 450 i tako dosegao vrijednost od 2 milijarde dolara. (https://www.ey.com/en_gl/news/2019/06/brad-keywell-from-the-united-states-named-ey-world-entrepreneur-of-the-year-2019)

¹² Ernst & Young

4.1. EY Poduzetnik godine

Za svjetskog poduzetnika godine natjecao se i prošlogodišnji pobjednici EY Poduzetnik godine u Hrvatskoj Silvio Kutić, Izabel Jelenić i Roberto Kutić iz tvrtke Infobip. Infobip je tvrtka koja uspjeh gradi na komunikacijskoj platformi u obliku i uslugama koje mogu doprinijeti do gotovo sedam milijardi korisnika i stvari u više od 190 zemalja, omogućavajući tako mobilnu komunikaciju poslovnih subjekta da svojim korisnicima na svakom kanalu i uređuju u bilo kojem dijelu svijeta. Danas zapošljava više od 1.500 ljudi te kroz 61 ured posluje na 6 kontinenta, u 2018 godini 4.7 milijardi ljudi koristilo je njihove servise i usluge. Nagradu EY Poduzetnik godine svake godine dodjeljuje neovisni žiri u kojem nema predstavnika tvrtke EY, žiri čine iskusni poslovni lider koji mogu prepoznati nove lidere i njihove uspjehe kao i stručnjaci za poduzetništvo iz akademskih zajednica i drugih područja, također se žiriju svake godine pridružuje i dobitnik nagrade. Žiri donosi odluke na temelju globalnih kriterija ocjenjivanja koji, uz opće uvijete uključuje sljedeće (https://www.ey.com/en_gl/weoy) :

- Poduzetnički duh
- Inovativnost
- Strateško usmjerenje
- Financijsku uspješnost
- Nacionalni / regionalni doseg
- Osobni integritet

Kandidati za nagradu također moraju ispunjavati sljedeće opće uvjete :

„ Moraju biti zaslužni za poslovni uspjeh odgovarajuće tvrtke ili tvrtke za koju kandidat radi, s najmanje 2 godine na upravljačkoj poziciji u kontinuitetu; Moraju imati značajan vlasnički udio u tvrtki. Ako se radi o dioničkom društvu, kandidat mora biti suvlasnik i imati status koji mu/joj omogućuje ključni utjecaj na donošenje odluka i djelovanje upravnog odbora; Tvrtka mora aktivno poslovati barem tri godine i imati minimalno 20 zaposlenika; Tvrtka ne može biti podružnica ili predstavništvo strane tvrtke; Ako tvrtka upravlja upravljački tim, svi moraju zadovoljavati gore navedene kriterije, a maksimalan broj kandidata za nagradu je tri člana upravljačkog tima. „

EY Poduzetnik godine u Hrvatskoj prvi put se počeo dodjeljivati 2014 godine i te godine titulu su odnijeli Alan Sumina i Zoran Vučinić, poduzetnici i vlasnici tvrtke Nanobit iz Zagreba, titulu su izborili u konkurenciji od 28 poduzetnika a u finalu se našlo još pet

poduzetnika. Tvrtka Nanobit osnovali su 2008 godine a bavi se proizvodnjom mobilnih aplikacija i igara koje su u Apple Storeu preuzete preko 40 milijuna puta. Tvrtka nanobit bilo je jedna od najbržih tehnoloških tvrtku u Europi i jedna od Najboljih poslodavaca 2014 godine u Hrvatskoj. Njihove stope sljedeće 2015 godine prati Đuro Horvat iz tvrtke Tehnix u konkurenciji od 30 poduzetnika. Tvrtka Tehnix vodeća je eko industrija u ovom dijelu Europe za projektiranje, proizvodnju, servisiranje strojeva, opreme, postrojenja i tehnologije za zaštitu okoliša, tvrtka je osnovana prije 29 godina a ima više od 325 stalno zaposlenih, 50 vlastitih patenata i inovacija te preko 350 vlastitih proizvoda koji se plasiraju na domaće i svjetsko tržište. 2016 godine titulu EY Poduzetnika godine osvojio je Marko Pipunić iz tvrtke Žito, tvrtka se kroz 29 godina poslovanja i integracijom u svih subjekata u Žito grupi profilirala u vodeće regionalnog proizvođača hrane s oko 1.500 ljudi. Pretposljednji dobitnik nagrade 2017 godine bio je Mate Rimac iz tvrtke Rimac Automobili gdje se borio u konkurenciji od 36 poduzetnika iz 28 domaćih tvrtki. Rimac Automobil i Greyp Bikes do danas su privukle preko 40 milijuna eura od internacionalnih investitora te broje preko 350 zaposlenika koji razvijaju i proizvode pogonske komponente za vodeće proizvođače automobila u svijetu (<https://www.ey.com/hr/en/home/ey-prijave-i-kriteriji-sudjelovanja>) .

5. Istraživanje

Kako bi se ustanovile koje su glavne karakteristike i vještine poduzetnika, te kakvo se znanje dobiva prilikom školovanja, napravljena je anketa u koju joj su ispitanici bili isključivo studenti Sveučilišta Sjever, prvo su popunjavali demografska pitanja o sebi, nakon toga su popunjavali pitanja vezano uz obrazovanje koje su dobili vezano uz poduzetništvo i poduzetnika kroz svoje fakultetsko obrazovanje te neka pitanja koja su ih navodila da razmisle o razlikama između poduzetnika i menadžera u nekoj tvrtki, zadnji dio ankete je bio namijenjen u svrhe da li se ispitanici osjećaju kao poduzetnicu te su odlučivali koje od navedenih tvrdnji odgovara njihovom karakteru.

5.1. Uzorak

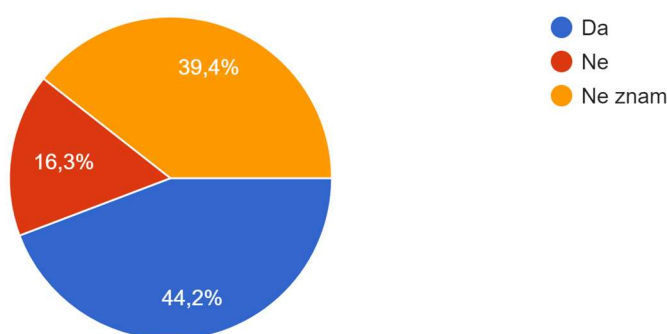
Ukupan broj uzoraka za ovo istraživanje je bilo 104 ispitanika, od čega je 63 (60,6%) ispitanika ženskog spola dok ostalih 41 (39,8%) muškog spola. Kada govorimo o godinama ispitanika, do 21 godinu života bilo je 44 (42,3%) ispitanika, od 22-29 godina bilo je 43 (41,3%), od 30 do 39 bilo je 13 (12,5%), od 40 do 49 godina bilo je 4 (3,8%) ispitanika, a starije od 50 godina nije bilo. Sljedeće pitanje se odnosila na to koju su srednju školu ispitanici završili, gdje najviše njih 44 (42,3%) završilo Ekonomsku srednju školu, a njih 28 (26,9%) Gimnaziju, 16 (15,4%) završilo je Tehničku srednju školu te ostalih 16 je završilo ostale srednje škole. 94 (97,8%) ispitanika studira na odjelu Poslovanje i menadžment a ostatak na ostalim odjelima Sveučilišta Sjever, nakon toga ispitanici su odgovarali na pitanje koja su godina studiranja, gdje je njih najviše 26 (25%) 1. godina – redovno, za njima je 23 (22,1%) ispitanika 3. godina – redovno, 22 (21,2%) 1. godina – izvanredno, 16 (15,4%) 2. godina – redovno, 12 (11,5%) 3. godina – izvanredno i njih 5 (4,8) 2.godina -izvanredno.

5.2. Edukacija poduzetnika

Sljedeća pitanja se odnose na ispitanikovo dobiveno znanje tijekom studiranja i mišljena vezana uz razlike između poduzetnika i menadžera u tvrtki. Na pitanje „ Da li smatrate da ste tijekom svog obrazovanja stekli potrebna znanja kako postati poduzetnik?“ Najviše je ispitanika odgovorilo sa „Da“ odnosno njih 46 (46,2%) dok je njih 41 (39,4%) odgovorila sa „ Ne znam“, i njih 17 (16,3%) sa odgovorom „Ne“

Da li smatrate da ste tijekom svog obrazovanja stekli potrebna znanja kako postati poduzetnik?

104 odgovora



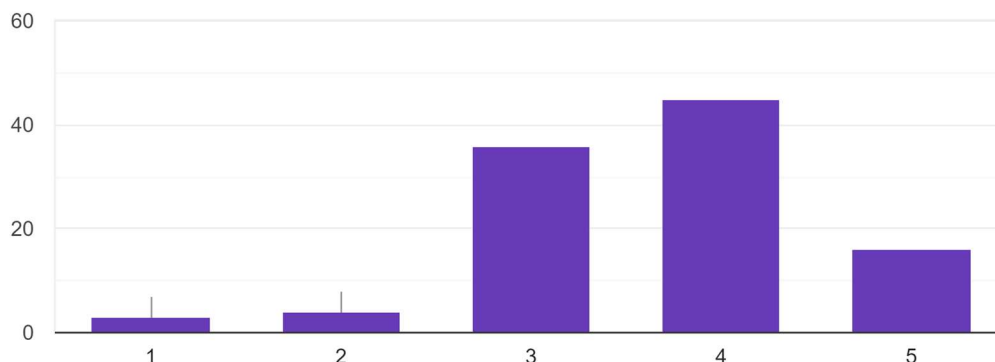
Grafikon 1. Potrebna znanja za postati poduzetnik

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Na sljedeće pitanje „ U kojoj mjeri smatrate da sadašnji kolegiji koji govore o poduzetništvu su zanimljivi?“ ispitanici su odgovarali tako da su odabirali broj koji se slaže sa njihovim mišljenjem a raspon se kretao od 1 (Nimalo zanimljiv) do 5 (Vrlo zanimljiv). Najviše je ispitanika njih 45 (43,3%) je odabralo 4 dok je njih 36 (34,6%) odabralo 3, dok je njih 16 (15,4%) odabralo 5.

U kojoj mjeri smatrate da sadašnji kolegiji koji govore o poduzetništvu su zanimljivi?

104 odgovora



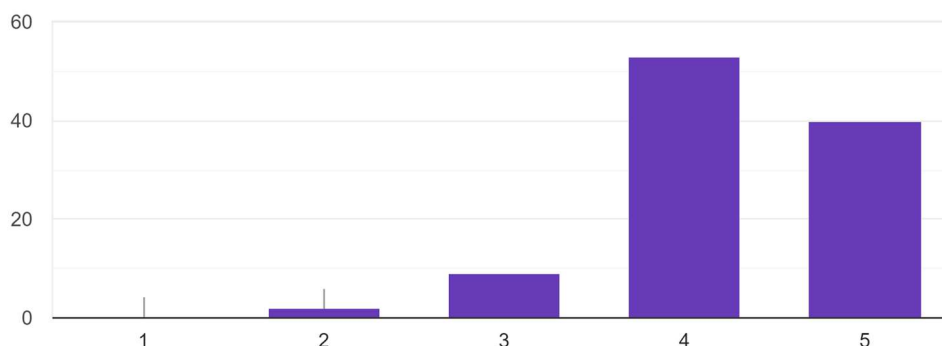
Grafikon 2. Zanimljivost sadašnjih kolegija

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeće pitanje se odnosila na učenje o poduzetništvu ali preko primjera iz prakse a ne kao teorijski kolegij, a pitanje glasi: „Kada bi vam se pružila mogućnost da učite o poduzetništvu preko primjera iz prakse, u kojoj mjeri bi pohađali taj kolegij?“. Na ovo pitanje se također odgovaralo sa rasponom od 1 do 5, a najviše ispitanika 53 (51%) se odlučilo za 4 a njih 40 (38,5%) za najviši raspon od 5, njih 9 (8,7%) je odabralo 3, dvoje ispitanika je odabralo 2 i nitko nije odabrao 1.

Kada bi vam se pružila mogućnost da učite o poduzetništvu preko primjera iz prakse, u kojoj mjeri bi pohađali taj kolegij?

104 odgovora



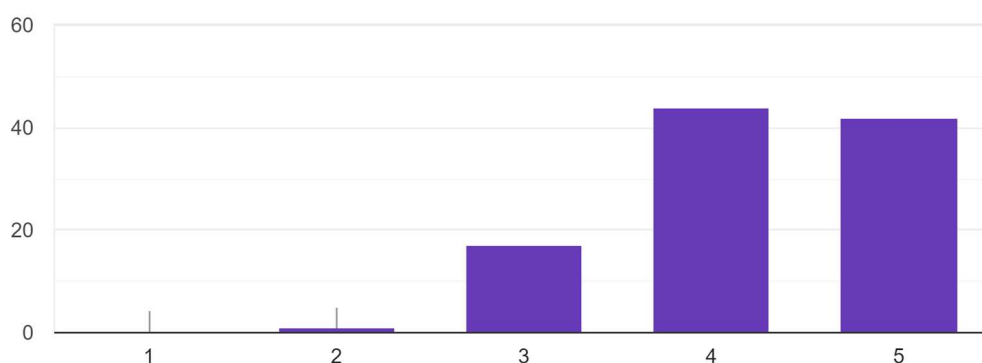
Grafikon 3. Kolegij kao primjer iz prakse

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Ispitanici u svojem studiranju moraju odraditi i dio prakse kako bi mogli steći iskustvo iz prve ruke, stoga se sljedeće pitanje odnosi bas na taj dio a pitanje glasi: „U kojoj mjeri bi vas privuklo odrađivanje prakse kod poduzetnika?“. Kod pregleda odgovora najviše njih 44(42,3%) se ipak odlučilo za ocjenu 4, no samo za tri ispitanika manje 42 (40,4%) se odlučilo za ocjenu 5, dok se njih 17 (16,3%) odlučilo za ocjenu 3 i samo jedan se odlučio za 2 dok za ocjenu 1 nije bio ni jedan ispitanik.

U kojoj mjeri bi vas privuklo odrađivanje prakse kod poduzetnika ?

104 odgovora



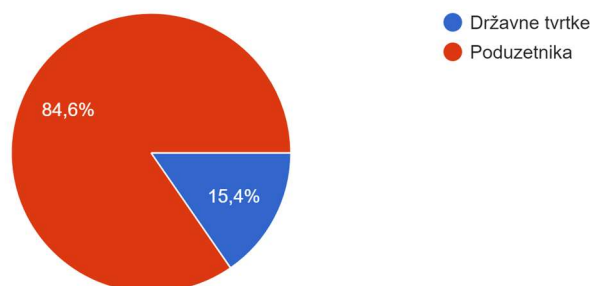
Grafikon 4. Praksa

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Na pitanje „Gdje mislite da bi mogli steći više znanja tijekom odrađivanja prakse?“ bilo je ponuđeno samo dva odgovora; Državna tvrtka ili Poduzetnik. Najviše je ispitanika 88 (84,6%) odlučilo da bi više znanja mogli steći kod poduzetnika, dok je njih 16 (15,4%) odlučilo da bi više znanja mogli ipak steći u državnoj tvrtki.

Gdje mislite da bi mogli steći više znanja tijekom odrađivanja prakse?

104 odgovora



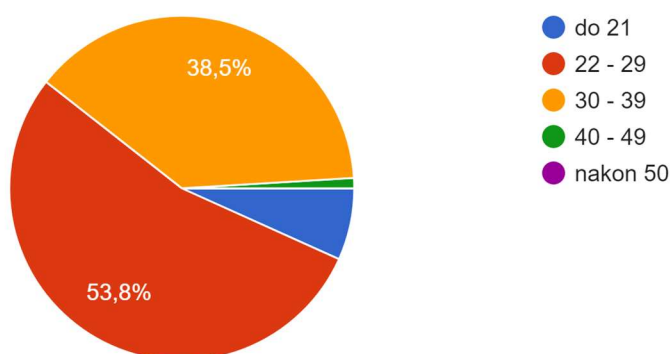
Grafikon 5. Odrađivanje prakse

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeća pitanja se odnose na to kako mi gledamo na poduzetnika, stoga pitanje glasi: „U kojoj godini života smatrate da bi bilo najbolje započeti poduzetnički pothvat?“ Kod ovog pitanja ispitanicima su bili ponuđeni odgovori sa rasponom godina života, kod odlučivanje njih 56 (53,8%) se odlučilo da je najbolje započeti u razdoblju od 22 godine života pa do 29 godine života, njih 40 (38,5%) se odlučilo da bi započeti poduzetnički pothvat ipak bilo bolje od 30 godine života pa do 39 godine života.

U kojoj godini života smatrate da bi bilo najbolje započeti poduzetnički pothvat?

104 odgovora



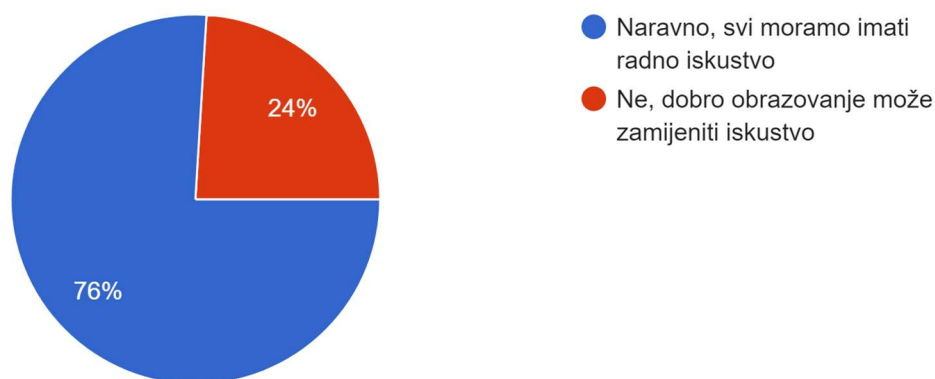
Grafikon 6. Poduzetnički pothvat

. Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Kod pitanja „ Da li bi poduzetnik prije pokretanja poduzeća trebao imati radno iskustvo?“ ispitanicima je bilo ponuđeno dva odgovora; Naravno, svi moramo imati radno iskustvo i Ne, dobro obrazovanje može zamijeniti iskustvo. Prilikom odlučivanja većina 79 (76%) se odlučila za odgovor da svi moraju imati radno iskustvo dok se njih 25 (24%) odlučila da dobro obrazovanje može zamijeniti iskustvo.

Da li bi poduzetnik prije pokretanja poduzeća treba imati radno iskustvo?

104 odgovora



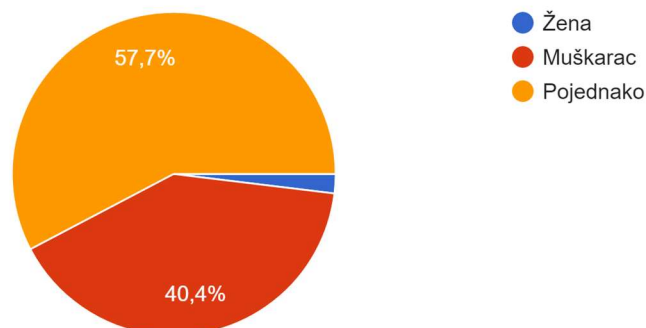
Grafikon 7. Radno iskustvo

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeće pitanje se odnosilo na razliku u poduzetništvu između žena i muškarca, a pitanje je glasi: „ Smatrate da veće šanse za uspjeh u poduzetništvu ima žena ili muškarac (s jednakim obrazovanjem)?“ Najviše je ispitanika njih 60 (57,7%) odlučilo da za uspjeh u poduzetništvu i muškarac i žena imaju podjednake šanse te njih 42 (40,2%) smatra da ipak muškarci imaju veće šanse za uspjehom u poduzetništvu od žena i dvoje smatra kako žena može imati veće šanse za uspjeh od muškarca.

Smatrate da veće šanse za uspjeh u poduzetništvu ima žena ili muškarac (s jednakim obrazovanjem) ?

104 odgovora



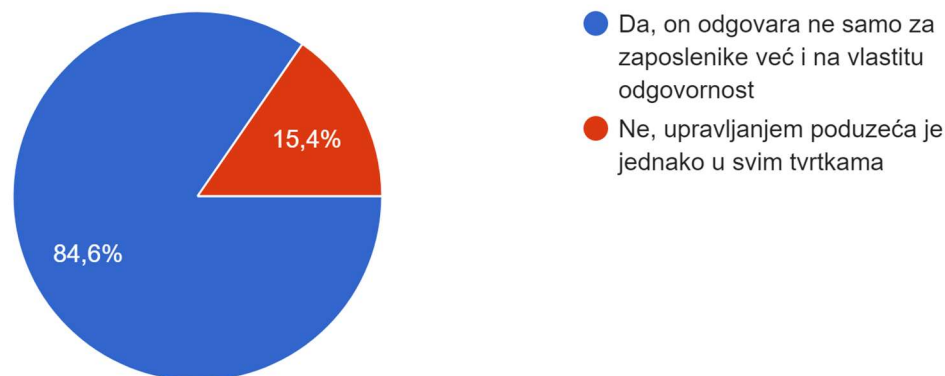
Grafikon 8. Razlika žena i muškarca

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sada dolazimo do pitanja vezano uz to da li poduzetnik i menadžer u tvrtki imaju jednake obaveze, stoga na pitanje „Smatrate da je poduzetnik pod većim pritiskom i stresom od menadžera u nekim drugim tvrtkama?“ ispitanici su mogli odabrati između dva ponuđena odgovora; Da, on odgovara ne samo za zaposlenike već i na vlastitu odgovornost; Ne, upravljanje poduzećem je jednako u svim tvrtkama. Većina ispitanika njih 88(84,6%) se odabralo za prvi odgovor da je poduzetnik pod većim pritiskom i stresom od samog menadžera u nekoj tvrtki, dok je njih 16 (15,4%) odlučilo da je upravljanje jednako i oba menadžera su pod jednakim pritiskom.

Smatrate da je poduzetnik pod većim pritiskom i stresom od menadžera u nekim drugim tvrtkama?

104 odgovora



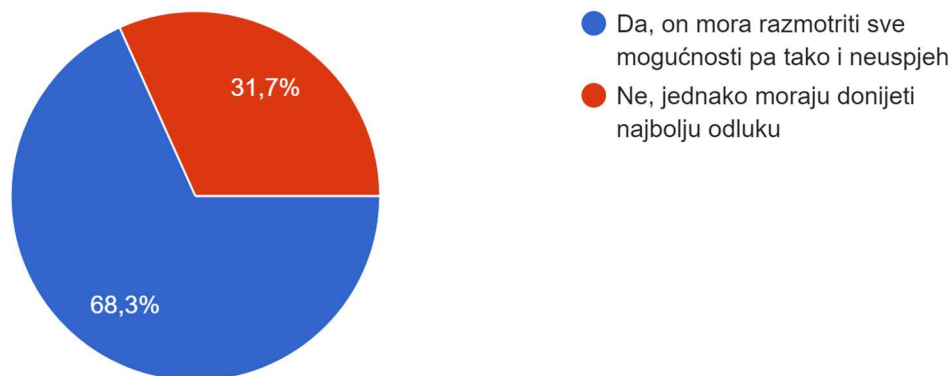
Grafikon 9. Razlika u pritisku i stresu kod poduzetnika i menadžera

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Kod pitanja „Smatrate da poduzetnik razmišlja drugačije kod donošenja odluka od menadžera u nekoj firmi?“ ispitanici su također imali ponuđena dva odgovora; Da, on mora razmotriti sve mogućnosti pa tako i neuspjeh; Ne, jednako moraju donijeti najbolje odluke. Kod ovog pitanja smanjila se razlika u pa tako njih 71 (68,3%) ispitanika smatra da poduzetnik mora razmišljati drugačije od menadžera a njih 33 (31,7%) smatra da ipak moraju jednako donosi najbolje odluke za poduzeća.

Smatrate da poduzetnik razmišlja drugačije kod donošenja odluka od menadžera u nekoj drugoj firmi?

104 odgovora



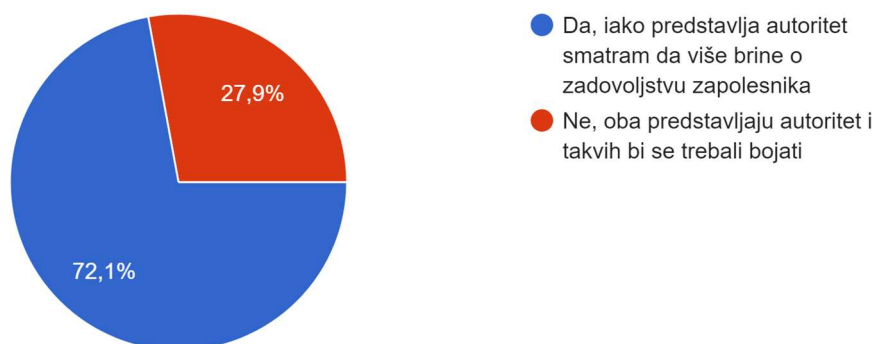
Grafikon 10. Donošenje odluka kod poduzetnika i menadžera

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Kod pitanje „Smatrate da vam je lakše i sigurnije razgovarati sa poduzetnikom nego menadžerom u nekoj drugoj firmi?“ Ispitanici su odlučili da njih 75 (72,1%) smatra da, je lakše i sigurnije razgovarati sa poduzetnikom jer se više brine o zadovoljstvu zaposlenika, dok je njih 29 (27,9%) odlučilo da im nije lakše te da oba predstavljaju autoritet.

Smatrate da vam je lakše i sigurnije razgovarati sa poduzetnikom nego menadžerom u nekoj drugoj firmi?

104 odgovora



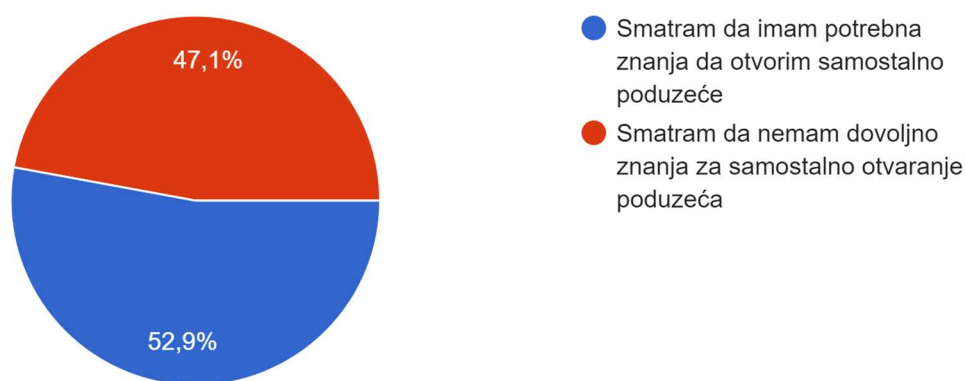
Grafikon 11. Predstavljanje autoriteta

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeća pitanje se odnose na ispitanikovo mišljenje o tome da li on može postati poduzetnik, a pitanje glasi: „Prema dobivenom obrazovanju o poduzetništvu smatrate li da imate potrebno znanje za otvoriti samostalno vlastito poduzeće?“ Tu su ispitanici bili podijeljeni te je tako 55 (52,9%) njih odgovorila da smatraju da imaju dovoljno znanja za otvaranje poduzeća, a njih 49 (47,1%) da ipak nemaju dovoljno znanje kako bi samostalno otvorili poduzeće.

Prema dobivenom obrazovanju o poduzetništvu smatrate li da imate potrebno znanje za otvoriti samostalno vlastito poduzeće?

104 odgovora



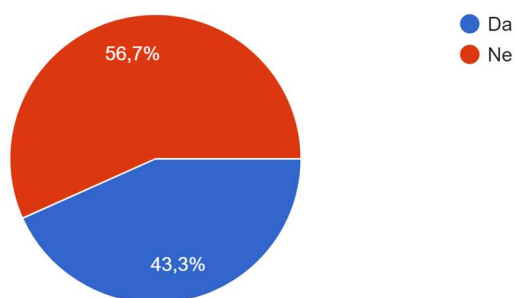
Grafikon 12. Otvaranje poduzeća

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Također su ispitanici odgovarali na pitanje „ Da li ste tijekom obrazovanja razmišljali o tome da postanete poduzetnik/ca?“, gdje se ipak više 59 (56,7%) ispitanika odlučila da nisu razmišljali o tome da postanu poduzetnici dok njih 45 (43,3%) je razmišljalo o ideju da postanu poduzetnici.

Da li ste tijekom obrazovanja razmišljali o tome da postanete poduzetnik/ca?

104 odgovora



Grafikon 13. Želim postati poduzetnik

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeća pitanja su bila postavljena sa slobodnim odgovorima i nisu bila obavezna te se nadovezuju na prethodno pitanje. Prvo pitanje je glasilo: „Što vas je potaknulo na to da bi željeli postati poduzetnik/ca?“ Najviše je odgovora bilo sama želja za uspjehom i da se bude samostalno, također neki od odgovora bili su usmjereni prema tome da nemaju nadređene, da ih je potakao neki njihov uzor.

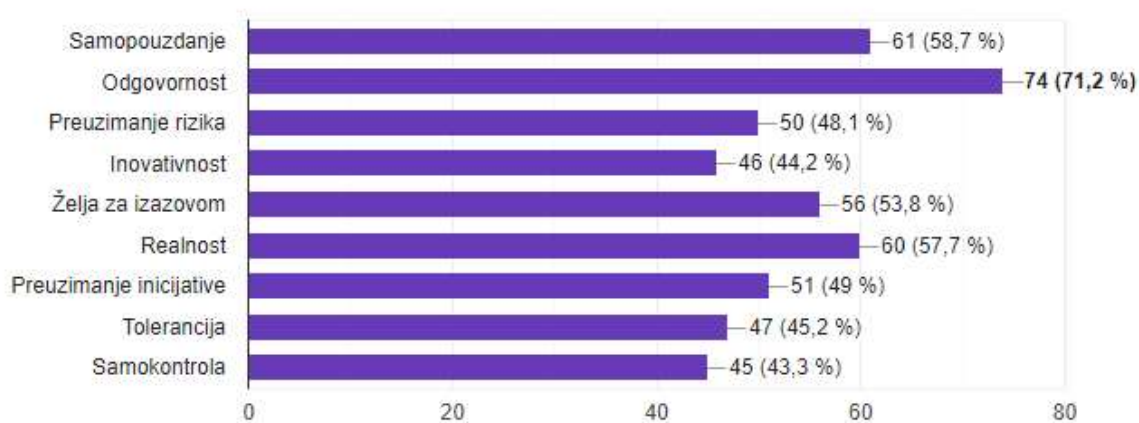
Sljedeće pitanje je bilo „ Zašto ne želite postati poduzetnik/ca?“ gdje su ispitanici najviše odgovarali kako je to za njih strah od neuspjeha te veliki rizik, dok je nekolicina njih odgovorilo da nemaju dovoljno znanja ili iskustva za pokretanje svojeg poslovanja.

5.3. Jesam li ja poduzetnik?

Sljedeća pitanja se odnose na mišljenja ispitanika o tome da li imaju karakteristike poduzetnika i što su sve spremi učiniti kao poduzetnici. Kako je već navedeno u radu poduzetnike vežu neke jednake karakteristike i osobine, stoga su ispitanici dobili pitanje da označe koje osobine vještine oni sami posjeduju te koje od sljedeći osobina i karakteristika poduzetnika je najčešća kod studenta sa primarnim znanjem o poduzetništvu. Pet odgovora sa najvećim brojem ispitanika su: Odgovornost 74 (71,2%), Samopouzdanje 61 (58,7%), Realnost 60 (57,7%), Želja za izazovom 56 (53,8%) i Preuzimanje inicijative 51 (49%).

Koje od sljedećih osobina smatrate točnima za vas?

104 odgovora



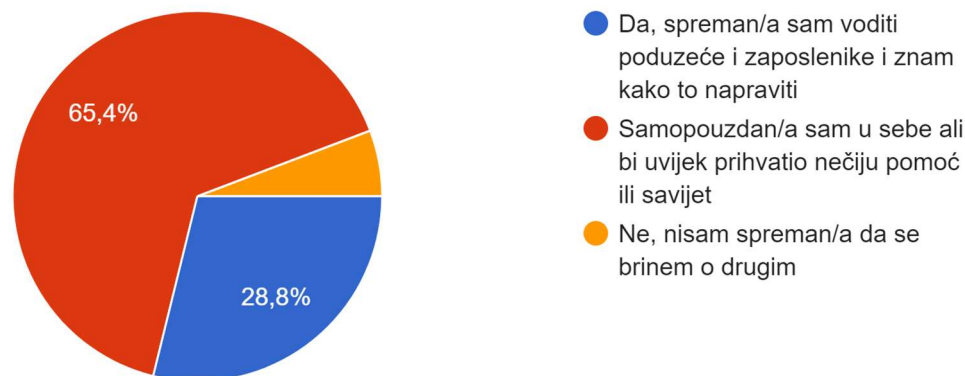
Grafikon 14. Karakteristike i osobine poduzetnika

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Sljedeća pitanje se odnose na ispitanikovo mišljenje o tome kako reagiraju u pojedinim situacijama, prva karakteristika za koju se postavljalo pitanje je bilo Samopouzdanje, stoga sljedeće pitanje glasi: „ Imam li dovoljno samopouzdanja u sebe kao vođu poduzeća i zaposlenika?“ Najviše ispitanika 68 (65,4%) je odgovorila da su samopouzdana u sebe ali bi uvijek prihvatili nečiju pomoć ili savjet, dok je njih 30 (28,8%) odgovorila da su samopouzdana za vođenje i znaju kako to napraviti.

Imam li dovoljno samopouzdanja u sebe kao vođu poduzeća i zaposlenika?

104 odgovora



Grafikon 15. Samopouzdanje

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Odgovornost je bila jedna od karakteristika za koju je najviše ispitanika odlučilo da vrijedi za njih a mišljena za sljedeće pitanje „Da li ste spreman/a preuzeti odgovornosti?“ su bilo podijeljena sa 53 (51%) ispitanika odgovorila da uvijek preuzimaju odgovornost za svoje postupke i 49 (47,1%) ispitanika smatra da će preuzeti odgovornost ako ne šteti njima ili drugima.

Da li ste spreman/a preuzeti odgovornosti?

104 odgovora



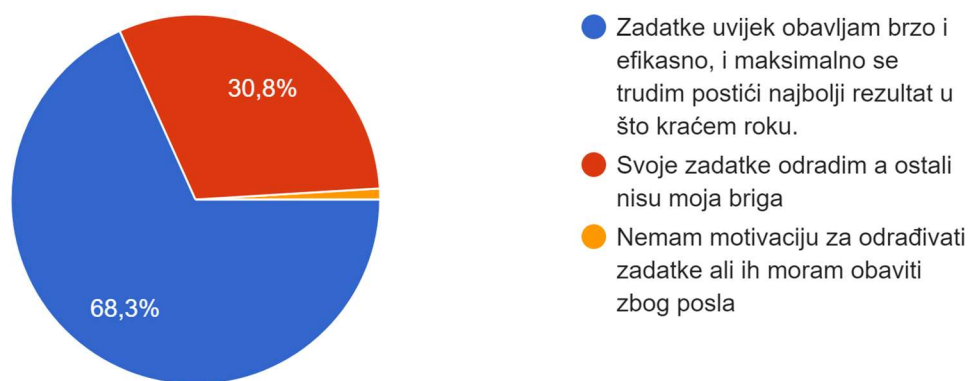
Grafikon 16. Odgovornost

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Pitanje „ Jesam li dobar radnik?“ susrećemo vrlo često i pitanje je koje se postavlja u svim dijelovima organizacije pa tako i samom poduzetniku. Ispitanici na ovo pitanje su najviše 71 (68,3%) odgovorili da svoje zadatke uvijek obavljaju brzo i efikasno i da se maksimalno trudne postići što bolji rezultat u što kraćem roku, dok je njih 32 (30,8%) odgovorilo da svoje zadatke odrade ali ostali zadaci koji nisu namijenjeni njima nisu njihova briga.

Jesam li dobar radnik?

104 odgovora



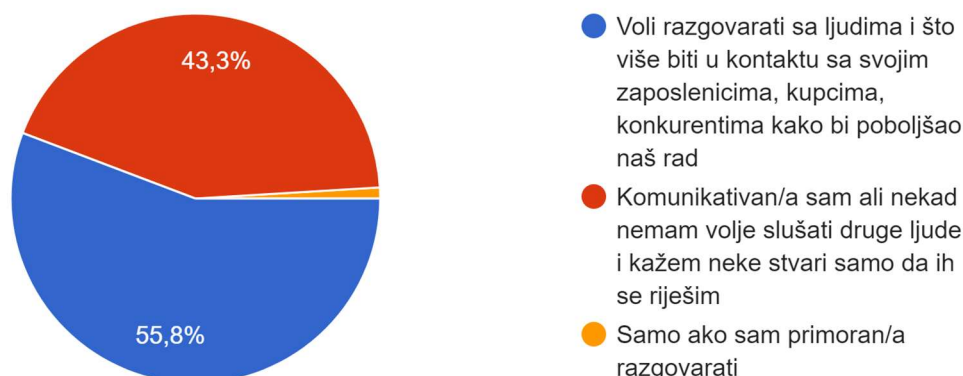
Grafikon 17. Dobar radnik

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Često u poslovnom svijetu dolazi do greške u komunikaciji i nekakvoj ne toleranciji prema određenim zaposlenicima, kao poduzetnik karakteristike dobre komunikacije i tolerancije su vrlo bitne u održavanju zadovoljnih zaposlenika stoga sljedeće postavljeno pitanje je glasilo: Jesam li dovoljno komunikativan i tolerantan prema drugima?, gdje je 58 (55,8%) ispitanika odgovorila da vole razgovarati sa ljudima i pokušavaju što više biti u komunikaciji sa svi aspektima poslovanje radi poboljšanja rada, dok je njih 45 (43,3%) odgovorilo kako u komunikativne osobe ali nekad nemaju volje za slušanjem problem drugih ljudi i reagiraju u to trenutku tako da ih samo riješe.

Jesam li dovoljno komunikativan i tolerantan prema drugima?

104 odgovora



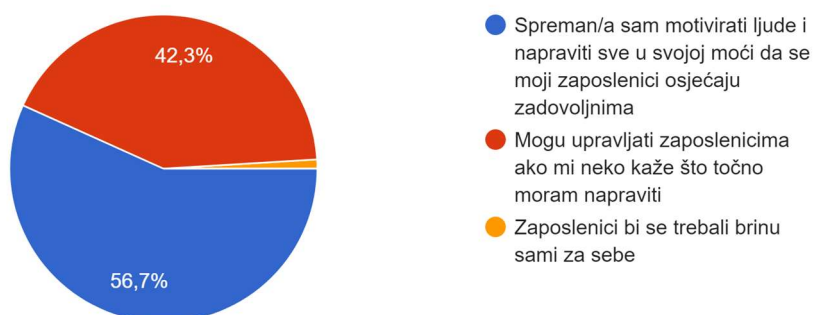
Grafikon 18. Komunikativnost i tolerancija

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Mnoštvo ljudi se u svojem životu susrelo sa rečenicama kao što su „to mogu i ja“, „ako on može biti šef mogu i ja“, i većina ljudi koja krene u poduzetničke vode kreće baš iz razlog što žele biti samostalni i što smatraju da mogu odraditi bolji posao u vođenju i upravljanju poduzeća pa tako i zaposlenika. Na sljedeće pitanje „ Mogu li upravljati zaposlenicima?“ ispitanici su sa 59 (56,7%) odlučili da su spremni motivirati ljude i napraviti sve u njihovoj moći kako bi se zaposlenici osjećali zadovoljnima, također je njih 44 (4,3%) odgovorilo kako bi mogli upravljati zaposlenicima ako im neko drugi kaže kako i što moraju napraviti.

Mogu li upravljati zaposlenicima?

104 odgovora



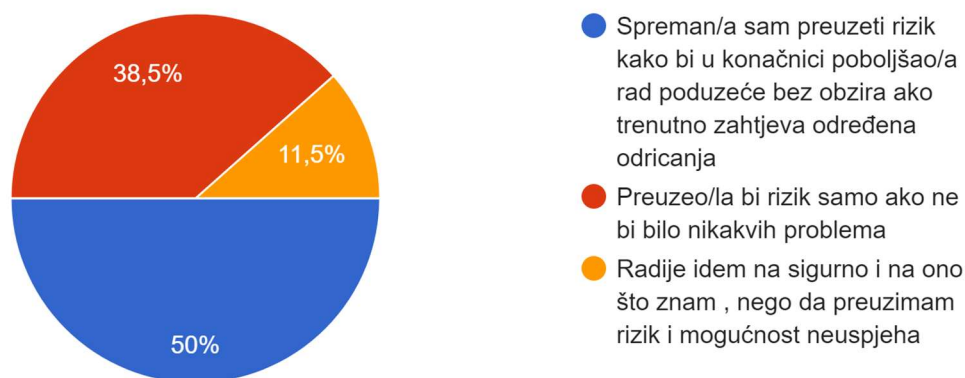
Grafikon 19. Upravljanje zaposlenicima

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Iz prijašnjih pitanja iz ovog istraživanje na pitanje zašto ne bi htjeli biti poduzetnici najčešći razlog je bio zbog rizika koji nosi otvaranje vlastitog poduzeća, stoga se postavilo i sljedeće pitanje „ Jesam li spreman/a preuzeti rizik?“ iako se većina njih ne bi odlučili za poduzetništvo baš iz tog razloga, polovica ispitanik 52 (50%) je ipak odlučila da su spremni preuzeti rizik kako bi u konačnici poboljšali rad poduzeća bez obzira na odricanja koja bi možda zahtijevala, njih 40 (38,5%) je odlučilo da bi se usudili preuzeti rizik ako ne bi bilo nikakvih komplikacija i problema, te njih 12 (11,5%) ne bi preuzimalo rizik i radije bi krenuli sigurnim putem i onim čime znaju nego da dožive mogući neuspjeh .

Jesam li spreman/a preuzeti rizik?

104 odgovora



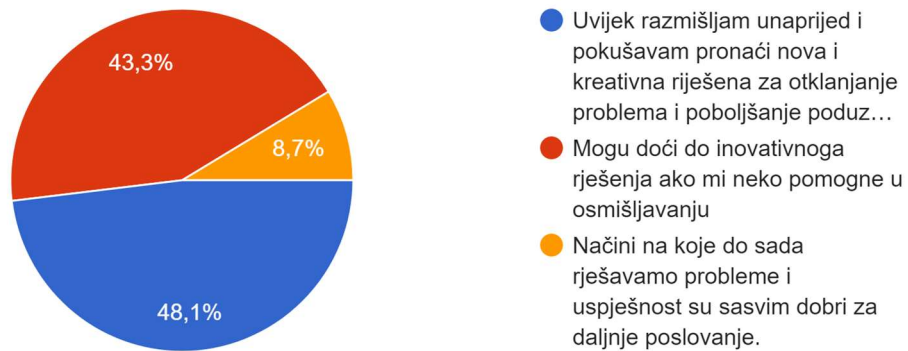
Grafikon 20. Preuzimanje rizika

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Kako bi se poduzetnik mogao isticati na tržištu svojim proizvodom i stvoriti konkurenciju oni bi trebao biti inovativan u svim aspektima poslovanja. Na pitanje „ Jesam li ja inovativan/a?“ mišljenja su bilo podjednaka sa 50(48,1%) ispitanika se odlučilo da uvijek razmišljaju unaprijed i pokušavaju pronaći nova i kreativna rješenja za otklanjanje problema i poboljšanje poduzetništva, dok je njih 45 (43,3%) odlučilo da mogu doći do inovativnog rješenja ali uz nečiju pomoć u smišljanju ideje, te njih 9 (8,7%) koji razmišljaju na način da stari sustav po kojem se posluje je sasvim dovoljan i uspješan za poslovanje.

Jesam li ja inovativan/a ?

104 odgovora



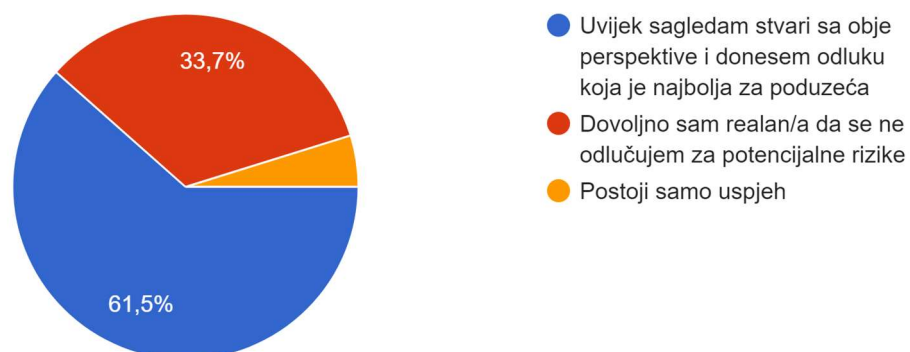
Grafikon 21. Inovativnost

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Kako bi poduzetnik mogao sagledati obje strane i procijeniti kada se nešto isplati za poduzeće a kada ne, trebao bi dovoljno realan kako bi to poduzeće moglo uspješno poslovati. Na pitanje „Jesam li dovoljno realan/a za vođenje poduzeća?“ Najviše je ispitanika njih 64 (61,5%) odgovorilo da uvijek sagledaju stvari sa obje perspektive i donese prema tome odluke, dok je njih 35 (33,7%) odgovorilo da su dovoljno realni da se ne upuštaju u potencijalne rizike te njih 5(4,8%) smatra kako postoji samo uspjeh.

Jesam li dovoljno realan/a za vođenje poduzeća?

104 odgovora



Grafikon 22. Realnost

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Prilikom sklapanja novih poslova poduzetnik mora biti svjestan svih mogućnosti ali tako i rizika koje stvaraju novi poslovi, on mora svojevolumno odlučiti za dobrobit poduzeća i svojih zaposlenika te prema tome mora imati određenu samokontrolu. Na pitanje „Imam li samokontrolu prilikom sklapanja poslova?“ Ispitanici su bili podijeljeni u odgovorima te tako je njih 51 (49%) odgovorilo da će uvijek sklopiti posao koji pozitivno utječe na poslovanje i zaposlenike te nikad ne bi stavljali svoje potrebe iznad drugih, s druge strane njih 49 (47,1%) je odgovorilo da će odabrati ono što je najbolje za poduzeće ali ako im ukaže prilika za dodatnu vlastitu koristi, prihvatiti će je.

Imam li samokontrolu prilikom sklapanja poslova?

104 odgovora



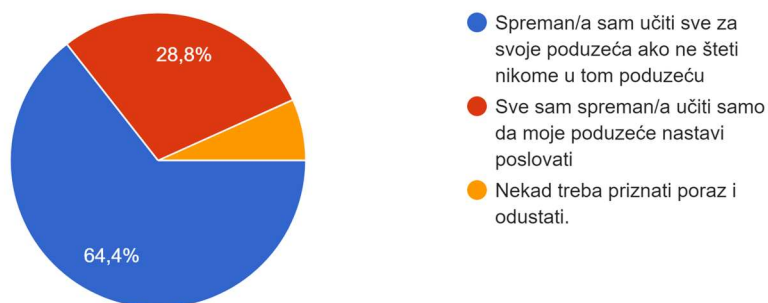
Grafikon 23. Samokontrola

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

Posljednje pitanje u ovom istraživanju je glasilo: „Jesam li spreman/a učiniti sve za svoje poduzeće?“ koje se često postavlja u svim poduzećima a najviše kada je poduzeće u lošem periodu poslovanja a naši ispitanici su odgovorila sljedeće: 67 (64,4%) je odgovorilo da su spremni učiniti sve za svoje poduzeće ako ne šteti nikome u tom poduzeću dok je njih 30 (28,8%) odgovorila da su spremni učiniti sve samo da poduzeće nastavi posloovati.

Jesam li spreman/a učiniti sve za svoje poduzeće?

104 odgovora



Grafikon 24. Spremnost na učiniti sve za poduzeće

Izvor: Interpretacija podataka, izvorno autorski

5.4. Rezultat istraživanja

Nakon sagledavanja svih rezultata ovog istraživanja možemo zaključiti da najviši broj ispitanika su bile ženske osobe u dobi do 21 godine života, koje studiraju na Sveučilištu Sjever. Prilikom odgovaranja na pitanja o edukaciji poduzetnika došlo je do zaključka da kada bi se studenima pružila prilika slušanje nastavnog kolegija o poduzetništvu kroz određene primjere iz prakse, studenti bi više bili zainteresirani za učenje o poduzetništvu, također bi većina njih odabrala poduzetnika za odraditi stručnu praksu kroz svoje fakultetsko obrazovanje. Kada se je pitalo ispitanike koji od ponuđenih karakteristika poduzetnika oni sami posjeduju, najviše njih je odlučilo da su: odgovorni, samopouzdana i realni kao poduzetnici.

6. Zaključak

Poduzetništvo se spominjalo već u 17 stoljeću, gdje se poduzetnik smatrao osobom koja je ulazila u neki sporazum sa vladom kako bi obavljali neki posao, danas se ta definicija znatno razlikuje. Sve definicije o poduzetniku i poduzetništvu su podjednake ili slične a govore o tome da je poduzetnik osoba koja ulaže svoj novac u ideju koju će realizirati kroz svoje poduzeće, snoseći određeni rizik za neuspjehom. Kako bi se poduzetnik mogao razlikovati od menadžera on posjeduje određene karakteristike koje su specifične bas za njega. Poduzetnik mora svjesno preuzimati rizik dok u isto vrijeme mora biti dovoljno realan kod zaključivanja, mora znati dobro upravljati zaposlenicima i dobro motivirati kako bi poduzeće bilo što uspješnije, mora znati kako plasirati proizvod na tržište i steći konkurentsku prednost, on kao osoba koja je zadužena za cijelo poduzeće mora imati vještine u svim segmentima kroz poduzeće.

Obrazovanje poduzetnika je ključni dio u stvaranju novih poduzetnika, važnost obrazovanja je u činjenici da se budućim poduzetnicima pomaže sa problemima na koje nailaze, iako formalno obrazovanje nije nužno kako bi pokretanje poslovanje i postali poduzetnik, ono ipak pruža dobru podlogu u svim fazama razvoja poduzeća. Vrlo je bitno takvo obrazovanje implementirati u što ranijoj dobi kako bi se to obrazovanje moglo oblikovati prema potrebama. Poduzetničko obrazovanje se nudi kroz različite seminare u privatnim škola kao i na fakultetima, na poslijediplomskim ekonomskim studijima a i danas se počinje primjenjivati i u srednjim školama. Kroz takvo obrazovanje postoje bezbroj mogućnosti a ponajviše to da školarci i studenti mogu razmišljati i djelovati kao sami poduzetnici uz pomoć vlastiti mentora. U današnje vrijeme postoje Studentski poduzetnički inkubatori koji studente koji su zainteresirani za to područje uvodi u svijet poduzetnika, pomažu im u realizaciji ideja i vode ih kroz sve faze razvoja poduzeća uz stručne mentore i uzore. Svake godine kompanija Ernst & Young svake godine dodjeljuje prestižnu nagradu „EY Poduzetnik godine“ koju je ove godine odnio Brad Keywell sa kompanijom Uptake Technologies iz Sjedinjenje Američke Države a u borbi za nagradu je bio i Hrvatski trojac Silvio Kutić, Izabel Jelenić i Roberto Kutić iz tvrtke Infobip koji su bili prošlogodišnji Hrvatski pobjednici „Poduzetnika godina“.

U istraživanju koje je provedeno u sklopu ovog rada došlo je do zaključka da kada bi se studenima pružila prilika slušanje nastavnog kolegija o poduzetništvu kroz određene primjere iz prakse, studenti bi više bili zainteresirani za učenje o poduzetništvu, također bi većina njih odabrala poduzetnika za odraditi stručnu praksu kroz svoje fakultetsko obrazovanje.

**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, _____ Monika Mavrin _____ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/~~diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Monika Mavrin _____ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/~~diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Obrazovanje za poduzetništvo u Republici Hrvatskoj (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

7. Literatura

Knjige:

1. Brkić M. (2000): *Vizija poduzetništva: kako postati uspješan poduzetnik*, Ljubuški: B-trade, poslovna škola „Benko Kotruljić“, Split: Croata man
2. Hisrich D.A., Peters M.P., Shepherd D.A. (2011): *Poduzetništvo*, Mate, Zagreb
3. Jozić F. (2004): *Sustav uspjelog poduzetništva*, Školska knjiga, Zagreb
4. Kolaković M. (2006): *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija nakladništvo d.o.o, Zagreb
5. Ožanić M. (2014): *Mali brod na olujnom moru: najbolji priručnik za poduzetnike*, Profil Knjiga, Zagreb

Članci:

1. Čizmadija I., Stanković D.: *Poduzetnički inkubator u edukaciji za poduzetništvo*, Učenje za poduzetništvo, Vol. 1 No. 1, 2011
2. Hughes J. R. T.: *Arthur Cole i povijest poduzetništva*, Pro Tempore: Časopis studenata povijesti, No. 8-9, 2010
3. Delač D., Graovac P. Pavlinović M.: *Specifičnost učenja za poduzetništvo u online okruženju*, Obrazovanje za poduzetništvu E4E, Vol. 6 No. 1, 2016
4. Ivanković D., Nedović M., Banožić M.: *Uloga veleučilišta u razvijanju poduzetničkih kompetencija mladih*, Učenje za poduzetništvo, Vol. 2 No. 2, 2012
5. Ivanković D., Nedović M., Dapić D.: *Studentski poduzetnički inkubator: institucionalna perspektiva novih početničkih pothvata*, Obrazovanje za poduzetništvu E4E, Vol. 5 No. 2, 2015
6. Ožanić M.: *Obrazovanje poduzetnika tijekom rasta i razvoja poduzeća*, Učenje za poduzetništvo, Vol. 1 No. 1, 2011
7. Posavec M.: *Odgoj za poduzetništvo u primarnom obrazovanju*, Učenje za poduzetništvo Vol. 1 No.1, 2011
8. Stanković D., Peroš S., Čizmadija I.: *Proces stjecanja poduzetničkih kompetencija od vježbovne tvrtke do studentskog poduzeća*, Učenje za poduzetništvo, Vol. 2 No.1, 2012
9. Šimunković M.: *Studentski poduzetnički inkubatori kao potporna institucija za razvoj malog i srednjeg poduzetništva*, Praktični menadžment, Vol.7 No. 1, 2016

10. Tafra V., Elezović I., Sertić I.: *Percepcija karijere poduzetnika kod srednjoškolskih učenika strukovnih škola u Republici Hrvatskoj*, Učenje za poduzetništvo, Vol. 2 No. 2, 2012
11. Tkalec Z.: Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, Učenje za poduzetništvo, Vol. 1 No.1, 2011

Stručni radovi:

1. Oberman Peterka S.: *Poduzetnička sveučilišta kao pretpostavka efektivne diseminacije intelektualnog vlasništva sveučilišta*, Doktorska disertacija, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2008
2. Zrilić N., Širola D.: *Razvoj poduzetništva mladih – neiskorišteni potencijal hrvatske*, Pregledni rad, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 1 No. 1, 2013.

Internet izvori:

1. CEPOR: <http://www.cepor.hr/o-ceporu/sto-je-cepor/> , dostupno 25.05.2019
2. CEPOR: <http://www.cepor.hr/family-business-sustainability-and-growth-fame-project/> , dostupno 25.05.2019
3. Ernst & Young: <https://www.ey.com/> , dostupno 26.05.2019
4. Ernst & Young: https://www.ey.com/en_gl/news/2019/06/brad-keywell-from-the-united-states-named-ey-world-entrepreneur-of-the-year-2019 , dostupno 26.05.2019
5. Ernst & Young: https://www.ey.com/en_gl/weoy dostupno 26.05.2019
6. Ernst & Young: <https://www.ey.com/hr/en/home/ey-hr-eoy> dostupno 26.05.2019
7. Ernst & Young: <https://www.ey.com/hr/en/home/ey-prijave-i-kriteriji-sudjelovanja> dostupno 26.05.2019
8. Ernst & Young: <https://www.ey.com/hr/en/home/ey-prijave-i-kriteriji-sudjelovanja> dostupno 26.05.2019
9. HAMAG BIRCO: <https://hamagbicro.hr/o-nama/> dostupno 25.05.2019

Popis grafikona

Grafikon 1. Potrebna znanja za postati poduzetnik	23
Grafikon 2. Zanimljivost sadašnjih kolegija.....	24
Grafikon 3. Kolegij kao primjer iz prakse.....	24
Grafikon 4. Praksa	25
Grafikon 5. Odrađivanje prakse.....	26
Grafikon 6. Poduzetnički pothvat.....	26
Grafikon 7. Radno iskustvo	27
Grafikon 8. Razlika žena i muškarca.....	28
Grafikon 9. Razlika u pritisku i stresu kod poduzetnika i menadžera.....	29
Grafikon 10. Donošenje odluka kod poduzetnika i menadžera.....	30
Grafikon 11. Predstavljanje autoriteta	30
Grafikon 12. Otvaranje poduzeća	31
Grafikon 13. Želim postati poduzetnik.....	32
Grafikon 14. Karakteristike i osobine poduzetnika	33
Grafikon 15. Samopouzdanje	34
Grafikon 16. Odgovornost.....	34
Grafikon 17. Dobar radnik.....	35
Grafikon 18. Komunikativnost i tolerancija.....	36
Grafikon 19. Upravljanje zaposlenicima	36
Grafikon 20. Preuzimanje rizika.....	37
Grafikon 21. Inovativnost.....	38
Grafikon 22. Realnost.....	38
Grafikon 23. Samokontrola	39
Grafikon 24. Spremnost na učiniti sve za poduzeće.....	40