

Poduzetnik i poduzetničke osobine iz povijesne perspektive

Dorić, Ida

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:243670>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-10**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij (Menadžment)

Ida Dorić

Poduzetnik i poduzetničke osobine iz povijesne perspektive

Diplomski rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij (Menadžment)

Ida Dorić

Poduzetnik i poduzetničke osobine iz povijesne perspektive

Diplomski rad

Kolegij: Teorija i politika razvoja poduzetništva

JMBAG: 0010225702

E – mail: idadoric@gmail.com

Mentor: prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Graduate Study (Management)

Ida Dorić


**Entrepreneur and entrepreneurial characteristics from historical
perspective**

Graduate paper

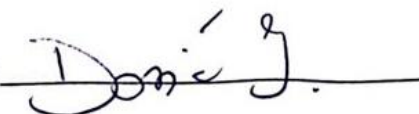
Osijek, 2024.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskog fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Ida Dorić
JMBAG: 0010225702
OIB: 38459400518
e-mail za kontakt: idadoric@gmail.com
Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij, *Menadžment*
Naslov rada: Poduzetnik i poduzetničke osobine iz povijesne perspektive
Mentor / mentorica rada: prof. dr. sc. Ivana Barković
U Osijeku, 10. travnja 2024. godine

Potpis 

Poduzetnik i poduzetničke osobine iz povijesne perspektive

SAŽETAK

Radom se istražuje povijest poduzetništva. Dodatno, detaljnije su istražene odabrane povijesne ličnosti – izumitelji, istraživači i vladari. Radi se zapravo o onima koje se danas može nazivati poduzetnicima, ali prije nisu nosili taj naziv. Svatko od njih, specifično u svom okruženju i za aktualne društveno – ekonomsko – političke uvjete tog vremena, morao se ponašati poduzetnički kako bi uspio, zbog čega se i danas može puno toga naučiti od ovakvih uzora. Međutim, radom se razmatra i općenito o poduzetništvu i o poduzetniku danas. Poduzetništvo svoje uporište pronalazi u sposobnim i kreativnim pojedincima, a iako se danas “svojata” sam taj pojam suvremenijim pandanima, postojao je zapravo još tada, samo nije imao današnji naziv. Dane su i ključne odrednice suvremenog poduzetništva te osvrt na najnovije trendove. Glavni je cilj ovog diplomskog rada prikazati povijesni razvoj poduzetništva te analizirati koje su poduzetničke osobine imali značajni pojedinci u ljudskoj povijesti. Dodatan cilj je ukazati na potrebne poduzetničke osobine kako bi se ostvario uspjeh poduzeća te potencijalne implikacije – što se može naučiti od povijesnih ličnosti i lidera poduzetničkog ponašanja, odnosno postoji li mogućnost primjene i danas. Istraživanje se bazira na sekundarnim izvorima podataka.

Ključne riječi: *poduzetnik, povijesne ličnosti, poduzetničke vještine i osobine, poduzetništvo*

Entrepreneur and entrepreneurial characteristics from historical perspective

ABSTRACT

The paper explores the history of entrepreneurship. Additionally, selected historical figures – inventors, explorers and rulers – were explored in more detail. It is actually about those who today can be called entrepreneurs, but before they did not bear that name. Each of them, specifically in their environment and for the current socio-economic-political conditions of that time, had to behave entrepreneurially in order to succeed, which is why even today a lot can be learned from such role models. However, the paper considers entrepreneurship in general and the entrepreneur today. Entrepreneurship finds its foothold in capable and creative individuals, and although today the term itself is "owned" by more modern counterparts, it actually existed back then, it just didn't have the current name. The key determinants of modern entrepreneurship and a review of the latest trends are also given. The main goal of this thesis is to show the historical development of entrepreneurship and to analyse the entrepreneurial qualities of significant individuals in human history. An additional goal is to point out the necessary entrepreneurial qualities in order to achieve the success of the company and the potential implications - what can be learned from historical figures and leaders of entrepreneurial behaviour, i.e. whether there is a possibility of application even today. The research is based on secondary data sources.

Keywords: *entrepreneur, historical figures, entrepreneurial skills, and characteristics, entrepreneurship*

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Ciljevi istraživanja.....	1
1.2. Metode i izvori istraživanja.....	1
1.3. Struktura rada	2
2. POJAM PODUZETNIŠTVA	3
2.1. Što je poduzetništvo	3
2.2. Tko je poduzetnik?.....	6
3. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA.....	11
3.1. Počeci poduzetništva – prapovijest i antika	11
3.2. Mračni srednji vijek	14
3.3. Poduzetništvo u industrijskim revolucijama	14
3.4. Suvremeno poduzetništvo	17
4. POJEDINCI S PODUZETNIČKIM OSOBINAMA	19
4.1. Papisa Ivana – žena u muškoj branši.....	19
4.2. Marco Polo – istraživač i putopisac	22
4.3. Leonardo da Vinci – genij ispred svog vremena.....	24
4.4. Petar Veliki – najznačajnija figura ruske povijesti.....	25
4.5. Elizabeta I. – žena na prijestolju	27
4.6. Galileo Galilei – prilagodljivi istraživač	29
4.7. Napoleon – briljantan strateg	30
4.8. Nikola Tesla – izumitelj svjetskog glasa.....	34
5. O PODUZETNIŠTVU I PODUZETNIKU DANAS	36
5.1. Što možemo naučiti od povijesnih ličnosti	36
5.2. Je li suvremeni poduzetnik i menadžer?	37
6. ZAKLJUČAK.....	41
LITERATURA	42
POPIS SLIKA.....	45

1. UVOD

Povijest poduzetništva daje puno dobrih primjera, kako za dio akademske zajednice koji se bavi istraživanjima samog poduzetništva, tako i za one koji proučavaju vojne strategije, ljudske resurse, opću povijest znanosti, itd. Priče poznatih povijesnih ličnosti i danas zaokupljaju popularnu kulturu, potiču snimanje brojnih serija i filmova te inspiriraju suvremenog čovjeka da se osloni na "ramena divova". Ovaj se rad fokusira na analizu odabranih poznatih povijesnih ličnosti koji su djelovali u različitim razdobljima i sferama, ali imaju značajnu zajedničku karakteristiku – ostavili su neizbrisiv trag u ljudskoj povijesti. Iako globalizacija i tehnološki razvoj znatno utječu na odmak od ovih tema, treba imati na umu da se ljudi zapravo, u svojoj suštini, ne mijenjaju. Zbog toga ovo i jest zanimljivo područje istraživanja. Crte ličnosti i karakter koji su dominirali ovim povijesnim ličnostima, kod uspješnih se poduzetnika susreću i danas.

1.1. Ciljevi istraživanja

Glavni je cilj ovog diplomskog rada prikazati povijesni razvoj poduzetništva te analizirati koje su poduzetničke osobine imali značajni pojedinci u ljudskoj povijesti. Dodatan cilj je ukazati na potrebne poduzetničke osobine kako bi se ostvario uspjeh poduzeća te potencijalne implikacije – što se može naučiti od povijesnih ličnosti i lidera poduzetničkog ponašanja, odnosno postoji li mogućnost primjene i danas.

1.2. Metode i izvori istraživanja

U radu su rabljene ove metode: metoda kompiliranja (sagledavanje više različitih izvora), metoda deskripcije (za opisivanje pojava), metoda komparacije, metode analize i sinteze (Zelenika, 1998). Rad je napravljen na temelju sekundarnih podataka. U tu su svrhu konzultirani brojni izvori, uglavnom anglofonog govornog područja. Rabljene su različite knjige, stručni i znanstveni članci te drugi dostupni i relevantni izvori. Cjelokupan popis može se vidjeti na kraju rada.

Broj je istraživanja u ovom području velik i značajan, a dostupni izvori su brojni jer je tematika rada aktualna i vrlo atraktivna. Podaci za izradu rada prikupljeni su s relevantnih internetskih stranica, iz knjiga i znanstvenih radova.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od sedam poglavlja. Prvim poglavljem čitatelja se uvodi u rad. U drugom poglavljju opisan je pojam poduzetništva, definira se poduzetništvo i poduzetnik. Treće poglavlje daje povijesni razvoj poduzetništva. U četvrtom se poglavljju govori o pojedincima s poduzetničkim osobinama. Peto poglavlje daje uvid u poduzetništvo danas. Šesto poglavlje je zaključak. Na kraju se nalazi popis literature te ostali prilozi.

U radu se koriste termini sukladno hrvatskom standardnom jeziku. Izrazi koji se nalaze u jednom od rodova, jednako se primjenjuju i na drugi rod. Ključni pojmovi kod prvoga se spominjanja prevode na engleski jezik.

2. POJAM PODUZETNIŠTVA

U ovom se poglavlju razmatraju definicije poduzetništva i poduzetnika. Daju se ključne karakteristike poduzetništva i poduzetnika.

2.1.Što je poduzetništvo

Poduzetništvo je proučavano u različitim disciplinama i kroz različite pristupe, koji se ugrubo mogu podijeliti na dva znanstvena tabora. S jedne strane, za većinu ekonomista – uz značajne iznimke od Schumpetera do Kirznera – pitanje poduzetništva nije problematično. Poduzetništvo ovisi o varijablama i ekonomskim čimbenicima, kao što su dostupnost kapitala, rada i tehnologije, mobilnost faktora i pristup tržištima. Poduzetničke aktivnosti javljat će se više-manje spontano, kad god su uvjeti povoljni, kao primjer racionalnog maksimiziranja profita. S druge strane, drugi znanstvenici u društvenim znanostima – uglavnom sociolozi, socijalni psiholozi, povjesničari poslovanja i antropolozi – skloni su u poduzetništvu vidjeti problematičniji fenomen, duboko ukorijenjen u društva i kulture. Usredotočuju se na utjecaj i međusobno djelovanje neekonomskih čimbenika, kao što su kulturne norme i uvjerenja, klasni odnosi i kolektivno djelovanje, državna intervencija i kontrola, organizacijske strukture, ograničena solidarnost i povjerenje, devijantno ponašanje i status marginalnosti te motivacija za postignuće. Oni također uzimaju u obzir način na koji različita povijesna i geografska okruženja zahtijevaju izrazito različite oblike poduzetništva. Ekonomski povjesničari istaknuli su da tipovi osobnosti i karakteristike ponašanja poslovnih vođa prošlog stoljeća imaju malo sličnosti s njihovim današnjim kolegama (Martinelli, 2001).

Komparativni sociolozi pokazali su da postoje velike razlike u institucionalnom okruženju poduzetništva među zemljama. Metaforički, može se reći da je za nastanak poduzetništva potrebno da "sjeme" nađe odgovarajuće tlo. Neki se znanstvenici usredotočuju na sjeme, odnosno na specifične psihološke osobine poduzetničkih ličnosti, ili na njihove društvene karakteristike. Drugi se znanstvenici usredotočuju na plodno tlo, koje se analizira ili u smislu njegovih strukturnih čimbenika (vrste tržišta, faktori proizvodnje, klasni i etnički odnosi, državno planiranje, itd.), ili kulturnih čimbenika (poslovna etika, društveno odobravanje ekonomskih aktivnosti, itd.). Drugi ipak naglašavaju specifičan odnos između aktera i situacije. Iako različite discipline favoriziraju jednu paradigmu nad drugom, dimenzija akter-sustav prisutna je u svim disciplinama. Pa ipak,

većina se znanstvenika slaže kako su glavni doprinosi formiranju poduzetništva dani kroz poduzetničku osobnost, marginalni ili povlašteni status poduzetnika, društveni i kulturni kontekst poduzetništva, stvarno ponašanje poduzetnika u strukturi rizika i prilika (Martinelli, 2001; Parthasarathy i sur., 2011).

Često se koriste tri pokazatelja poduzetništva: postotak samozaposlenih u radnoj populaciji, broj novih poduzeća i broj novih poduzeća kod kojih je zabilježen rast. Neke studije također uzimaju u obzir osobe sa sklonošću poduzetništvu ('latentno poduzetništvo'), ili ljude koji poduzimaju korake za pokretanje novog posla ('poduzetništvo u povoju'). Posljednja dva pokazatelja može se promatrati kao potencijalno poduzetništvo. Dominantni definicija poduzetništva u ekonomiji je osnivanje nove tvrtke od strane pojedinca ili pojedinaca (Stam, 2009). Ove osobe se nazivaju poduzetnici, odnosno poduzetničkim timom kada se zajednički osniva poduzeće.

Postoje dvije općenite metode za empirijsku analizu poduzetništva, ako se ono razmatra kao nastanak novog poduzeća. Prva metoda standardizira (godišnji) broj novih poduzeća u odnosu na broj poduzeća koja već postoje. Druga metoda, pristup tržištu rada, standardizira broj samozaposlenih s obzirom na veličinu radne snage. Potonji pristup temelji se na teoriji poduzetničkog izbora, koja se eksplicitno usredotočuje na izbor zanimanja između rada za sebe (samozapošljavanje) i rada za druge (Stam, 2009).

U realnom se sektoru svakako definicije koje su bazirane na sagledanju poduzetništva kroz gospodarstvo i druge društvene znanosti sjedinjuju, odnosno ne može postojati gospodarski rast bez ljudi s poduzetničkim karakteristikama, ali isto tako se poduzetništvo ne može ostvariti ako se ne osnivaju poduzeća. Adam Smith je ustvrdio kako se poduzetnička aktivnost ostvaruje na sljedeće načine: a) poslovnim inovacijama; b) marljivošću i štedljivošću; c) poslovnim špekulacijama (Stam, 2009). Barković (2009) smatra kako jednu od najboljih definicija poduzetništva nudi Ronstadt (1984) koji poduzetništvo definira kao „...dinamični proces stvaranja uvećane vrijednosti. Tu uvećanu vrijednost stvaraju pojedinci koji preuzimaju veliki rizik u smislu (vrijednosti) sredstava, vremena ili karijere, odnosno "pronalaze" vrijednost nekim robama ili uslugama“. Ova definicija se i danas može smatrati relevantnom. Međutim, nemoguće je govoriti o poduzetništvu, a ne spomenuti Schumpetera i Kirznera.

Dvojica značajnih ekonomista dvadesetog stoljeća, Joseph Schumpeter i Israel Kirzner, dodatno su usavršili akademsko razumijevanje poduzetništva. Schumpeter je istaknuo ulogu poduzetnika kao inovatora koji provodi promjene u gospodarstvu uvođenjem novih dobara ili novih metoda proizvodnje. Prema Schumpeterovom gledištu, poduzetnik je remetilačka sila u gospodarstvu. Schumpeter je naglašavao koristan proces kreativne destrukcije, u kojem uvođenje novih proizvoda rezultira zastarijevanjem ili neuspjehom drugih. Uvođenje kompaktnog diska i odgovarajući nestanak vinilne ploče samo je jedan od mnogih primjera kreativne destrukcije: automobili, struja, zrakoplovi i osobna računala su drugi. Za razliku od Schumpeterovog gledišta, Kirzner se usredotočio na poduzetništvo kao proces otkrića. Kirznerov poduzetnik je osoba koja otkriva dotad neprimijećene mogućnosti zarade. Poduzetnikovo otkriće pokreće proces u kojem se na te novootkrivene mogućnosti zarade zatim djeluje na tržištu sve dok tržišna konkurencija ne eliminiira priliku za zaradu. Za razliku od Schumpeterove razorne sile, Kirznerov poduzetnik je ekvilibrirajuća sila. Primjer takvog poduzetnika bio bi netko u sveučilišnom gradu tko otkrije da je nedavni porast broja upisanih na fakultet stvorio priliku za zaradu u renoviranju kuća i njihovom pretvaranju u stanove za iznajmljivanje (Sobel, 2002).

Neki domaći autori i istraživači poduzetništvo definiraju na sljedeći način:

- a) „...proces stvaranja nečeg novog (proizvoda ili usluge) posvećivanjem neophodnog vremena i napora, uz pretpostavku pratećih financijskih, fizičkih i društvenih rizika te prihvaćanjem odgovarajućih nagrada u novčanom i osobnom zadovoljstvu i neovisnosti“ (Kolaković, 2006: 38).
- b) „Poduzetništvo podrazumijeva proces inovacije i pokretanja novih poduzetničkih pothvata utemeljen na individualnim i organizacijskim sposobnostima pojedinca, a potpomognut državom, obrazovnim sustavom i drugim, pratećim institucijama“ (Kuratko, 2017: 27).

Poduzetništvo znači razumjeti kada na tržištu postoji otvorena prilika koju nijedan drugi pružatelj ne ispunjava i imati poslovnog smisla znati kako iskoristiti ovu novu priliku u pravo vrijeme (Martinelli, 2001). Poduzetništvo karakterizira proces prepoznavanja prilika za izgradnju novog proizvoda, usluge ili procesa i pronalaženje potrebnih resursa za iskorištavanje prilike i poboljšanje životnog stila ljudi. To se može postići kao pojedinac ili kao tim. Na učinkovitost poduzetničkih timova utječu različiti čimbenici, kao što su karakteristike članova tima, vodstvo tima,

demografska i informacijska raznolikost. Poduzetnički timovi najviše profitiraju u kontekstu jakih međuljudskih veza i zajedničkih ciljeva (Parthasarathy, 2011). U nastavku je pozornost usmjerena na to tko je poduzetnik i koje su njegove osobine.

2.2. Tko je poduzetnik?

Poduzetnik, jednostavno rečeno, nastoji uložiti vlastiti novac u pothvat koji će mu donijeti koristi i prosperitet. Postoje mnogobrojne definicije poduzetnika, primjerice:

- a) „Poduzetnik je osoba koja riskira: novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod ili uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost” (Kružić, 2007:168).
- b) „Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem“ (Škrtić, 2006:16).
- c) „Poduzetnici su pravne ili fizičke osobe koje na različite načine i uz različite kombinacije relevantnih činitelja spajaju poduzetničke ideje s potrebitim kapitalom, organiziraju proizvodnju, trženje ili usluživanje, pokušavajući zadovoljiti neku potrošačku potrebu, povratiti uloženi kapital i kontinuirano zarađivati željeni, odnosno što veći profit, pri čemu osobno preuzimaju sve rizike i odgovornosti glede budućih učinaka (dobiti ili gubitka) svoje poduzetničke djelatnosti” (Kuvačić, 2002:15).

Literatura o poduzetništvu ističe raznolikost poduzetničkih uloga. Poduzetnici su prepoznati ispuniti različite uloge u ekonomskim promjenama, kao što su: 1. osoba koja preuzima rizik povezan s neizvjesnošću; 2. inovator; 3. donositelj odluka; 4. (industrijski) vođa; 5. organizator i koordinator gospodarskih sredstava; 6. arbitar; 7. alokator resursa među alternativnim upotrebama (Stam, 2009). Sve te uloge implicitno nose ekonomski pozitivan učinak konotacija s njima. Međutim, ako se poduzetnici definiraju kao osobe koje su domišljate i kreativne u pronalaženju načina koji pridonose vlastitom bogatstvu, moći i prestižu (Baumol, 1990), onda je za očekivati da neće sve njihove aktivnosti dati produktivan doprinos cjelokupnom društvu, nego da će sami sebi biti na prvom mjestu. U novije doba se zbog toga poduzetnici fokusiraju na isticanje onoga što čine za društvo, održivost, ali se odlučuju okrenuti i socijalnom poduzetništvu.

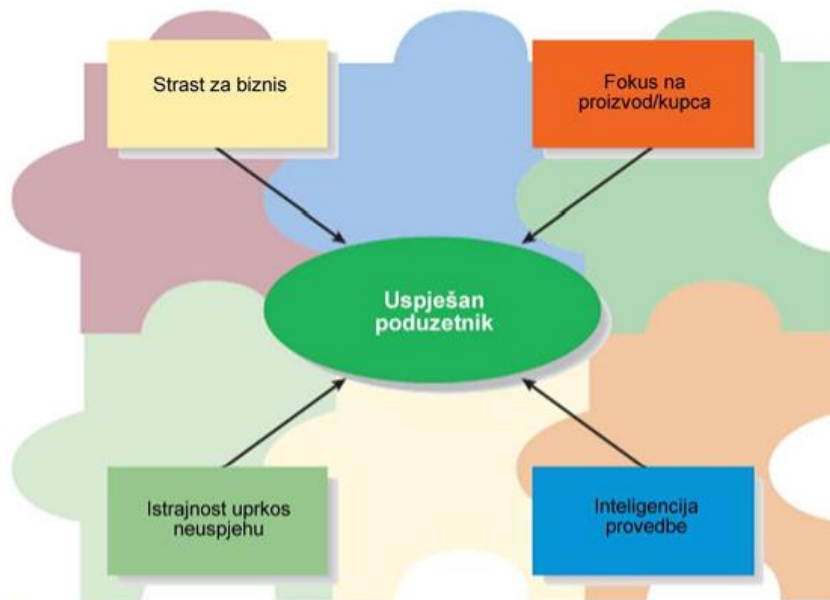
Kuvačić (2002:18) je dao vrlo zanimljiv opis psihološkog profila poduzetnika, s obzirom na sve navedene osobine i spremnost na rizik: „...stručnjaci konstatiraju da se ništa pouzdano ne može reći o tipu osobe koja napušta sigurno i relativno unosno zaposlenje te počinje vlastiti biznis, ili pak o osobi kojoj su potonule baš sve lađe, pa ipak pokušava sklepati malu splav kojom će ponovno zaploviti olujnim poduzetničkim morem. Većina psihologa drži da poduzetnici dolaze iz obitelji u kojima roditelji postavljaju visoke standarde glede rezultata svoje djece, potiču im samopouzdanje i otklanjaju svaku strogost. U većini slučajeva poduzetnici su fizički i mentalno zdrave, vrlo radišne – zarazno radoholične i fizički izdržljive osobe, jer obično, kako kaže talijanska poslovice, pobjeđuje onaj tko izdrži. Oni su jako ambiciozni, ali ne i nezdravo ambiciozni ljudi te znaju da ništa nije nemoguće; postoje putovi koji vode do svega, a iskažemo li dovoljno volje, uvijek bismo trebali imati i dovoljno sredstava.” Učinkovite poduzetnike karakteriziraju osobine poput kreativnosti, inovativnosti, proaktivnosti i sklonosti riziku (Parthasarathy, 2011).

Prema istraživanju koje su proveli Barringer i Ireland (2010), uspješni poduzetnici imaju četiri ključne karakteristike koje su esencijalne za uspješnu provedbu pothvata. Te karakteristike su: i) strast za poslom; ii) ustrajnost usprkos neuspjehu; iii) fokus na proizvod / kupca; iv) inteligencija provedbe. Prva karakteristika, strast za poslom, osigurat će da poduzetnik bude posvećen unaprjeđenju poslovanja, pa i nakon uspostavljanja financijske stabilnosti poslovanja. Također, zbog strasti prema određenom poslu, ljudi su spremniji napustiti sadašnji posao i osnovati vlastito poduzeće. „Strast proizlazi iz poduzetnikovog uvjerenja da će svojim poslovanjem pozitivno utjecati na društvo te da čine svijet boljim mjestom. Također, to objašnjava zašto mnogi početnici, unatoč jakoj konkurenciji, uspiju“ (Barringer i Ireland, 2010: 26). Strast je posebno važna kod start-upa u birokratskom okruženju jer poduzetnik treba svladati brojne prepreke koje će mu omogućiti da uspije. Također, strast i predanost potiču inovativna rješenja i takve osobe lakše pronalaze rješenja problema te su otporniji na takve stresnije situacije. Međutim, iako će strast potaknuti poduzetnika da radi i prekovremeno, poduzetnik bi trebao razumjeti i rizike koje nosi određeni poslovni pothvat, odnosno izbjeći "zaljublivanje u ideju" te sustavno analizirati izvedivost poslovnog pothvata i financijske koristi.

Druga karakteristika je upornost unatoč neuspjehu. Puno ideja poduzetnika, znači da će puno ideja zapravo biti i odbačeno tijekom brojnih analiza koje bi poduzetnik trebao provesti. Međutim, svi

ti neuspjesi mogu biti snažan motivator da se ideja doradi, unaprijedi i pretvori u nešto što će zbilja funkcionirati. Neuspjehe poduzetnik ne treba shvaćati tragično, već iz tih grešaka treba učiti. Također, pogreška je i mogućnost za unaprjeđenje proizvoda ili usluge. Uspješni poduzetnici ne odustaju već kod prvog izazova, već promišljaju kako da ga riješe, pritom sagledavajući mogućnosti za inovaciju i unaprjeđenje cjelokupnog poslovnog procesa ili proizvoda i usluga (Barringer i Ireland, 2010).

Treća karakteristika je fokus na proizvod/kupca. Ova karakteristika se zapravo tiče odabira djelatnosti – poduzetnik treba odabrati onu djelatnost koju dobro poznaje. Proizvod ili usluga koju ponudi na tržištu treba u potpunosti zadovoljiti potrebe i želje kupaca. To je i pokazatelj da je poduzetnik upoznat s karakteristikama usluge ili proizvoda koju nudi. Osim toga, danas je iznad svega važno poznavati svoju ciljanu skupinu, tj. kupce. Svaki dan se može pojaviti konkurencija koja će možda preoteti dio tržišnog udjela, zbog čega je važno znati koje karakteristike proizvoda / usluga traže kupci te svojom ponudom odgovoriti i na njihove skrivene želje. Dakle, treba moći balansirati između onoga što je tržište spremno platiti i onoga što sam poduzetnik favorizira (Hisrich i sur., 2011). Sve osobine prikazane su na **slici 1**.



Slika 1 Karakteristike uspješnih poduzetnika (Izvor: Barringer i Ireland, 2010: 9)

Posljednja karakteristika uspješnih poduzetnika je sposobnost pretvaranja ideje u održiv poslovni pothvat. Put od ideje do realizacije vrlo je trnovit, a prvi mjeseci poslovanja znaju biti osobito

teški. Zbog toga uspješni poduzetnik mora imati sposobnost, znanja i vještine stvoriti poslovni pothvat koji će uspješno odolijevati svim izazovima, ali se nastaviti i dalje razvijati. Zdravi temelji poduzeća u dugom roku omogućuju stabilan rast (Hisrich i sur., 2011). Iako svaka karakteristika za sebe ne jamči uspjeh, zajedno svakako povećavaju vjerojatnost stvaranja i održavanja uspješnog poslovnog pothvata.

Suvremenim istraživačima, kada razmatraju tko u konačnici postane poduzetnik, izuzetno je zanimljivo promotriti i jednu posebnu skupinu ispitanika – studente. Knjiga "*Zašto 'A' studenti rade za 'C' studente, a 'B' studenti rade za vladu*" autora Roberta Kiyosakija dovodi u pitanje tradicionalno shvaćanje da je akademski uspjeh ključ financijskog prosperiteta. Autor tvrdi da mnogi uspješni poduzetnici i poslovni lideri nisu nužno bili najbolji učenici u školi, već su umjesto toga razvili vještine poput kreativnosti, rješavanja problema i komunikacije izvan učionice. Tradicionalni obrazovni sustav naglašava važnost dobivanja čiste petice, ali to ne znači nužno uspjeh u stvarnom svijetu. Takvi učenici često nisu previše skloni riziku i nedostaje im kreativnosti i inovativnosti. Veća je vjerojatnost da će dobri (C) studenti riskirati, učiti iz neuspjeha i imati poduzetnički duh. Osim toga, autor detektira i važnost obrazovanja u financijama i temeljnu financijsku pismenost kao ključnu za buduće uspješne poduzetnike. Obrazovni sustav ne pruža adekvatno financijsko obrazovanje koje je neophodno za uspjeh u stvarnom svijetu. Veća je vjerojatnost da će dobri (C) studenti naučiti o financijama kroz praktična iskustva, kao što je pokretanje posla ili ulaganje na burzi. Također, velik problem u Americi je i što studenti često završe u dugovima zbog nedostatka financijskog obrazovanja. Autor se dotiče i moći umrežavanja kao prediktora uspjeha. Uspjeh često ovisi o tome koga netko poznaje, a ne samo o tome što netko zna. Veća je vjerojatnost da će dobri studenti razviti jake vještine umrežavanja jer im je prioritet izgradnja odnosa. S druge strane, izvrsni se učenici mogu mučiti u stvarnom svijetu jer se previše fokusiraju na akademska postignuća umjesto na izgradnju veza. Prodajne i marketinške vještine presudne su za uspjeh u većini djelatnosti. Veća je vjerojatnost da su dobri studenti razvili ove vještine kroz praktično iskustvo, kao što je vođenje poduzeća ili rad u prodaji. Izvrsni učenici mogu imati problema sa stjecanjem ovih vještina jer se one obično ne poučavaju u tradicionalnom obrazovnom sustavu. Neuspjeh je nužan dio procesa učenja. Dobri se studenti često lakše nose s neuspjehom jer su ga doživjeli češće, dok se izvrsni studenti mogu boriti s neuspjehom jer su naučeni izbjegavati pogreške pod svaku cijenu (Kiyosaki, 2014).

Poduzetništvo pruža mogućnosti financijske slobode, kreativnosti i osobnog ispunjenja. Veća je vjerojatnost da će dobri studenti biti isticani u poduzetništvu jer imaju način razmišljanja zbog kojeg neće ustuknuti pred preuzimanjem rizika i sposobnost učenja iz neuspjeha. Izvrsni se studenti mogu mučiti u poduzetništvu jer su neskloni riziku i manje je vjerojatno da će prihvatiti neuspjeh. U konačnici, Kiyosaki (2014) ističe vrijednost poduzimanja akcije. Uspjeh zahtijeva djelovanje i implementaciju ideja, a ne samo razmišljanje o njima. Dobri su učenici često više orijentirani na akciju i spremni su riskirati. S druge strane, izvrsni studenti mogu imati problema s poduzimanjem radnji jer su naučeni da se usredotoče na analizu i planiranje, a ne na izvršenje.

U Hrvatskoj, Nacionalni okvirni kurikulum također daje definiciju poduzetničke kompetencije, budući da je ona prepoznata kao važna za gospodarski razvoj, ali i kao jedna od nužnih kompetencija za suvremenog čovjeka. Poduzetničku kompetenciju stoga čini čitav niz karakteristika i osobina: „...spremnost na preuzimanje rizika, kreativnost, socijalne i komunikacijske sposobnosti, samostalnost, s temeljnim znanjima iz područja gospodarstva i vođenja poslova, sposobnost uočavanja prilika u kojima svoje ideje mogu pretvoriti u pothvat u različitim kontekstualnim situacijama. Poduzetništvo u tom kontekstu nužno ne podrazumijeva gospodarsku aktivnost. Dapače, uočavanje poduzetničkih karakteristika kod osoba moguća je i u društvenim područjima. Takve osobe su kreativne, sklone timskom radu, inovativne, samostalne, odgovorne, sklone preuzimati rizik i slično, jednom riječju – poduzetne“ (Tkalec, 2022: 38). Tema poduzetnički nastrojenih mladih ljudi od velike je važnosti za svako gospodarstvo. Zbog toga treba osigurati mjere i poduzeti akcije koje će mlade osnažiti i potaknuti da se poduzetnički ponašaju.

3. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo. Sama riječ asocira na ideje o inovaciji, riziku i nagradi. Na temelju francuske riječi "entreprendre", znači započeti, inicirati ili na neki drugi način pokrenuti nešto, irsko-francuski ekonomist Richard Cantillon skovao je pojam u 18. stoljeću. Cantillon je upotrijebio riječ "poduzetnik" kako bi označio one osnivače malih poduzeća koje je smatrao ključnim preuzimačima rizika, koji pokreću gospodarski kotao za stvaranje promjena i napretka. Kako ističu Hebert i Link (2009), presudnu ulogu poduzetnika u ekonomskoj teoriji prvi je prepoznao Richard Cantillon (1680?–1734?), čiji je *Essai sur la Nature du Commerce en Général* objavljen posthumno 1755., nakon dva desetljeća kruženja u privatnim krugovima, među malom skupinom francuskih ekonomista. Iako je nekoliko francuskih pisaca slobodno posuđivalo Cantillonov rukopis tijekom privatnog optjecaja, bio je relativno zanemaren nakon njegova objavljivanja, sve dok ga u 19. stoljeću nije ponovno otkrio Stanley Jevons, pionir neoklasične ekonomije. Danas, Cantillonov se esej s pravom smatra klasikom rane ekonomske literature. Jevons je ipak otišao u drugom smjeru i s entuzijazmom ga nazvao "kolijevkom političke ekonomije" (Heber i Link, 2009). Međutim, povijest poduzetništva, stara je koliko i ljudska povijest, što je prikazano u nastavku.

3.1. Počeci poduzetništva – prapovijest i antika

Davno prije Cantillonovog vremena, naši su se preci bavili poduzetništvom, a prvi poznati slučajevi bili su usredotočeni na razmjenu dobara između plemenskih društava. Lako je zamisliti kako je do toga moglo doći. Možda je netko u plemenu naučio kako uzgajati mrkvu, umjesto da samo skuplja pretpovijesnu verziju mrkve. Ali tu tadašnji poduzetnik nije stao. On postaje glavni dobavljač mrkve, stručnjak za mrkvu, autoritet za mrkvu u svom plemenu. Tada je toj osobi sinula ideja da trguje s drugim plemenom. To je bit poduzetništva – pronaći potrebu i ispuniti je bolje od bilo koga drugog. Upravo je ta vrsta specijalizacije dala poduzetništvu prve prave temelje, jer drevni ljudi nisu stali samo na hrani. Za uspješnog je poduzetnika tada ključna karakteristika bila i lukavost. Kako su prvi poduzetnici postajali sve bolji u izradi stvari, počeli su trgovati svime, od ručnih alata do ručno brušenog nakita, izražavajući svoju genijalnost kroz opipljive proizvode ljudske kreativnosti (Hebert i Link, 2009).

U starom vijeku formiraju se prvi gradovi – s tržnicom kao središnjim mjestom razmjene. Kako su nicala mjesta i gradovi, tako je eksplodirao opseg poduzetništva. Ljudi počinju putovati, tako da se poduzetništvo ne zadržava samo na lokalnoj razini. Dapače, putuje se i u udaljenija mjesta, prekomorskim putevima. Ovakav način putovanja prebacio je ekspanziju poduzetništva u višu brzinu. Gradovi su postali poslovna središta, a trgovci su u njih putovali sa svojom robom. Bilo je to doba trgovišta koja su vrvjela od gospodarske aktivnosti i trgovačkih putova koji su počeli premrežavati kopno i more. No, iako je sustav razmjene imao svoje praktične strane, imao je i svoja ograničenja. Što ako netko ima tuce jaja i treba šišanje, a brijáč već ima dvorište puno kokoši? Tako je nastao novac, revolucija u svijetu trgovine. Počevši od kamenja i školjki, koncept novca razvio se u metalne kovanice i papirnate novčanice, čineći trgovinu još lakšom. A s novcem je došla ideja o bankarstvu — sigurnom mjestu za pohranu bogatstva (Cameron, 1993).

Rana ekonomska misao bila je osjetljiva na činjenicu da je ekonomska aktivnost ljudska aktivnost i da se akteri djelovanja mogu grubo podijeliti na dva klase: oni koji vode i oni koji slijede. Koliko god tada loše definiran, poduzetnički talent uvijek je bio usko povezan s kvalitetom menadžmenta. Poduzetnik se obično nalazio među redovima trgovaca ili vojske. Posebno kvalificirani vojskovođe, jer su se često ratovi vodili iz ekonomskih razloga, bili su smatrani poduzetnima. General koji bi osmislio i proveo uspješnu strategiju u borbi, pritom preuzimajući znatne rizike, mogao je steći znatnu ekonomsku korist (Hebert i Link, 2009).

Drevni trgovci također su podvrgavali sebe gotovo jednakom stresu kao i vojskovođe. Ponekad su riskirali stavljajući na kocku svoje posjede. Doista, u ranim vremenima funkcije trgovca i pustolova često su bile spojene u istoj osobi. Marko Polo, na primjer, bio je pustolov koji je želio uspostaviti vitalnu trgovinsku rutu prema Orijentu, a potom i dalje na istok, prema zemljama s mnogih novih i fascinantnih proizvoda. Čak i oni trgovci manje skloni riziku obično su bili izloženi drugim, manjim, ali mnogobrojnim rizicima. Hrabrost za vođenje posla nije se poistovjećivala s hlabrošću u borbi, međutim, i trgovac je bio jednako slabo cijenjen od strane antičkih filozofa. Padgug (1974) ističe kako je Aristotel, na primjer, priznavao mjesto trgovca u društvu, ali ga nije smatrao visoko vrijednim pozivom. Naprotiv, mora ga se stalno promatrati kako ne bi društvo patilo zbog grabežljivosti i gramzivosti poduzetnika. Prema Aristotelu, čin stvaranja novca dijeli se na upravljanje kućanstvom ("kućnu" mikroekonomiju) i trgovinu na malo. Prvo je smatrao

nužnim i časnim, ali je potonje smatrao neprirodnim jer je pružalo put da ljudi "nepravедno i previše" zarade na račun drugoga (Padgug, 1974).

Naravno, starogrčka briga za održavanje *statusa quo* djelomično je rezultat tumačenja ekonomske aktivnosti kao igre u kojoj je dobitak jedne osobe bio gubitak druge osobe – ideja čija se dominacija zadržala do osamnaestog stoljeća. Prema ovom gledištu, trgovina ne čini ništa za povećanje ukupnog blagostanja društva. Stoljeća iskustva s tržištima trebala su dokazati drugačije, ali je izvanredno koliko tvrdoglavo ova ideja opstaje u suvremenom društvu. Profit, rezultat uspješnog poduzetništva, ostaje diskutabilan u glavama mnogih dobro obrazovanih ljudi danas, dijelom zbog duge zapadne tradicije izjednačavanja biznismena s izrabljivanjem radnika, nemogućnosti dostizanja standarada održivosti te uništavanja i onečišćenja prirode i živog svijeta (Cameron, 1993).

Rimljani su također bili vrsni poduzetnici. Izgradnja cesta i putova podigla je trgovinu starog vijeka na posve novu razinu, stoga nije čudno što je i danas poznata izreka kako svi putevi vode u Rim. Pompeji, upravo zbog erupcije Vezuva koja ih je zatrpala 79. godine, danas su sjajan spomenik onodobnom životu. Arheološke iskopine pokazuju iznimnu razinu umještosti majstora čiji su prikazi na mozaicima izgledali poput trodimenzionalnih jer su umjetnici dodavali tamnije kamenčiće koji su prikazivali sjene. Cijeli je grad vrvio mnogobrojnim obrtima i majstorskim radionicama. „Današnji arheološki nalazi pokazuju da je *"Veliki dio stanovništva u Rimskom Carstvu bili su ljudi koji su se znojili za svoj kruh svagdašnji, ali su također željeli podići svoj društveni status"*, rekao je direktor parka, Gabriel Zuchtriegel“ (Večernji.hr, 2022). Pompeji su zapravo bili turistička destinacija. Nastavak arheoloških ispitivanja 2018. godine pokazuje segment života stanovnika Pompeja i onoga što su si bogati poduzetnici mogli priuštiti. Tako okućnica „...uključuje dvorište ukrašeno freskama biljaka, ptica i scena lova. Niša u kojoj su se nalazili bogovi zaštitnici kućanstva, ili lari, dala je "kući Larario" njeno popularno ime. "Vlasnici kuće Larario u Pompejima uspjeli su ukrasiti dvorište u kojem se nalaze lari i bunar s izvanrednim slikama, ali očito nisu imali dovoljno novca za sve sobe", dodao je Zuchtriegel. "Ne znamo tko je ovdje živio, ali ugodan život prikazan u dvorištu vjerojatno je bio više težnja nego njihova svakodnevna stvarnost" (Večernji.hr, 2022). Pompeji su fantastičan prikaz antičkog

poduzetničkog gradića, turističkog odredišta, te vrijedan povijesni izvor koji oslikava način života njegovih antičkih stanovnika.

3.2. Mračni srednji vijek

Mračni srednji vijek za poduzetnike je doista bio mračan. Ekonomski autori u srednjem vijeku bili su prvenstveno teolozi koji su pisali pod okriljem Crkve. De Roover (1963) tvrdi kako je njihova posljedična preokupacija etikom ozbiljno ograničila njihov interes za određena pitanja, među njima i za poduzetništvo. Duns Skot i San Bernardino bili su izuzeci. Složili su se da trgovci imaju pravo na naknadu za rizik i naknadu za svoj rad, iako u iznosima ograničenim "pravdom". San Bernardino je također naglasio kvalitete koje dobri trgovci trebaju posjedovati: moraju imati dobru prosudbu, uzimajući u obzir rizike; moraju biti dobro informirani o kvaliteti proizvoda, cijenama i troškovima; moraju biti pažljivi po pitanju detalja i moraju biti spremni na izloženost teškoćama i svakojakim rizicima (Hebert i Link, 2009). Tipičan poduzetnik srednjeg vijeka, obično klerik, bio je čovjek zadužen za velika arhitektonska djela: dvorce i utvrde, javne zgrade, opatije i katedrale (Hoselitz, 1960). Sve do kraj dvanaestog stoljeća, funkcije izumitelja, planera, arhitekta, graditelja, upravitelja, poslodavca i nadzornika bili su spojeni u pojam poduzetnika, ali preuzimanje rizika i osiguranje kapitala nisu bili dio koncepta. Kako je kapitalizam počeo istiskivati feudalizam, nastala je jasnija razlika između onoga koji je obavljao umjetničke i tehničke funkcije, i onoga koji je preuzeo komercijalne aspekte ovakvih opsežnih projekata (Cameron, 1993).

3.3. Poduzetništvo u industrijskim revolucijama

Industrijske su revolucije odredile tempo poduzetništva. Dok su rane industrijske revolucije označile pomak s poljoprivrede na industriju, današnje su revolucije potaknute tehnološkom transformacijom. Bez obzira na doba, svaka je revolucija potaknula brze društvene i ekonomske promjene. Svaka je vođena od strane poduzetnika koji kapitaliziraju inovacije (Hebert i Link, 2009).

Prvu industrijsku revoluciju karakteriziraju tvornice i para. U Americi kasnih 1700-ih i ranih 1800-ih rođene su tvornice koje su izbacivale proizvode brže nego ikad. Strojevi su počeli dizati teške stvari. A kad su se pojavili parni strojevi, više nije bilo potrebe za korištenjem konja za prijevoz. Ljudi su se konačno mogli voziti u vlakovima, parobrodima, otvarajući golemo nova područja

trgovine. Poduzetništvu se okreću i drugi, treći sinovi, plemića u Europi. Oni su morali pronaći način vlastitog uzdržavanja u mirnodopskom razdoblju. Nisu se mogli osloniti na ostavštinu svoje obitelji, ili ona nije bila dostatna. Kako su morali izgraditi svoj put, pomno su birali dotadašnje nadničare i pretvarali ih u radnike i zaposlenike. Znatno se povećala rigoroznost nadzora nad njihovim radom, očekivali su se radni rezultati i tako od seljaka postaju radnici. Plemići, sada poslodavci, počinju razvijati i marketinške metode kako bi njihovi proizvodi dosegli šire tržište. Ponovilo se ono što je posvuda i uvijek rezultat takvog procesa racionalizacije: oni koji ne bi slijedili primjer, ispali bi iz "igre", odnosno prestali su poslovati. Tu se rađa i svijest o borbi s konkurencijom (Cameron, 1993), ali i tzv. "američki san". SAD je oduvijek bio leglo poduzetnika, a korijeni sežu još u osnutak same zemlje. Američka povijest prepuna je primjera poduzetnika poput Henryja Forda, koji je naciju stavio u automobile, i Madam C.J. Walker, koja je od nule izgradila carstvo ljepote. Upravo je ta sposobnost da poduzetnik ima ideju, započne posao i u tome uspije učinila Sjedinjene Države globalnim središtem inovacija i stvaranja bogatstva (Cameron, 1993).

Drugu industrijsku revoluciju karakterizira pojava automobila, svjetala i akcije. Počevši oko 1870., stvari su počele svijetliti zahvaljujući elektricitetu. Ovo je doba rođeno patentiranjem telegrafa, što je omogućilo brzo širenje ideja i otvorilo vrata globalizaciji. S izumom automobila, udaljenost se smanjila i započela je masovna proizvodnja. Poduzetnici su pretvorili industrije poput čelika i nafte u gospodarske centre. Hollywood kakav se danas poznaje također je svoj začetak doživio tada – sve se počelo snimati na celuloid (Hebert i Link, 2009).

Dva velika rata koja su potresla cijeli svijet također su imala značajan utjecaj na razvoj tehnologije, a time i na poduzetništvo. Kako se Veliki rat (engl. *Great war*, Prvi svjetski rat) odvijao, male tvrtke borile su se s poremećajima na više frontova. Oskudni resursi, racioniranje i nedostatak radne snage predstavljali su velike prepreke. Unatoč tome, ta su poduzeća pokazala prilagodljivost, iskoristivši prilike u ratnoj ekonomiji diverzifikacijom svoje ponude. Ratom potaknuta potražnja za streljivom i zalihama potaknula je rast malih proizvodnih pothvata. Lokalni poduzetnici upravljali su promjenjivim gospodarskim okruženjem, a mnogi su uspjeli opskrbljivati vojsku osnovnim dobrima. Rat je, paradoksalno, postao katalizator za poduzetničke pothvate, izazvavši val male proizvodnje. U razdoblju između dva svjetska rata vrijeme je obnove i reinvenije. Nakon

Prvog svjetskog rata mala su se poduzeća suočila sa zastrašujućim zadatkom obnove. Posljedice rata donijele su gospodarske turbulencije, ali su mala poduzeća pokazala izuzetnu otpornost. Oko 1920-ih svjedočimo oživljavanju male trgovine, potaknute rastućom potrošačkom kulturom i tehnološkim napretkom. U međuratnom razdoblju napredovala je inovacija. Mala poduzeća, koja su se brzo prilagođavala, prihvatila su nove tehnologije poput pokretne trake, transformirajući proizvodne procese. Kako je konzumerizam uzimao maha, ta su poduzeća pronalazila nova tržišta, zadovoljavajući rastuće potrebe društva u tranziciji. Izbijanje Drugog svjetskog rata ponovno je gurnulo svijet u kaos, stavljajući mala poduzeća pred još strašniji niz izazova. Racioniranje, manjak radne snage i pojačani državni propisi, stavili su na kušnju hrabrost poduzetnika. Mala su poduzeća, međutim, prigrllila domišljatost kako bi pridonijela ratnim naporima. Mnoga mala poduzeća okrenula su se za podršku ratu proizvodnjom vojne opreme i zaliha. Vlada je aktivno poticala mala poduzeća, prepoznajući njihovu agilnost i sposobnost da učinkovito zadovolje specifične potrebe. Od proizvodnje uniformi do proizvodnje komponenti za oružje, male tvrtke igrale su ključnu ulogu u ratnoj mašineriji (Cameron, 1993).

Završetak Drugog svjetskog rata koji je uslijedio nedugo nakon demonstracije što atomsko naoružanje može učiniti, nakon što je svijet nakratko zanijemio, potaknuo je utrku u naoružanju između dotadašnjih saveznika: SAD-a i SSSR-a. Hladni rat obično se smatra vojnim i ideološkim sukobom. Međutim, u tom se razdoblju događao i prijenos tehnologije između komunističkog i zapadnog bloka: iz Japana u Sovjetski Savez, Japana u Kinu i Sjedinjenih Država u Kinu. Tako su linije podjele Hladnog rata bile zapravo puno mutnije nego što se želi smatrati. Poduzetnici, industrijalci i znanstvenici vođeni profitom, putovali su između blokova kako bi surađivali na različitim projektima koji su bili temelj za mnoga znanstvena otkrića vidljiva i danas, uključujući tehnologiju pronalaska i bušenja nafte, pa čak i sustave željezničke signalizacije koji rade po hladnom vremenu. Ono što je olakšalo mnoge od tih interakcija bila je važnost poslovnih ljudi u gospodarskoj diplomaciji. Njihov utjecaj dao im je mogućnost da budu dio te transblokove trgovine. Na primjer, poduzetnici iz Japana i drugdje surađivali su s vladinim dužnosnicima u zemljama na različitim stranama razdora na izvozu tehnologije u Kinu. U nekim su slučajevima uspjeli postići čak i kompromise od američke strane, kako bi ublažili embargo koji je SAD zagovarao. Neutralne zemlje također su olakšale ovu trgovinu tehnologijom – brodarska poduzeća u Indoneziji i Singapuru, na primjer, koristila su oba bloka za obavljanje trgovine preko

posrednika. Ovi prijenosi tehnologije rezultirali su velikim brojem inovacija, posebice u industrijskoj proizvodnji. Ako se pogleda industrija tekstila, nafte, čelika, željeza i kemijska industrija, može se vidjeti kako su tehnološke inovacije napravljene u tim vremenima na Zapadu tijekom Hladnog rata prenesene na Istok, gdje su napravljena poboljšanja koja su se vratila na Zapad (Hebert i Link, 2009).

Treća industrijska revolucija poznata je kao zora digitalnog doba. U kasnim 1960-ima, kada je atomsko doba ustupilo mjesto digitalnom dobu, počinju se razvijati računala i računalna tehnologija te Internet. Tehnički poduzetnici izmislili su nove tehnologije i pokrenuli globalna poduzeća kako bi ih prodali masama. Od ranih dana *Applea* do osvita društvenih medija, poduzetnici su koristili ovu tehnologiju kako bi jedinice i nule, osnovu binarnog sustava, pretvorili u digitalna carstva (Cameron, 1993).

Suvremeni je čovjek svjedokom četvrte industrijske revolucije. Karakteristika ove revolucije je uspon pametne tehnologije. Ona je definirana digitalnom transformacijom, zelenom tranzicijom, analitikom podataka, umjetnom inteligencijom i obnovljivom energijom. Četvrta industrijska revolucija odnosi se na integraciju naprednih tehnologija kao što su umjetna inteligencija, Internet stvari i analitika velikih podataka u tradicionalnu proizvodnju i industrijske prakse. Ova integracija ima potencijal revolucionirati način na koji tvrtke rade i komuniciraju s klijentima, a ima i značajne implikacije na vodstvo. Drugim riječima, strojevi, poput hladnjaka mogu reći svojim vlasnicima što kupiti u trgovini. Sve je u povezivanju, a današnji poduzetnici usmjereni su na to da poduzeća učine pametnijima, učinkovitijima i zelenijima (Culduz, 2024).

3.4. Suvremeno poduzetništvo

Od industrijskih revolucija do tehnološkog procvata, poduzetnici su pomicali granice, poremetili industrije i stvorili inovacije koje su promijenile svijet. Današnji poduzetnici su raznoliki kao i njihove ideje. Bilo da pišu poslovni plan za sljedeću veliku aplikaciju u Silicijskoj dolini ili otvaraju inventivnu pivovaru u malom gradu, oni su dio bogate baštine. Oni su sanjari i tvorci, koji neprestano oblikuju svijet usvajanjem i predstavljanjem jedne po jedne inovativne ideje.

Usvajanje tehnologija Industrije 4.0 također zahtijeva promjenu u načinu razmišljanja i stilu vodstva. Lideri moraju biti sposobni prihvatiti promjene i prilagoditi se novim načinima rada, kao i imati viziju i strateško razmišljanje za prepoznavanje prilika za inovacije i rast. Također moraju biti sposobni razviti i osnažiti svoje timove da prihvate nove tehnologije i načine rada te biti sposobni njegovati kulturu kontinuiranog učenja i poboljšanja. Industrija 4.0 ima potencijal promijeniti način na koji poduzeća posluju i komuniciraju s klijentima.

Poduzetništvu se danas okreću i slavne osobe, no, nekima je mnogo teže upravo zato što su poznati – promatra se svaki njihov korak, a potencijalni klijenti oštri su kritičari koji ih brzo karakteriziraju kao plagijatore (npr. Meghan Markle i njezin novi *podcast American Riviera Orchard*), ili skandalozne inovatore (npr. Gwyneth Paltrow i njezin brend *Goop* koji je u ponudi imao mirisne svijeće s mirisom orgazma). U neku ruku, poduzetnici su (i pritom ne samo oni slavni) pod lupom nemilosrdne javnosti koja ne pokazuje palac gore ili dolje kao u starom Rimu, nego za proizvod ili uslugu glasa njegovom kupnjom ili otkazivanjem. Sve to upućuje na to kako se čovjek zapravo, iako su protekla stoljeća, nije mnogo promijenio, pa vrijedi učiti od pojedinaca s poduzetničkim osobinama, iz bilo kojeg razdoblja ljudske povijesti. Njihove su priče svjedočanstva okolnosti u kojima su se formirali kao odrasle osobe, poduzetnici, ali i kreirali svijet po svojoj mjeri.

4. POJEDINCI S PODUZETNIČKIM OSOBINAMA

U ovom je poglavlju fokus na pojedince, izumitelje, careve i političare, vođe, istraživače – uspješne poduzetnike. Iako su oni povijesne ličnosti, svima je zajedničko što se iz današnje perspektive mogu smatrati uspješnim poduzetnicima. Većina od njih nije imala lagodan život i morali su balansirati između brojnih interesa – i onih javnih, i vlastitih. Inspirativne priče ovih ljudi mogu biti značajne za današnje poduzetnike i vođe.

4.1. Papisa Ivana – žena u muškoj branši

Biti ženom uvijek je bilo izazovno, a pogotovo biti poduzetnicom u ženskoj branši. U 9. je stoljeću, navodno, postojala žena koja je postala papisa – i dosegla sam vrhunac moći. Postoje oprečni dokazi o tome je li postojala ili nije. Jedna struja zagovara da je mogla postojati, čemu u prilog govori i tradicija provjera spola budućeg pape. Međutim, „dva najsnažnija materijalna dokaza protiv Ivanina papinstva utvrđuju se na osnovi pretpostavke da je Leon IV. umro 855. godine. (1) Novčić koji nosi ime pape Benediktas jedne strane i cara Lotara s druge. Budući da je Lotar umro 28. rujna 855., a novčić prikazuje Benedikta i Lotara koji žive u isto vrijeme, očigledno je da Benedikt nije mogao stupiti na prijestolje kasnije od 855. godine. (2) Dekret napisan 7. listopada 855. kojim papa Benedikt potvrđuje povlastice samostana Corbie također svjedoči o tome da je on u to vrijeme bio na vlasti. Ali ovi "dokazi" mogu se smatrati beznačajnima ako je Leon umro 853. (ili čak 854.) jer je u tom slučaju bilo dovoljno vremena za Ivaninu vladavinu prije nego što je Benedikt preuzeo prijestolje 855. (nap.a.)“ (Woolfolk Cross, 2011: 469). Kako je Ivana živjela u 9. stoljeću, mnogo je lakše dokaze o njezinu postojanju izbrisati i uništiti. Međutim, postoje indicije da ipak jest postojala, primjerice, tzv. "stolica za provjeru" (lat. *sella stercoraria*). „Svaki novoizabrani papa nakon Ivane morao je sjesti na sella stercoraria (doslovno, stolica za provjeru), koja je bila probušena u sredini poput nužnika i gdje su se provjeravale genitalije kako bi se dokazao muški spol. Nakon toga bi ispitivač (obično đakon) svečano izvijestio okupljene ljude: "Mas nobis nominus est" – "Naš kandidat je muškarac". Tek tada bi papi uručili ključeve crkve Sv. Petra. Svečanost se nastavila obavljati na isti način sve do šesnaestog stoljeća“ (Woolfolk Cross, 2011: 470). Drugi značajan dokaz je bilješka biskupa Horte i papinskog voditelja ceremonije koji je kritizirao papinsku procesiju jer je prošla "ulicom gdje se papa Ivan porodio": „Godine 1486., John Burcardt, biskup Horte i papinski voditelj ceremonija za vrijeme vladavine pet papa – položaj mu je osigurao temeljito poznavanje papinskog dvora – opisao je u svom dnevniku što se dogodilo

kad je papinska procesija prekršila običaj i prošla preko Via Sacre: „*Na putu tamo i natrag, [papa] je išao pokraj Koloseuma i onom ravnom ulicom gdje... se papa Ivan Engleski porodio... Iz tog razloga...pape sa svojim povorkama nikada ne prolaze tom ulicom; zato su papu prekorili nadbiskup Firenze, biskup Massana i Hugo de Bencii, apostolski podđakon*“...“ (Woolfolk Cross, 2011: 472).

Postoje mnoge poznate urbane legende diljem svijeta i mnogi ljudi koji zagovaraju ili jednu, ili drugu stranu. Jesu li ove legende istinite, ili su samo priče, pitanje je koje si postavljaju učenjaci. Prava je istina uglavnom negdje između. Općenito postoje dvije stvari koje ljudi znaju o papi bez pitanja. Prvo, on je poglavar Katoličke crkve, a drugo, on je muškarac. Međutim, iznimke potvrđuju da postoje pravila. Prema legendi, postojala je papisa Ivana. Služila je kao papa tijekom srednjeg vijeka. Legenda kaže da je služila nekoliko godina, kroz razdoblje otprilike 855-857. Njezina je priča prvi put podijeljena u 13. stoljeću i brzo se proširila Europom (Rustici Craig, 2006). U to je vrijeme većina ljudi vjerovala u tu priču i smatralo se da je istinita stotinama godina. Općenito, Ivanina priča govori o nevjerojatno talentiranoj i obrazovanoj ženi, koja je naučila kako se pažljivo maskirati u muškarca. Pretpostavlja se da je imala ljubavnika koji joj je nalagao da se maskira, iako nije poznato zašto. Zbog svoje pameti i talenta brzo se uzdigla kroz crkvenu hijerarhiju prije nego što je izabrana za papu. Nitko zapravo ne bi shvatio koji je njezin spol, međutim, jednog dana tijekom procesije papisa je rodila, otkrivši da je žena. Nedugo nakon toga je i umrla. Povjesničari još uvijek uglavnom nisu sigurni kako je umrla. Nije jasno je li njezina smrt bila prirodna, povezana s komplikacijama poroda ili je doista ubijena. Nakon njezine smrti, sve crkvene procesije izbjegavale bi se kretati kroz mjesto gdje je rodila. Nagađa se da je ovaj događaj natjerao Vatikan da ukloni sve tragove o njoj iz svojih službenih zapisa i izradio nove ritualne zakone koji su spriječili bilo koju ženu da više ikada postane papa. Godine 1600. izbili su prosvjedi kao odgovor na to što je u katedrali u Sieni postavljeno poprsje Ivane zajedno s drugim prethodnim papama, i kao takva njezina je slika u potpunosti uklonjena (Duffy, 1997).

Prvi spomen papise pojavljuje se u kronici Jeana d'Maillyja, napisanoj 1250. Iako je papa u kronici neimenovan, kronika je inspirirala nekoliko drugih priča i izvještaja u nadolazećim godinama. Najpopularnija priča koja proizlazi iz ovoga je *Chronicon Pontificum et Imperatorum*. Napisao ju je Martin iz Opave, i bila je to prva kronika u kojoj je papisa imenovana. Martin je svijetu

predstavio žensko papinsko ime Joan Anglicus iz Mainza. Martin je također napisao da je vladala u 9. stoljeću i da je prvenstveno ušla u Crkvu kako bi pratila svog ljubavnika. Ovo sjećanje na Ivanu smatralo se istinitim i točnim otprilike do 16. stoljeća (Rustici Craig, 2006).

Poučavanje o papisi Ivani kao pravoj povijesnoj ličnosti intenzivira se u 14. stoljeću. Tijekom 14. stoljeća, dominikanski propovjednici Ivanu su koristili kao uzor, primjer moralnosti koji bi trebali slijediti. Otprilike u isto vrijeme, prefekt Vatikanske knjižnice, učenjak Bartolomeo Platina, napisao je da je papisa Ivana “došla na to mjesto pomoću zle umjetnosti”. Nastavio je vrlo detaljno opisivati način na koji je Ivana ušla u Crkvu. Platina opisuje Ivanu kako obmanjuje intelektualce diljem Europe da vjeruju da je muškarac kako bi je poučavali Svetom pismu. Nakon toga, počinju se oglašavati i drugi izvori i Ivana postaje vrlo popularna tema. Međutim, te reference nisu uvijek bile dosljedne. Na primjer, godine 1404. Adam od Uska daje joj ime Agnes i spominje njezin kip u Rimu. Ovaj kip nikada prije nije spominjan, a još uvijek se ne zna na što se točno odnosi. Najbolje pretpostavke sugeriraju da se za statuu žene pretpostavljalo da je Papa, međutim, nikada nije izrađena u njeno ime. U kasnom 14. stoljeću vodič za hodočasnike u Rim govori čitatelju da su posmrtni ostaci papise pokopani u Vatikanu. Bilo je to otprilike u isto vrijeme kada su naručene biste (Boureau, 2001).

Danas je ipak više onih znanstvenika koji se priklanjaju ideji kako Ivana nije postojala. Suvremeni znanstvenici pažljivo su analizirali dostupne izvore o Ivani i povijesnu vremensku crtu, potvrđujući da bi bilo nemoguće da je ona bila papisa. Oxfordski rječnik kaže da nema dokaza o ženskom papi, no priznaje da su katolici stoljećima vjerovali u njezino postojanje (Duffy, 1997). Još jedan ključni razlog za opće uvjerenje da je Ivana djelo fikcije je to što nitko od neprijatelja crkve ne spominje Ivanu. Kada u svojim pismima i knjigama govore o papama koje pokušavaju smijeniti ili čijim su pontifikatom nezadovoljni, u tom periodu spominju samo Benedikta i Leona, nikako Ivana (ili Ivanu). Unatoč tomu što je tema doista fascinantne urbane legende, papisa Ivana nema mnogo mjesta u suvremenoj pop kulturi. Ostale priče o urbanim legendama, poput priče o Anastaziji Romanov, postale su dio društvene svijesti kroz filmove, serije i emisije, ali takva pomama se nije dogodila oko papise Ivane (Rustici Craig, 2006).

Žene i danas nemaju jednaka prava kao i muškarci, zbog čega se odlučuju prerusiti u njih kako bi dobile priliku. „Postoje i drugi, suvremeniji primjeri žena koje su se uspješno izdavale za muškarce, uključujući Mary Reade koja je živjela kao gusar u ranom osamnaestom stoljeću; Hannah Snell, vojnika i mornara u britanskoj mornarici; žene iz devetnaestoga stoljeća čije nam je pravo ime nepoznato, ali koja se pod imenom James Barry uzdigla do položaja glavnog državnog nadzornika britanskih bolnica; Loreta Janeta Velazquez borila se na strani Konfederacije u bitci kod Bull Runa pod imenom Harry Buford. U novije vrijeme, Teresinha Gomez iz Lisabona provela je osamnaest godina pretvarajući se da je muškarac; kao visoko odlikovan vojnik napredovala je do čina generala portugalske vojske i razotkrivena je tek 1994. godine kad je pod optužbom za financijsku prevaru uhićena, a policija ju je prisilno fizički pregledala (nap. a.)“ (Woolfolk Cross, 2011: 475).

Ako se prikloni ipak ideji kako papisa Ivana jest postojala, mogu se jasno vidjeti koje su njezine poduzetničke osobine dovele do toga da ona bude na takvom položaju – sklonost riziku, učenost, talent za diplomaciju u pregovorima s drugim kardinalima, hrabrost i odvažnost, proračunatost i malo sreće koja, uostalom, i prati hrabre. Iz prethodnog je teksta jasno kako je u 14. stoljeća i slovila kao primjer uzoritosti i onoga što su dominikanci propovijedali, što znači da je (makar bila i samo ideja, a ne stvarna povijesna ličnost), doista imala utjecaja. Također, to je i pokazatelj kako su ove poduzetničke osobine bile cijenjene i tada, što se može smatrati pokazateljem napretka za to doba. Osim toga, čudno je uopće što se ona kao žena nametnula kao uzor pet stoljeća nakon svoje smrti te što se legenda uspjela očuvati. Ovo može biti značajna motivacija za današnje poduzetnice da ne odustanu od svojih snova i da ustraju u njihovom ostvarenju.

4.2. Marco Polo – istraživač i putopisac

Marko je Pol(o)¹ rođen u bogatoj obitelji trgovaca koji su poslovali s azijskim trgovcima. Kada je bilo vrijeme i kada je tomu dorastao, Marko je nastavio obiteljsku tradiciju svojega oca i strica. Zbog toga se ovo može smatrati primjerom obiteljskog poduzetništva. Marko je odrastao učeći o trgovačkim brodovima, mjerama količina za pojedinu robu, najbolje načine skladištenja kako roba ne bi propala, okružen stranim valutama. Također, učio je i upravljati trgovačkim brodovima. Nakon nemira u Carigradu, tadašnjem Konstantinopolu, pridružio se izaslanstvu perzijskog kana.

¹ Polo je latinizirani oblik prezimena Pol koje zapravo predstavlja određenu vrstu ptice.

Pošao je u Peking, tadašnju prijestolnicu velikog mongolskog Kublaj-kana: „Kublaj-kan promatra pomicanje Markovih usana. Ne razumije ni riječ njegova hrvatskog jezika i zato ga ne ispušta iz pogleda. Upro je svoje sitne oči u Marka i one sijevaju iz mraka. Kublaj-kan dobro zna da s ljudskim govorom valja oprezno. Govoriti se može na više načina: u prazno, samome sebi, iza nečijih leđa i ravno u lice, ili ovako kako je to činio Marko, na nekom posve nerazumljivom jeziku. Marko Polo savija papir i stavlja ga za pojas. Očito, prihvatio je ponudu. Taj čuveni putnik istodobno će biti i Šeherezada i *Alf Layla* – arapski pisar iz 9. stoljeća koji je prvi zapisao Šeherezadinu priču. Pisari ne moraju biti tako uspješni kao što to moraju biti pripovjedači, no Marko je Polo putnik i zbog toga je uspješan u pripovijedanju... On nije jedan od onih putnika koji uzalud putuju jer od svojih putešestvija ne znaju isplesti priču“ (Horvat, 2016:19,20). Nakon povratka u Veneciju, zbog sukoba mletačkog i đenovljanskog brodovlja kod otoka Korčule, zarobljen je i bačen u zatvor. U tom razdoblju nastaje njegova poznata knjiga *Il Milione*. Mongolskog roba, koji mu je bio vjerni pratitelj na putovanjima po Aziji i sluga, oporučno je oslobodio (Peklić, 2010).

Veliki istraživač i putopisac Marko Polo ostat će upamćen po svojoj knjizi *Il Milione* (hrv. *Milijun*). Ova je knjiga, poslije Biblija i Kurana, treća najprevođenija knjiga na svijetu. „Markova knjiga imala je presudan utjecaj u doba velikih otkrića. Zemljopisne karte Dalekog istoka stoljećima su izrađivane baš po njegovu putopisu. Njemački je kartograf Johannes Schöner zapisao 1533. godine: "*Iza Sinae i Ceresa (mitskih gradova središnje Azije)... otkrića mnogih zemalja zaslugom su Marka Pola... obale tih zemalja nedavno su oplovili Kolumbo i Amerigo Vespucci u svojim putovanjima po Indijskom oceanu.*" Pokazat će se, dakako, da Kolumbo nije stigao do predjela koje je opisao Marko Polo, jer ga je na putu do njih zaustavilo kopno koje će po Amerigu biti prozvano – Amerika. Ali, preko crte obzora, Kolumba i druge velike istraživače privlačili su upravo Markovi živi prikazi. Poznato je da je Kristofor Kolumbo (1451. – 1506.) posjedovao jedno latinsko izdanje Markove knjige i u bilješkama koje je pravio tokom putovanja uspoređivao vlastita otkrića s mjestima koja je Marko opisao“ (Cuculić, 2024). Recentno izdanje francuskog magazina *Philosophie* dalo je portret Marka Pola, nazivajući ga prvim velikanom globalizacije (Cuculić, 2024). Svakako, Polo je udario temelje povezivanju, kartografiji i velikim geografskim otkrićima, pritom ostajući relevantnim još stotinama godina poslije.

4.3. Leonardo da Vinci – genij ispred svog vremena

Leonardo da Vinci rođen je 15. travnja 1452. godine blizu sela Vinci u Italiji, kao izvanbračno dijete bogatog firentinskog bilježnika imenom Piero Fruosino di Antonio da Vinci i seljanke Caterine (Atalić i Škrobonja, 2019). Prvo obrazovanje primio je u Firenci. Učio je geometriju, aritmetiku i latinski (koji mu nije bio jača strana), a bio je i dobar glazbenik. 1466. godine počinje nauk kod slikara i kipara Andree del Verrocchija. U razdoblju od 1507. do 1508. pohađao je satove anatomije koji su se održavali u bolnici Santa Maria Nuova. Može se reći da je Leonardo da Vinci bio pravi renesansni čovjek, erudit, iako se sam nazvao „neučenim čovjekom“, zbog slabog poznavanja latinskog jezika (Puceković, 2016). Da Vinci se odijevao u šarene ekscentrične boje, a volio je kratke tunike, što su mu neki zamjerali. Nosio je dugu kosu i dugu bradu, dok su njegovih suvremenici preferirali biti uredno podšišani. Da Vinci nikad nije pokazivao pretjeran interes za žene, osim za sestre Beatrice i Isabellu d'Este te Cecilijom Gallerani, koje su mu bile među najbližim prijateljima. Oko 1490. radi na knjizi „De Divina Proportione“ s Lucom Pacioliem. Između da Vincija i njegova dva šegrt, Salajjem i Melzijem, također je postojalo intimno prijateljstvo. Djelovao je u isto vrijeme kad i Michelangelo i Raphael, iako nisu uvijek bili u dobrim odnosima. Michelangelo je skulpturu smatrao najvišim oblikom umjetnosti, a da Vinci ju je ismijavao, uspoređujući kipare s pekarima jer su uvijek prekriveni brašnom, tj. prašinom (Atalić i Škrobonja, 2019). Godine 1483. dolazi na dvor Ludovica il Mora kako bi mu ponudio usluge projektanta ratnih strojeva, ali su se tamo više cijenile njegove umjetničke vještine od onih znanstvenih. Izbačen je iz vijeća učenjaka, zbog slabog mu latinskog. Oko 1500. odlazi iz Milana u koji nadiru trupe francuskog kralja Louisa XII. Cesare Borgia ga 1502. zapošljava kao vojnog stratega, a nakon njegove smrti, da Vinci se vraća svom slikanju. Godine 1516. francuski kralj Francois I. prima ga kao „prvog kraljevskog slikara, inženjera i arhitekta“. Da Vinci u slikarstvo unosi inovacije. Poznatu temu posljednje večere prikazuje na novi način, grupiravši apostole u grupe po tri, dok je Krist u središtu slike oličenje mirnoće. Da Vinci je bio i veliki poznavatelj anatomije čovjeka, jedno od njegovih najpoznatijih djela je Vitruvijev čovjek. Da Vinci je za vrijeme svog drugog firentinskog perioda naslikao mnogo portreta, ali Mona Lisa je ostala jedina očuvana do danas. Uz to je i jedan od najpoznatijih portreta uopće, a zagonetka njezinog osmijeha je još uvijek neriješena. Da Vinci nije bio samo slikar, već i vrstan izumitelj, a posebno ga je fascinirala mogućnost leta (Vrbanić i Prtenjača, 2019:123):

"Iako je čovjek sa svojim duhovnim sposobnostima otkrio velik broj pronalazaka ... nikad neće otkriti pronalazak koji može nadmašiti prirodu po ljepoti, jednostavnosti i neposrednosti, u čijem stvaranju ne nedostaje ništa i ništa nije prekomjerno. "

Oduvijek je volio prirodu, jer je djetinjstvo proveo u ruralnom području. Proučavanje prirode ga je možda navelo na slikanje. Da Vinci je bio ljevak. U odraslijoj je dobi vodio nešto burniji život. U sudskom zapisu iz 1476. godine optužen je, zajedno s trojicom prijatelja, za sodomiju s muškom prostitutkom. Oslobođen je svih optužbi, ali to možda ima veze s činjenicom da je jedan od mladića bio u rodu s vladajućom obitelji Medici (Atalić i Škrobonja, 2019).

4.4. Petar Veliki – najznačajnija figura ruske povijesti

Petar Veliki na vlast je došao u dobi od samo deset godina. Pa iako na početku nije bilo naznake da će biti "veliki", tu je svoju titulu ponio (ne samo zbog fizičkog rasta i stasa), nego zbog dalekovidnog upravljanja državom, čije su se posljedice osjetile u Rusiji i godinama nakon njegove smrti. Kako bi učvrstio vlast, stvorio rusko plemstvo i prisilio ga da služi državi. Plemićki je naslov davao onima koji su se iskazali u bitkama, bez obzira na njihovo podrijetlo i prošlost. Petar je iz središnje i zapadne Europe preuzeo barunske i grofovske titule koje je dodjeljivao. Također, „...onima koji su prestali služiti državi, oduzimali su se zemlja i kmetovi, ako nisu imali nasljednike koji bi stupili u službu. S druge strane, plemićka se titula nasljeđivala, a svaki plemić bio je dužan stupiti u službu sa napunjenih 15 godina“ (Montefiore, 2019: 126).

Osim toga, Petar je zaslužan za izgradnju i uređenje Petrograda (Sankt-Peterburg). Petrograd je bio ruski grad s najviše europskog duha, a poznat je i kao Venecija sjevera. „Osnivanjem ovoga grada Petar je ostvario više ciljeva: dobio je izlaz na more koji će mu omogućiti poboljšanje trgovačkih veza, mjesto okupljanja nove ruske elite. U ovom mondenom gradu nastavljaju se kruniti i budući ruski carevi“ (Montefiore, 2019: 128).

Petar je shvatio i koliko značajna može biti interakcija s drugim kulturama u smislu širenja znanja, zbog čega je poticao svoje plemstvo i dvorjane da uspostave kontakt s drugim Europljanima. Doba je to i velikih ekonomskih migracija – Rusi odlaze na školovanje u druge europske zemlje, a u Rusiju pristižu različiti zanatlije, obrtnici, pa čak i visoko obrazovani (npr. tutori, dadilje i sl.). Kako bi smanjio širenje zaraza, Petar je muškarcima zabranio nositi duge brade, a tko je i dalje htio nositi "rusku bradu", a ne "europsku", za to je morao platiti porez (Montefiore, 2019).

Petar je zaslužen što je Rusija postala vojna supersila. Vodio je mnogo ratova, ali najpoznatiji je onaj protiv Švedske. Veliki sjeverni rat, kako je nazvan, trajao je 21 godinu, od 1700. do 1721. Petar je pobijedio i uspio učvrstiti ruski položaj na Baltiku. Ono što mu je u konačnici omogućilo tu pobjedu bila je sveobuhvatna reforma vojske koja je provedena prije početka rata. Naime, svi vojnici morali su proći profesionalni trening i obuku, dok su prije toga ruski vojnici uglavnom bili seljaci koje su vodile njihove seoske starješine. Također, valja napomenuti kako je Petar izgubio prvu bitku protiv Švedske (Švedska jest tada bila respektabilan protivnik, sila koje se cijela Europa bojala). Međutim, to ga nije pokolebalo: „U prvoj bitci kod Narve u Finskom zaljevu 1700. godine, Petar doživljava težak poraz. Međutim, to ga ne obeshrabruje: *“Znam doduše da će nas Šveđani još koji put potući, ali najzad ćemo naučiti od njih samih kako ih potući. Pa kad je učenje prolazilo bez gubitaka i patnje!”* (...) Godine 1721. Petar konačno trijumfalno ulazi u Petrograd. Senat mu dodjeljuje tri naslova: “Otac domovine”, “Petar Veliki” i “Imperator”. On je car svih Rusa“ (Nova Akropola, n.d.).

Petar se dokazao i kao uspješan i dalekovidan državnik, ne samo vojskovođa. Formirao je zakone koji su trebali iskorijeniti korupciju. Također je oformio i preteču suvremenih ministarstava: „Najviši sudski organ (poslije cara) bio je Praviteljstvujušči senat. Rusku pravoslavnu crkvu je Petar podčinio državi tako što je 1721. godine ukinuo instituciju patrijarha i osnovao Praviteljstvujušči sinod koji je umjesto patrijarha funkcionirao kao "svjetovna" uprava nad Crkvom. Petar je osobno izdao mnoštvo ukaza kojima su regulirani detalji svakodnevnog života stanovnika Rusije. (...) Naučio je žitelje gradova da zakopavaju smeće na mjestima određenim za to, naložio je da se za vrijeme žetve umjesto srpa koristi kosa itd.“ (Russia Beyond, n.d.).

Car Petar Veliki bio je i veliki radnik: „Ovaj veliki vladar nije patio od laskanja, parada i velikih počasti. Nije stanovao u bogatim dvorcima, niti je zahtijevao veliku udobnost. Za stanovanje je radije birao kolibu nego palaču, a za spavanje je znao odabrati i služinski ležaj. Priređivao je gozbe, no često je jeo i sa služinčadi ono što su i oni jeli. Kad bi došao na mjesto gdje se nešto radilo, pridružio bi se radnicima hvatajući sjekiru, pilu ili lopatu. Obožavao je vatromete te je i sam izrađivao rakete. S druge strane, bio je sklon svakodnevnom opijanju i razvratu. S lakoćom je osuđivao na smrt tisuće ljudi, ako je to smatrao potrebnim. Sam je uzimao krvniku sjekiru iz ruke i odsjecao glave. Iako to nama danas predstavlja grozno divljaštvo, on nije bio sadist koji ubija iz zadovoljstva – kao što se svojeručno laćao tesarske sjekire kada je trebalo graditi brodove, tako se

lačao i krvnikove sjekire kada je trebalo kazniti krivce. Čini se kao da se na njega ne mogu primijeniti uobičajena moralna načela, niti ih se on pridržavao. Jedini kriterij koji je imao pred sobom bio je napredak Rusije, a sve ostalo bilo je podređeno tom načelu. Za ostvarenje tog ideala radio je neumorno doslovce sve do smrti, ne štedeći ni sebe ni druge: kad bi nakon cjelodnevnog napornog rada njegovi suradnici popadali od umora, on je znao cijelu noć pod svjetlošću baklje promatrati muzejske izložke, da bi odmah ujutro, bez ikakvog odmora ili sna, nastavio raditi istim strahovitim tempom. Uvijek je govorio svojim suradnicima i podanicima: *“Vladar se mora razlikovati od podanika ne gizdavošću, a još manje raskoši, već budnim i neumornim nošenjem državničkog bremena...”* (Nova Akropola, n.d.).

Petar je umro, za ono doba, u poznaj starosti od 53 godine. Svi naponi koje je poduzeo za života da unaprijedi svoju zemlju kojoj je godinama bio na čelu i služio, isplatili su se jer je Rusko Carstvo nastavilo biti značajan igrač na svjetskoj pozornici. Reforme koje je Petar Veliki uveo bile su toliko napredne, vizionarske, izvan svog vremena, da su uglavnom nastavile vrijediti sve do raspada Carstva u 20. stoljeću.

4.5. Elizabeta I. – žena na prijestolju

Elizabeta I. rođena je 07. rujna 1533. u palači Placentia u Greenwichu. Elizabeth je kći engleskog kralja Henrika VIII. i njegove druge žene, Anne Boleyn. Kako je Henrik poništio svoj brak s Katarinom Aragonskom, njegova prva kći, Elizabethina polusestra Marija Tudor, proglašena je nezakonitom te je Elizabeth bila jedina zakonita nasljednica prijestolja. Samo tri godine nakon Elizabethina rođenja, Henrik je dao pogubiti njezinu majku, jer mu nije uspjela podariti muškog nasljednika. Tijekom mladosti stekla je vrlo kvalitetno obrazovanje koje ju je kasnije učinilo jednom od najobrazovanijih vladara u Europi onog vremena. Govorila je šest jezika: engleski, francuski, talijanski, španjolski, grčki i latinski jezik. Šesta žena Henrika VIII., Katarina Parr, Elizabethu je učinila protestanticom, zbog čega Elizabeth kasnije dolazi u sukob s Marijom, koja pokušava Englesku vratiti na katoličanstvo. Bila je zapravo posljednja vladarica dinastije Tudor, kraljica Engleske od 1558. do svoje smrti 1603. godine (Skupina autora, 2007).

Godine 1558. Elizabeth nasljeđuje polusestru Mariju na prijestolju, što narod dočekuje s olakšanjem. Marija je bila neomiljena zbog pokušaja vraćanja katoličanstva te progona

protestanata. Zbog mnogobrojnih pogubljenja prozvana je Krvava Marija (engl. *Bloody Mary*). Bila je udana za španjolskog kralja Filipa II. (Royal Museums Greenwich, 2024).

Elizabeth 1559. godine uspostavlja Anglikansku Crkvu, ali bila je vjerski tolerantna. Njezino je geslo bilo „*Video et taceo*“ - „*Vidim i šutim.*“ Marija Stewart, kraljica Škotske, Elizabethina sestrična, bila je protivnica reformacije. Bila je prisiljena napustiti Škotsku pa odlazi u Englesku tražiti Elizabethinu zaštitu, ali se upušta u urotu protiv Elizabethe. Nakon 18 godina zatočeništva, Elizabeth 1587. godine napokon nevoljko naređuje Marijino smaknuće (Skupina autora, 2007).

Udovac Marije Tudor, Filip II., 1588. godine šalje poznatu španjolsku „Nepobjedivu armadu“ od oko 150 brodova da ponovno uspostavi katoličanstvo u Engleskoj. Elizabeth, uz pomoć nepovoljnih vremenskih uvjeta, uspijeva odbiti napad u bitci koja se odigrala u La Manchu (Skupina autora, 2007). Dana 31. prosinca 1600. godine dodjeljuje povelju Časnoj Istočnoindijskoj kompaniji, dioničkom društvu, s ciljem stjecanja prevlasti u trgovini (Skupina autora, 2007).

U suvremenoj povijesti, ali i tada, smatrala se udanom za engleski narod kojem se u potpunosti posvetila. Iako je neko vrijeme razmatrala bračne ponude svog prijatelja iz djetinjstva, Roberta Dudleya (čija je žena umrla pod sumnjivim okolnostima koji se danas objašnjavaju rakom dojke), Elizabeth je brak smatrala dužnošću, a ne radošću. Najbliže što je došla prihvaćanju prošnje bilo je kad je nakon tri mjeseca udvaranja odbila vojvodu od Anžuja, Franju (Skupina autora, 2007).

Elizabeth je obožavala nakit i svi su to znali. Tako je za Novu 1587. godinu na dar dobila ukupno 80 komada nakita. Zabilježeno je da je imala čak 2000 haljina. U srednjim je godinama počela nositi haljine koje naglašavaju figuru, a ta se moda raširila i na mušku odjeću te nije bilo neobično da i muškarci nose korzete (Royal Museums Greenwich, 2024).

Sa svojom zlatno-crvenom kosom, svijetlom puti, živim očima i crvenim usnama, Elizabeth je predstavljala simbol renesansne ljepote. Ugledajući se na Elizabethu, sve su žene težile svijetlom tenu koji je bio simbol bogatstva (ako nisi bio preplanuo znači da nisi morao raditi na suncu). Neki su si čak ocrtavali vene po koži, da bi postigli dojam prozirnosti (Royal Museums Greenwich, 2024).

Kako je Elizabeth starila, njezina ljubav prema slatkom se napokon počela pokazivati na njezinom izgledu te su joj zubi pokvarili. Međutim, njezin je modni utjecaj bio toliki da su žene još uvijek slijedile njezin primjer- bojile su si zube u crno kako bi bile što sličnije kraljici (Royal Museums Greenwich, 2024).

Elizabethin je dvor bio centar umjetnosti, znanosti i filozofije. U njezino vrijeme su djelovali i William Shakespeare i Christopher Marlowe, poznati engleski pisci. Poticala je i razvoj ekonomije. Jedan od njezinih najpopularnijih dvorjanina, Sir Walter Raleigh, iz Amerike je donio duhan i krumpir. Elizabeth je Engleskoj donijela 40 godina mirne vladavine i napretka. Održavala je diplomatske odnose s Ruskim i Osmanskim Carstvom. Razdoblje njezine vladavine se često naziva „zlatnim elizabetanskim dobom“ (Skupina autora, 2007).

4.6. Galileo Galilei – prilagodljivi istraživač

Zaslужan za revolucioniranje naše perspektive kozmosa, Galileo Galilei, talijanski astronom i fizičar, iz temelja je promijenio naše razumijevanje svemira. Rođen je 1564. godine, a njegova se radoznalost iz djetinjstva postupno pretvorila u cjeloživotnu misiju znanstvenog istraživanja. Njegova proučavanja gibanja i gravitacije postavljaju temelje za modernu fiziku. Pionir znanstvene revolucije Galileo je, unatoč otporu suvremenog intelektualnog establišmenta, krenuo na putovanje kako bi redefinirao kozmos. Njegov pionirski rad u promatračkoj astronomiji, osobito njegova poboljšanja teleskopa, otvorio je nebesa za znanstveno ispitivanje. Nebeska tijela, nekoć mistična bića, sada su postala predmet empirijskih studija (Menon, 2023).

Galileo je zapravo bio znanstveni poduzetnik. Uz svoj revolucionarni znanstveni rad, Galileo je pokazao i izuzetnu poduzetničku sposobnost. Prodao je svoje teleskope trgovcima koji su ih smatrali korisnima za navigaciju i trgovinu, unovčavajući svoje inovacije. Njegova neumoljiva težnja za znanjem i primjenom bila je, u biti, znanstveni oblik poduzetništva (Menon, 2023).

Kod njega je posebno zanimljivo i suočavanje s nevoljama i konačno trijumfiranje. Čak i usred izazova suđenja od strane inkvizicije zbog podrške kopernikanskom heliocentrizmu, Galileo je ostao nepopustljiv. Njegova hrabrost dokaz je duha poduzetnika, s njegovom spremnošću da preispita utvrđene norme i suoči se s posljedicama. Galileovo nasljeđe nastavlja nadahnjivati

buduće generacije znanstvenika i poduzetnika. Njegova neutaživa žeđ za znanjem, inovativni duh i otpornost na nedaće služe kao vodilja onima koji se usuđuju pomicati granice poznatog i mogućeg (Green, 2020).

Priča o Galileu Galileiju zamršena je mješavina znanstvene briljantnosti i poduzetničkog duha. Njegovo putovanje služi kao snažan podsjetnik da se pomaci često događaju na raskrižju hrabrosti, inovativnosti i upornosti. Dakle, dok suvremeni poduzetnici nastavljaju vlastita istraživanja — bila ona znanstvena ili poduzetnička — ključan je poziv Galileovog duha da se nedaće pretvore u prilike, neprestano posežući za zvijezdama (Green, 2020).

4.7. Napoleon – briljantan strateg

Napoleon I. (rođen 15. kolovoza 1769., Ajaccio, Korzika—umro 5. svibnja 1821., otok Sv. Helena) francuski general, prvi konzul (1799. – 1804.) i francuski car (1804. – 1814./15.), jedan je od najslavnijih ličnosti u povijesti Zapada. On je revolucionirao vojnu organizaciju i obuku; sponzorirao Napoleonov zakonik, prototip kasnijih građansko-pravnih zakonika; reorganizirao obrazovanje i uspostavio dugovječni Konkordat s papinstvom. Zbog toga, nije ni čudo da čovjek zvan Mali kaplar već više od dvjesto godina plijeni pozornost javnosti. Mnoge Napoleonove reforme ostavile su trajan trag na institucije Francuske i većeg dijela zapadne Europe. Ali, njegova pokretačka strast bila je vojna ekspanzija francuske dominacije, i, iako je nakon pada ostavio Francusku malo većom nego što je bila na izbijanju revolucije 1789., bio je gotovo jednoglasno štovan tijekom svog života i sve do kraja Drugog Carstva, pod njegovim nećakom Napoleonom III., kao jedan od najvećih heroja u povijesti (Godechot, 2024).

Napoleon je rođen na Korzici ubrzo nakon što su Genovežani prepustili otok Francuskoj. Bio je četvrto i drugo preživjelo dijete Carla Buonapartea, odvjetnika, i njegove supruge Letizije Ramolino. Obitelj njegova oca, drevnog toskanskog plemstva, emigrirala je na Korziku u 16. stoljeću. Carlo Buonaparte oženio je lijepu i snažnu Letiziju kad je ona imala samo 14 godina; na kraju su imali osmero djece za odgoj u vrlo teškim vremenima. Francuskoj okupaciji njihove rodne zemlje oduprli su se brojni Korzikanci predvođeni Pasqualeom Paolijem. Carlo Buonaparte pridružio se Paolijevoj stranci, ali, kada je Paoli morao pobjeći, Buonaparte se nagodio s Francuzima. Dobivši zaštitu guvernera Korzike, imenovan je asesorom za sudski okrug Ajaccio

1771. Godine 1778. ishodio je prijem svoja dva najstarija sina, Josepha i Napoleona, na Collège d'Autun (Godechot, 2024).

Korzikanac rođenjem, naslijeđem i druženjima iz djetinjstva, Napoleon se još neko vrijeme nakon dolaska u kontinentalnu Francusku smatrao strancem; ipak se od svoje devete godine školovao u Francuskoj kao i drugi Francuzi. Napoleon zapravo nije dijelio ni tradiciju ni predrasude svoje nove zemlje: ostajući Korzikanac po temperamentu, bio je prije svega, kako svojom naobrazbom tako i čitanošću, čovjek 18. stoljeća (Godechot, 2024).

Napoleon se školovao u tri škole: kratko u Autunu, pet godina na vojnom koledžu u Brienneu i konačno jednu godinu na vojnoj akademiji u Parizu. Nakon smrti njegova oca, dok je Napoleon bio na vojnoj akademiji u Parizu, iako nije najstariji sin, preuzeo je položaj glave obitelji prije svoje 16. godine. U rujnu je diplomirao na vojnoj akademiji, zauzevši 42. mjesto u klasi od 58. (Godechot, 2024).

Postao je drugi poručnik topništva u pukovniji La Fère, svojevrsnoj školi za obuku mladih topničkih časnika. U garnizonu u Valenceu, Napoleon je nastavio svoje obrazovanje, čitajući mnogo, posebno djela o strategiji i taktici. Napisao je i *Lettres sur la Corse* ("Pisma o Korzici"), u kojima otkriva svoj osjećaj prema rodnom otoku. Vratio se na Korziku u rujnu 1786. i pridružio se svojoj pukovniji tek u lipnju 1788. U to vrijeme već su počeli nemiri koji su trebali kulminirati u Francuskoj revoluciji. Čitatelj Voltairea i Rousseaua, Napoleon je vjerovao da je politička promjena imperativ, ali, kao vojni časnik kojemu je karijera bila na prvom mjestu, pričinjao se da ne vidi nikakvu potrebu za radikalnim društvenim reformama (Godechot, 2024).

Kada je 1789. Nacionalna skupština, koja se sastala da uspostavi ustavnu monarhiju, dopustila Paoliju da se vrati na Korziku, Napoleon je zatražio dopust i u rujnu se pridružio Paolijevoj skupini. Ali Paoli nije imao razumijevanja za mladića, čiji ga je otac napustio i kojeg je smatrao strancem. Razočaran, Napoleon se vratio u Francusku, a u travnju 1791. imenovan je prvim poručnikom 4. topničke pukovnije, smještene u garnizonu u Valenceu. Odmah se pridružio Jakobinskom klubu, debatnom društvu koje je u početku bilo za ustavnu monarhiju, a ubrzo je postao i njegov predsjednik, držeći govore protiv plemića, redovnika i biskupa. U rujnu 1791. dobio je dopuštenje

da se ponovno vrati na Korziku na tri mjeseca. Izabran za potpukovnika Nacionalne garde, ubrzo se posvađao s Paolijem, njezinim vrhovnim zapovjednikom. Kad se nije uspio vratiti u Francusku, u siječnju 1792. zaveden je kao dezertar. Međutim, u travnju je Francuska objavila rat Austriji i prijestup mu je oprosteno (Godechot, 2024).

Očito zahvaljujući pokroviteljstvu, Napoleon je unaprijeđen u čin kapetana, ali se nije ponovno pridružio svojoj pukovniji. Umjesto toga, vratio se na Korziku u listopadu 1792., gdje je Paoli imao diktatorske ovlasti i pripremao se odvojiti Korziku od Francuske. Napoleon se ipak pridružio korzikanskim jakobincima, koji su se protivili Paolijevoj politici. Kad je u travnju 1793. na Korzici izbio građanski rat, Paoli je dao osuditi obitelj Buonaparte na "vječno prokletstvo i sramotu", nakon čega su svi pobjegli u Francusku. Napoleon Bonaparte, kako se od tada počinje zvati (iako je obitelj izbacila Buonaparte tek nakon 1796.), ponovno se pridružio svojoj pukovniji u Nici u lipnju 1793. U svom *Le Souper de Beaucaire* („Večera u Beaucaireu“), napisanom u to vrijeme, snažno se zalagao za ujedinjenu akciju svih republikanaca okupljenih oko jakobinaca, koji su postajali sve radikalniji, i Nacionalne konvencije, Revolucione skupštine koja je prethodne jeseni ukinula monarhiju. Krajem kolovoza 1793. trupe Nacionalne konvencije zauzele su Marseille, ali su zaustavljene pred Toulonom, gdje su rojalisti pozvali britanske snage. Uz ranjenog zapovjednika topništva Nacionalne konvencije, Bonaparte je dobio to mjesto preko povjerenika za vojsku, Antoinea Salicetija, koji je bio korzikanski zamjenik i prijatelj Napoleonove obitelji. Bonaparte je promaknut u bojnika u rujnu i general-ađutanta u listopadu. Dobio je ranu od bajuneta 16. prosinca, ali su sljedećeg dana britanske trupe, uznemiravane njegovim topništvom, evakuirale Toulon. Dana 22. prosinca Bonaparte, star 24 godine, promaknut je u brigadnog generala kao priznanje za njegovu odlučujuću ulogu u zauzimanju grada (Godechot, 2024).

Augustin de Robespierre, komesar za vojsku, pisao je svom bratu Maximilienu, dotadašnjem šefu vlade i jednoj od vodećih figura vladavine terora, hvaleći "transcendentne zasluge" mladog republikanskog časnika. U veljači 1794. Bonaparte je imenovan zapovjednikom topništva u francuskoj vojsci Italije. Robespierre je pao s vlasti u Parizu 27. srpnja 1794. Kad je vijest stigla u Nicu, Bonaparte, koji se smatrao Robespierreovim štićenikom, uhićen je pod optužbom za urotu i izdaju. Oslobođen je u rujnu, ali nije vraćen na dužnost zapovjedništva. Sljedećeg ožujka odbio je ponudu da zapovijeda topništvom u vojsci Zapada, koja se borila protiv kontrarevolucije u Vendée. Činilo se da taj položaj za njega nema budućnosti, pa je otišao u Pariz da se opravda. Život je bio

težak s pola plaće, pogotovo jer je imao aferu s Désirée Clary, kćeri bogatog marseilleskog poduzetnika i sestrom Julie, nevjeste njegova starijeg brata Josepha. Unatoč svojim naporima u Parizu, Napoleon nije uspio dobiti zadovoljavajuće zapovjedništvo jer su ga se bojali zbog njegove velike ambicije i zbog njegovih odnosa s radikalnijim članovima Nacionalne konvencije. Tada je razmišljao o ponudi svojih usluga sultanu Turske. Vidi se da je zapravo tražio drugo tržište za ponuditi svoje usluge (Godechot, 2024).

Napoleon je bio samo utjelovljenje poduzetništva. Počeo je s malim, i izgradio carstvo. Napoleon je rekao: "Prva kvalifikacija vrhovnog generala je da ima hladnu glavu, tako da mu se stvari mogu prikazati u svojim pravim razmjerima i onakvima kakve doista jesu." Put do poslovnog uspjeha je neoznačen, s mnogo smetnji na putu. Neki su važni; većina nije. Zato je ključno razumjeti kako se poduzeće uklapa u veliku sliku - lokalne, nacionalne, pa čak i međunarodne probleme i odnose. Ovo šire razumijevanje pomaže u objektivnom sagledanju i procijeni "stvari". Mogu se razlikovati događaji koji će utjecati na poslovanje od onih događaja koji neće. Poduzetnik se treba pripremiti za cikličke sile, poput ekonomskog pada i rasta. Također, potrebno je znati odvojiti prilike od zamki. Uspješni poduzetnici su prisebni jer znaju što se oko njih događa. Napoleon je rekao: "Neodlučan general koji djeluje bez principa i bez plana, iako vodi vojsku brojčano nadmoćnu od neprijateljske, gotovo uvijek se nađe inferioran u odnosu na potonjeg na bojnopolju." Planiranje je ključni korak u svakom poslovnom pothvatu. Međutim, planovi se moraju temeljiti na zdravim načelima. Na primjer, čak i obilan kapital može se brzo protratiti bez plana koji se temelji na načelima dobrog financijskog upravljanja. Planovi su fleksibilni i brojni. Načela su čvrsta i malobrojna. Poduzetnička načela trebaju odražavati ukupne poslovne ciljeve i filozofiju. Ova načela usmjeravaju planove - i poslovanje - postojano prema ciljevima, bez obzira na sve neočekivane zaokrete na putu. Uspješni poduzetnici provode planove koje su zacrtali (Phillips, 1985).

Napoleon je rekao: "Učinak rasprava, prikazivanja talenta i sazivanja ratnih vijeća bit će onakav kakav je učinak tih stvari bio u svakom dobu: završit će usvajanjem najneodlučnijeg ili (ako se preferira izraz) najrazboritije mjere, koje su u ratu gotovo jednolično najgore koje se mogu usvojiti. Prava mudrost, što se generala tiče, sastoji se u energičnoj odlučnosti." Poslovni uspjeh često zahtijeva oslanjanje na stručnjake za pomoć u određenim područjima, kao što su inženjerstvo, financije ili marketing. Ipak, samo je jedan onaj koji donosi odluke: poduzetnik. Većina

poduzetnika spremno preuzima odgovornost. Međutim, kako su odgovornosti sve teže, postoji opasnost od upadanja u zamku mišljenja odbora. Tada se nađe u situaciji da pita svog financijskog savjetnika za mišljenje o marketinškim strategijama, svog marketinškog savjetnika za financijski savjet, a svog supružnika za oboje. To bi svi mogli biti inteligentni ljudi, stručnjaci u svojim područjima, s najboljim interesima u srcu. Međutim, spajanjem njih zajedno, dobiva se mišljenje odbora: "sigurna" rješenja koja su zapravo najopasnija za poslovanje. U poslu, kao i u ratu, nema zamjene za pozitivno vodstvo (Phillips, 1985).

Napoleon je rekao: "Iznimno je i teško pronaći sve kvalitete velikog generala spojene u jednom čovjeku. Ono što je najpoželjnije i što odlikuje izuzetnog čovjeka, je ravnoteža inteligencije i sposobnosti s karakterom ili hrabrošću." Suprotno uvriježenom mišljenju, uspješni poduzetnici nisu uvijek vizionari. Imaju viziju, svakako. Ali potrebno je široko znanje, vještine i duh da bi se vizija pretvorila u stvarnost. Poduzetništvo je jedan od pothvata koji nagrađuje usko fokusirane. Ključna riječ ovdje je "ravnoteža". Uostalom, briljantna ideja koja je loše izvedena propast će jednako sigurno kao i loša ideja koja je briljantno izvedena. Briljantnost nije neophodna za poslovni uspjeh; ravnoteža gotovo uvijek postoji. Kako bi postigli ili održali takvu ravnotežu, mnogi se uspješni poduzetnici udružuju s partnerima ili angažiraju konzultante s potrebnim znanjem ili vještinama. Uspješni poduzetnici trebaju sve: hladnu glavu, širok um, čvrsta načela, fleksibilno razmišljanje, vodstvo, pamet, vještinu i hrabrost. Ovo je izuzetna kombinacija, svakako. Pa opet, poduzetnici su, kao i veliki generali, izuzetni ljudi (Phillips, 1985).

4.8. Nikola Tesla – izumitelj svjetskog glasa

Nikola Tesla zadužio je svijet svojim izumima. Rodio se 10. srpnja 1856. godine u Smiljanu-Lika kao četvrto dijete pravoslavnog svećenika Milutina i njegove supruge Georgine (Đuke) rođene Mandić. „Obitelj Tesla imala je petoro djece: Milku (udatu Glumičić), Angelinu (udatu Trbojević), Danila, Nikolu i Mariju-Maricu (udanu Kosanović). Nikola Tesla je umro 7. siječnja 1943. godine u hotelu New Yorker u sobi 3327. Urna Nikole Tesle se nalazi u muzeju Nikola Tesla u Beogradu. Većinu dokumenata i Teslinih osobnih stvari prenio je Teslin nećak Kosanović u muzej u Beograd“ (Udruga Nikola tesla, n.d.).

Ipak sebe je nazivao *otkrivačem stvari koje postoje oko nas* (Rudež i sur., 2006). U njegovim dnevnicima zapisao je: „Napredak i razvitak čovjeka bitno ovise o invenciji. Najvažniji produkt

stvaralačkog uma je izum. Njegov je krajnji cilj potpuno ovladavanje uma prirodom i iskorištavanje njezinih sila za potrebe čovječanstva. To je težak zadatak izumitelja, koji se često pogrešno shvaća i nedovoljno nagrađuje. On međutim, nalazi golemu kompenzaciju u zadovoljstvu koje pruža njegov rad i u spoznaji da je on jedinka izuzetne sposobnosti bez koje bi vrsta već odavno propala u teškoj borbi protiv nemilosrdnih elemenata. Naši prvi pokušaji sasvim su instinktivni, puni mašte, živi i nedisciplinirani. Što smo stariji, razum se sve više potvrđuje i mi postajemo sve sistematičniji i promišljeniji. Ali, sve dok nisam sazeo, nisam shvatio da sam izumitelj. Moja je metoda drukčija. Ne žurim se započeti s praktičnim poslom. Kad mi se javi ideja, odmah je u svojoj mašti počinjem graditi. Mijenjam konstrukciju, usavršavam je i već je u mislima pokrećem. Posve mi je nevažno pokrećem li svoju turbinu u mislima ili je ispitujem u laboratoriju. Čak primjećujem kada nešto nije u redu. Tako mogu brzo razviti i usavršiti misao, a da ništa ne dodirnem. Jednom zgodom došao mi je u ruke roman Abafi poznatog pisca Josike. To je djelo na neki način probudilo moju uspavanu snagu volje i ja sam počeo vježbati samosavladvanje“ (Tesla, 2015:53).

Najveće je priznanje Teslinu radu bilo dano na 11. općoj konferenciji za mjere i utege 1960., kada je za jedinicu jakosti magnetskoga polja (fizikalna veličina koju inženjeri ponekad nazivaju gustoća magnetskog toka ili magnetska indukcija). U Češkoj jedna tvornica žarulja nosi njegovo ime, u Brčkom postoji Tvornica akumulatora Tesla, dok u Hrvatskoj postoji tvrtka Nikola Tesla – Ericsson koja se prvenstveno bavi telefonijom. Enciklopedija Britannica svrstala ga je među 10 najvažnijih ljudi u svjetskoj povijesti. Stotine izuma, većinom iz elektrotehnike, prijavio je u 112 patenata u SAD-u i gotovo isto toliko u drugim zemljama, a mnogi su izumi ostali samo zabilježeni u njegovim dnevnicima ili stručnim časopisima (Rudež i sur., 2006).

„Tesla je dobio 15 počasnih doktorata diljem svijeta, govorio je osam jezika. (...) Pokraj svojih kvaliteta imao je i smisla za eleganciju, pa je nekoliko puta dobio titulu najbolje odjevenog muškarca Pete avenije u New Yorku“ (Udruga Nikola Tesla, n.d.).

U Hrvatskoj danas postoji i udruga (Udruga Nikola Tesla – Genij za budućnost) koja njeguje Teslinu ostavštinu te svake godine organizira prigodan program povodom sjećanja na ovog iznimmog i velikog čovjeka.

5. O PODUZETNIŠTVU I PODUZETNIKU DANAS

Današnjim je poduzetnicima najvažnije stjecanje profita i rast, sakupljanje resursa i racionalno upravljanje njima te prilika da se pokaže kreativnost i inovativnost. Međutim, ne smiju se zanemariti pouke koje se mogu naučiti od onih koji su poduzetnici bili puno ranije.

5.1. Što možemo naučiti od povijesnih ličnosti

Marco Polo primjer je mladog poduzetnika koji preuzima obiteljski posao. Uz samu svrhu putovanja (trgovina sa Azijom, dopremanje začina u Europu), Marco Polo piše putopis, a knjiga postaje temelj budućim istraživačima u drugim područjima (kartografija). Dakle, osim osnovne djelatnosti, on isporučuje dodanu vrijednost koja ima opću društvenu korist (može se povući paralela sa socijalnim poduzetništvom). Leonardo da Vinci, svestrani genij, od kojega se može naučiti mnogo toga:

- Ne treba dopustiti da stvari izvan vlastite kontrole utječu na razvoj potencijala (aludira se na njegovo porijeklo jer ga otac nikada nije priznao)
- Treba biti znatiželjan i kontinuirano istraživati
- Ne mora se biti stručnjak samo u jednom području, treba pokušati i ostalo što poduzetnika interesira
- Od svakoga se nešto može naučiti
- Treba pronaći sebe i pokazati svoje pravo „ja“, barem pred sobom, što je možda i najteže
- Kada se ideja pojavi, potrebno ju je zapisati i poslije promisliti o njoj (iza Da Vincija ostale su brojne skice i zamisli strojeva koje je vidio u svom umu što današnjim znanstvenicima donosi uvid u funkcioniranje njegovog uma)
- Poštuj(mo) prirodu
- Sve se može doraditi i potrebno je kontinuirano raditi na sebi

Malo drugačije naravi bio je Petar Veliki koji današnje poduzetnike ipak može značajno usmjeriti u koncepte koji se i danas primjenjuju – nagrađivanje najuspješnijih, optimiranje resursa, racionalna procjena rizičnih situacija. Uz sve je to zadržao optimizam i radoholizam. Kao i njegov davni prethodnik i pandan u Rusiji, Napoleon je jedna od najmoćnijih figura u svjetskoj povijesti koji je prekrajavao kartu Europe i svijeta. Uvijek uz svoje vojnike u prvim redovima, s ogromnim

znanjem matematike i aritmetike, ukazuje na to da svoje zaposlenike poduzetnik ne može ostaviti na cjedilu kada se susreću s teškoćama. Osim toga, Napoleon se strastveno posvetio učenju svih onih znanja za koja je smatrao da će pomoći njegovoj profesiji, zbog čega je dugo vremena bio vrlo uspješan vojskovođa. Galileo Galilei morao je raditi u tajnosti zbog konstantne opasnosti da bude optužen za herezu i osuđen na smrt. Na kraju i jest osuđen kao heretik, no, dokazivanje matematičke i astronomske misli bilo mu je važnije od svega. Galileo se borio za ono u što je vjerovao i što se pokazalo i točnim. Pragmatična kraljica Elizabeta I. poučava delegiranju, korištenju najmodernijih dostupnih tehnologija u svrhu poboljšanja poslovanja, ustrajnosti i diplomaciji te pažljivom ophođenju teško stečenom imovinom. Papisa Ivana, žena na čelu Crkve, koja je ondje dospjela izvlačeći se iz najveće neimaštine, s dna onodobnog društva, poučava o ustrajnosti i odvažnosti te optimizmu, ali i o usredotočenosti na cilj i važnost znanja. Nikola Tesla, kao i Leonardo da Vinci, imao je veliku mogućnost prostornog zora te veliku razinu specifičnih vrsta inteligencije koje su mu omogućile da stvara ono o čemu do tada nitko nije mogao sanjati. Svi su oni bili poduzetnici od kojih se i danas može mnogo toga naučiti.

5.2. Je li suvremeni poduzetnik i menadžer?

Mnogi znanstvenici i istraživači nastoje otkriti što to povezuje one najuspješnije poduzetnike, odnosno doći do popisa osobina koje će garantirati uspjeh poslovanja. Jedno takvo istraživanje objavljeno je i u knjizi *Što najbolji svjetski menadžeri rade drukčije*. „Marcus Buckingham i Curt Coffman su konzultanti i voditelji Gallupovih istraživanja već dugi niz godina, Buckingham se bavi istraživanjima ključnih obilježja najboljih svjetskih menadžera i poticajnih radnih uvjeta za uspješnost pojedinaca i organizacija, a Coffman je stručnjak za uvjete na radnom mjestu. U ovoj knjizi, koja se temelji na dva velika istraživanja provedena u posljednjih 25 godina s više od 80.000 menadžera i 400 kompanija, autori zaključuju da najuspješniji svjetski menadžeri nemaju ništa zajedničko - različitog su spola, roda, rase, dobi, imaju različite ciljeve i metode i stilove u radu - osim jedne karakteristike: odbacuju i krše gotovo sva pravila konvencionalnog razuma. Zato ih Buckingham i Coffman nazivaju revolucionarima jer je najvažnije otkriće tih istraživanja otkrilo činjenicu da su nadarenim zaposlenicima potrebni vrsni menadžeri“ (Kozole, 2005). Zbog velikog uzorka ispitanika (pouzdanost mjerenja) te korištenih mjerila (prodaja, profit, zadovoljstvo kupaca, podaci o mišljenju zaposlenika...), pogotovo kada poduzeća drugačije mjere svoju

uspješnost, knjiga može poslužiti praktičarima i znanstvenicima u ovom području. U nastavku se donose određeni zaključci ovog istraživanja.

Ideje vrsnih menadžera su jasne i izravne, što ipak ne znači da ih je jednostavno primijeniti. Vrstan menadžer, osim što zahtijeva disciplinu, i sam je discipliniran, usredotočen, ima povjerenja u svoje djelatnike i spreman je na individualizaciju (Buckingham i Coffman, 2004). U razgovorima s menadžerima, oni i sami daju konkretne savjete o svom pristupu zaposlenicima:

- *„Mislim da je najbolje što menadžer može učiniti to da se svaka osoba osjeća ugodno s onim što ona zapravo jest. Vidite, mi svi imamo svojih nesigurnosti. Ne bi li bilo bolje da se na poslu ne moramo čitavo vrijeme suočavati s našim nesigurnostima?“* (Buckingham i Coffman, 2004:14).
- *„S njima sam proveo mnogo vremena. Slušao sam. Vodio sam ih vani na večeru, popio bih s njima nekoliko pića. Doveo bih ih kod sebe na praznike. Ali, u najvećoj mjeri, bio sam samo zainteresiran za ono što oni jesu“* (Buckingham i Coffman, 2004:14).

Iz ovoga je jasno vidljivo kako nema prevelike udaljenosti moći, odnosno ona je maksimalno smanjena. Velika pozornost poklanja se i *teambuildingu* te posvećenosti zaposlenicima kao osobama (njihovim željama i potrebama:

- *„Kako možete upravljati ljudima ako ne poznajete njihov stil, njihovu motivaciju, njihovu osobnu situaciju? Mislim da to ne možete. (...) Zato što su svi različiti“* “ (Buckingham i Coffman, 2004:14).

Moguće je upravljati ljudima i bez da ih se dobro poznaje, no, kvaliteta posla znatno opada, a time i rezultati izostaju (u konačnici, da nema distanciranih menadžera, menadžera koji dodjeljuju pogrešne zadatke pogrešnim zaposlenicima, za koje oni niti imaju afiniteta, niti talenta, ne bi bilo potrebe izdvojiti one koji se dodatno trude kao pozitivne primjere).

Ljudi su jedinstveni i žele osjećati razumijevanje, a odnoseći se prema njima drugačije, to im daje osjećaj onoga što i jesu – unikati. Zaposlenicima treba vjerovati i nikada ne bi trebalo svaljivati krivnju na nekog drugog. Također, ako nas jedan zaposlenik iznevjeri, treba skupiti hrabrosti i ne kažnjavati ostale, nego im dati priliku. Teško je znati izabrati prave ljude i ta vještina se brusi (a kada se prave zaposlenike i pronade, treba ih znati zadržati). Obećanja koja menadžer daje

zaposleniku mora moći ispuniti. Bolje je dati malo obećanja koja su realno izvediva, nego nešto što se ni uz najbolje postignute uvjete ne može ostvariti.

Nadalje, menadžer mora zapamtiti da je on na pozornici svakog dana. On je glumac kojeg njegovi ljudi gledaju, uzor, njihov oslonac i zvijezda vodilja. On treba biti tu zbog njih (teško je mijenjati ljude, gotovo nemoguće i vrlo rijetko, ako se dogodi nekakav kardinalni životni događaj kao što je, primjerice, bolest; ali, isto tako, teško je to prihvatiti i pronalaziti zadatke i poslove koji bi im to olakšali i, istovremeno, „izvukli najbolje“ iz zaposlenika). Velik dio vrijednosti poduzeća nalazi se „između ušiju njegovih zaposlenika“, što znači da kada netko napušta poduzeće, odnosi svoju vrijednost sa sobom – vrlo često izravno konkurentu, a financijski gubitci za tvrtku su nemjerljivi (Buckingham i Coffman, 2004:21). Impresivan podatak je da tvrtka Lankford-Sysco (prema parametrima istraživanja određena kao iznadprosječna) ima fluktuaciju zaposlenika od samo jedne znamenke (Buckingham i Coffman, 2004:22). Poruke njihovog vodstva su: „...govorite o kupcima, istaknite prave heroje, ponašajte se prema ljudima s poštovanjem, slušajte“ (Buckingham i Coffman, 2004:23).

Knjiga obiluje iskustvima iz realnog života – kako onim menadžerskim, tako i iskustvima zaposlenika (Buckingham i Coffman, 2004:31):

- a) *„On nije loš čovjek,‘ ona priznaje, ‘samo nije menadžer. Nesiguran je, a mislim da kao dobar menadžer to ne možete biti. Zbog toga se natječe sa svojim ljudima i hvali se svojim visokim životnim stilom u trenucima kad bi nas trebao saslušati. I on igra one smiješne male igre moći kako bi nam pokazao tko je šef.“*
- b) *„Ja ne volim pričati loše o svom šefu, tako da nisam ni s kim na poslu o tome zaista razgovarala. Ali znam ovo: kad sam došla, bilo je trinaestero ljudi u njegovom timu. Sada, godinu dana kasnije, svi osim mene su otišli.“*

Vidljivo je kako zaposlenikov odnos s neposrednim rukovoditeljem određuje koliko će on dugo ostati na poslu i kolika je njegova razina produktivnosti. Ovo upućuje i na to da menadžeri na operativnim razinama trebaju biti kvalitetni (ako nešto može dobro „poljuljati“ stabilnost poduzeća onda je to i menadžer – kao ključni unutarnji čimbenik organizacije i kao jedan od zaposlenika tvrtke). Što duže potrebe zaposlenika na nižoj razini ostanu nezadovoljene, vjerojatnije je da će zaposlenik napustiti poduzeće zbog nezadovoljstva, frustracije ili, pak, potpune nezainteresiranosti

za obavljanje posla. Menadžerima se skreće pozornost na to: „Ako se ne posvetite potrebama vaših zaposlenika na nižoj razini, sve što činite za njih dalje na putu bit će gotovo nebitno. Ali ako možete uspješno ispuniti ove potrebe, onda je ostalo (građenje tima i inovacija) mnogo lakše” (Buckingham i Coffman, 2004:41).

Kao ključna revolucionarna spoznaja u knjizi se ističe hipoteza unikatnosti čovjeka i važnosti da menadžer to na vrijeme prepozna: „...prepoznaju da je svaka osoba motivirana na drukčiji način, da svaka osoba različito razmišlja i ima drukčiji stil u odnosu s drugima. Znaju da postoji granica do koje mogu promijeniti pojedinca. Ali ne žale se na te razlike i ne pokušavaju ih eliminirati. Naprotiv, oni ih kapitaliziraju. Pokušavaju pomoći svakom pojedincu da postane mnogo više od onoga što već jest” (Buckingham i Coffman, 2004:49).

Istraživanje je iznjedrilo mantru koja je izvor menadžerske mudrosti (Buckingham i Coffman, 2004:50):

“Ljudi se puno ne mijenjaju.

Ne gubite vrijeme nadopunjavajući ono što nedostaje.

Pokušajte izvući ono što imaju u sebi.

To je dovoljno teško.”

Dakle, izniman menadžer bi trebao biti i iznimno emocionalno inteligentan kako bi mogao proniknuti u misli svojih zaposlenika, čuti ih i shvatiti, a potom usmjeriti njihove talente u izvedbu. „Najvažnije je znati koliko dio osobe možete promijeniti. Morate znati razliku između talenta, vještina i znanja“ (Buckingham i Coffman, 2004:52). Zbog toga je ovaj zadatak, naizgled nekompliciran, ipak složen – menadžer mora odabrati osobu, postaviti očekivanja, motivirati osobu i brinuti se o njezinom napretku i razvoju (ove četiri aktivnosti su bit uloge menadžera). Treba naglasiti i kako usredotočenost na posao danas, na izvedbu danas, dok se nagomilavaju različite vijesti na horizontu, nije nimalo lako postići (a i ovo je jedan od zadataka menadžera). Za poduzetnike je ovo vrlo korisna knjiga koja ih može usmjeriti na to kako da se ophode sa zaposlenicima, ali i na čemu trebaju poraditi kako bi i sami postali bolji.

6. ZAKLJUČAK

Radom su se nastojale prikazati glavne implikacije onoga što se može naučiti od povijesnih ličnosti. U Pompejima je dan primjer početaka poduzetništva – tipičan mali ribarski gradić, turističko odredište puno malih radionica i obrta ukazuje na vrijedne poduzetnike, prvenstveno majstore, koji svojim trudom opstaju. Svaka povijesna faza u razvoju poduzetništva oslikava i okruženje u kojem ti poduzetnici djeluju, zbog čega su drugačije karakteristike više na cijeni kod različitih povijesnih osoba, ovisno o njihovoj domeni djelovanja, ali i o vremenu u kojem djeluju, kulturi kojom su okruženi i drugim vanjskim utjecajima koji ih formiraju.

Povijest poduzetništva može se pratiti od prve razmjene dobara koja se dogodila u prapovijesti. Ključne poduzetničke osobine pokazali su i veliki vojskovođe, istraživači i znanstvenici koji su obilježili povijest civilizacije. Među odabranima koji su detaljnije analizirani u ovom radu su papisa Ivana, Marco Polo, Leonardo da Vinci, Nikola Tesla, Petar Veliki, Napoleon I Bonaparte, Galileo Galilei, Elizabeta I. Svi su oni bili ustrajni, dovitljivi, okretni, fleksibilni, skloni preuzeti rizik, racionalni pri raspolaganju resursima na raspolaganju, radoholičari i optimisti. Odabrane povijesne osobe pokazuju koliko je značajno učiti iz prošlosti, ne samo kako se povijest ne bi ponovila, nego i kako bi se budućnost unaprijedila, a greške ne bi ponavljale. Sve su ove osobe iznimne, usporedive i sa suvremenim menadžerima, snalažljive i vješte situaciju okrenuti u svoju korist.

Zbog toga, iako sami njihovi pothvati uglavnom nisu u toj mjeri primjenjivi, današnji poduzetnik mnogo može naučiti o samom stajalištu prema problemu koji pokušava riješiti, inspirirati se i ohrabriti, naučiti se prilagoditi nadolazećoj promjeni i u konačnici osmisliti briljantnu strategiju koja će mu pomoći realizirati njegov poduzetnički pothvat. Osim što su unaprijedili kompletnu civilizaciju svojim izumima, neki od njih uspjeli su vizionarski unaprijediti svoje zemlje, a žene su pokazale da se i tada moglo uspjeti i održati na najvišim pozicijama moći. Neki od njih mogu se smatrati i primjerima uspješnih poduzetnika u oblicima poduzetništva koji tek danas imaju svoje nazive, primjerice socijalno poduzetništvo. Za buduća istraživanja sugerira se primijeniti DISC metodologiju koja će doprinijeti sustavnoj klasifikaciji. Na taj se način može jasnije iznjedriti koje su skupine poduzetničkih osobina karakteristične za pojedine tipove osobnosti. U konačnici, postoji potreba za daljnjim praćenjem i istraživanjem u ovom području.

LITERATURA

1. Atalić, B., i Škrobonja, A. (2019). 'UZ 500. OBLJETNICU SMRTI LEONARDA DA VINCIJA ', Acta medico-historica Adriatica, 17(2), str. 185-194. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/232034> (Datum pristupa: 13.01.2023.)
2. Barringer, B. R., Ireland, R.D. (2010). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Center for Entrepreneurship Tuzla
3. Baumol, W.J. (1990). "Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive." Journal of Political Economy, 98 (5), 893-921.
4. Boureau, A. (2001). The Myth of Pope Joan. Translated by Lydia G. Cochrane. University of Chicago Press. p. 8. ISBN 0-226-06745-9.
5. Buckingham, M., Coffman, C: *Što najbolji svjetski menadžeri rade drukčije?*, Masmedia, Zagreb, 2004.
6. Cameron, R.E. (1993). *A Concise Economic History of the World: From Paleolithic Times to the Present*. Oxford University Press, 11 March 1993. ISBN 9780195074451.
7. Cuculić, K. (2024). Ići tragom Marka Pola. Francuski magazin objavio veliki portret "prvog velikana globalizacije". Dostupno na: <https://www.novolist.hr/ostalo/kultura/ostalo-kultura/ici-tragom-marka-pola-francuski-magazin-objavio-veliki-portret-prvog-velikana-globalizacije/>
8. Culduz, M. (2024). *The-4th-Industrial-Revolution-And-Its-Impact-On-Entrepreneurial-Education*. 10.4018/979-8-3693-0409-9.ch009.
9. De Roover, R. "The organization of trade," in The Cambridge Economic History of Europe, vol. 3: Economic Organization and Policies in the Middle Ages, M. M. Postan, ed. Cambridge, UK: Cambridge University Press, pp. 49–50, 1963.
10. Dean TJ, McMullen JS (2007) Toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action. J Bus Ventur 22(1):50–76
11. Duffy, E. (1997). *Saints and Sinners: A History of the Popes* (Third ed.). New Haven: Yale University Press. p. 158. ISBN 978-0-300-11597-0.
12. Godechot, J. (2024). *Napoleon I – emperor of France*. Dostupno na: <https://www.britannica.com/biography/Napoleon-I> [pristupljeno: 08.04.2024.]
13. Green, A. (2020). *Galileo the Disrupter: Father of Modern Science, Tech Entrepreneur, and Heretic*. Dostupno na: <https://www.magellantv.com/articles/galileo-the-disrupter-father-of-modern-science-tech-entrepreneur-and-heretic> [pristupljeno: 08.04.2024.]
14. Hebert, R., Link, A. (2009). *A History of Entrepreneurship. A History of Entrepreneurship*. 1-121. 10.4324/9780203877326.
15. Hisrich, R.D.; Peters, M.P.; Shepherd, D.A. (2011). Poduzetništvo, Mate, Zagreb
16. Horvat, J. (2016). *Vilijun*, Ljevak, Zagreb
17. Hoselitz, B. F. "The early history of entrepreneurial theory," in Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall, edited by J. J. Spengler and W. R. Allen, Chicago: Rand McNally, pp. 235–57, 1960.
18. Kirkwood J, Walton S (2010) What motivates ecopreneurs to start businesses? Int J Entrep Behav Res 16(3):204–228
19. Kiyosaki, R. (2014). *Why "A" Students Work for "C" Students and "B" Students Work for the Government*, Pearson, UK
20. Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija – nakladništvo, Zagreb, 2006.

21. Kozole, L. (2005). Što najbolji svjetski menadžeri rade drukčije? Dostupno na: <https://www.poslovnih.hr/lifestyle/sto-najbolji-svjetski-menadzери-rade-drukčije-2-1187> [pristupljeno: 06. 01. 2023.]
22. Kružić, D. (2007). 'Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji', *Ekonomski misao i praksa*, 16(2), str. 167-191. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/21281> (Datum pristupa: 15.01.2023.)
23. Kuratko, D. F. (2017). Corporate Entrepreneurship 2.0: Research Development and Future Directions. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 13(6), 441–490.
24. Kuvačić N.: „Primjenjeno poduzetništvo“, Cera Prom, Split, Zagreb, 2002.
25. Martinelli, A. (2001). Entrepreneurship, Editor(s): Neil J. Smelser, Paul B. Baltes, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Pergamon, 2001, Pages 4545-4552, ISBN 9780080430768, <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04295-9>.
26. Menon, A. (2023). *Galileo Galilei: Shaping The Horizon of Science*. Dostupno na: <https://medium.com/@menonamrita2/galileo-galilei-shaping-the-horizon-of-science-c2934bb9bc29> [pristupljeno: 08.04.2024.]
27. Moharić, M. (2010). 'Rusija u drugoj polovici XVIII. stoljeća', *Rostra*, 3.(3.), str. 177-184. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/170063> (Datum pristupa: 11.01.2023.)
28. Montefiore, S.S. (2019). *Romanovi: 1613.-1918.*, Školska knjiga, Zagreb
29. Nova Akropola. (n.d.). Petar Veliki – otac moderne Rusije. Dostupno na: <https://nova-akropola.com/kulture-i-civilizacije/tragom-proslosti/petar-veliki-otac-moderne-rusije/> [pristupljeno: 11. 01. 2023.]
30. OECD. (2004). Promoting SMEs for development. Dostupno na: <https://www.oecd.org/cfe/smes/31919278.pdf> [pristupljeno: 13. 01. 2023.]
31. Padgug, R. A. (1974). Review of *Craftsmen in Greek and Roman Society*, by A. Burford. *Journal of Social History*, vol. 7, no. 2, 1974, pp. 230–33. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/3786367>. Accessed 7 Apr. 2024.
32. Peek, S. (2022). What Is Social Entrepreneurship? 5 Examples of Businesses with a Purpose. Dostupno na: <https://www.uschamber.com/co/start/startup/what-is-social-entrepreneurship> [pristupljeno: 13. 01. 2023.]
33. Peklić, I. (2010). 'MARKO POLO – SVJETSKI PUTNIK', *Metodički ogledi*, 17(1-2), str. 49-60. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/68495> (Datum pristupa: 13.01.2023.)
34. Phillips, T.R. (1985). *The Military Maxims of Napoleon in Roots of Strategy*, edited by Brig. Gen. T.R. Phillips (1940, reprinted Harrisburg, PA, Stackpole Books, 1985), pp 401-441, from an original compilation by Gen. Burnod.
35. Požega, Ž. (2012). Menadžment ljudskih resursa : upravljanje ljudima i znanjem u poduzećima. Grafika, Osijek
36. Puceković, B. (2016). 'Estetika u kartografiji od renesanse do danas', *Geodetski list*, 70 (93)(4), str. 337-354. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/178882> (Datum pristupa: 13.01.2023.)
37. Ronstand, R. (1984). *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*, Lord Publishing, Original from, the University of Virginia
38. Royal Museums Greenwich. (2024). Dostupno na: <http://www.rmg.co.uk/explore/sea-and-ships/in-depth/elizabeth/the-queen%27s-court/body-and-dress> [pristupljeno: 08.04.2024.]
39. Rudež, Muljević, Petković, Paar, Androić. (2006). *Nikola Tesla – istraživač, izumitelj, genij*. Školska knjiga, Zagreb

40. Russia Beyond. (n.d.). Što je bilo veliko u postignućima Petra Velikog? Dostupno na: <https://hr.rbth.com/povijest/88029-zasto-je-petar-bio-veliki> [pristupljeno: 13. 01. 2023.]
41. Rustici Craig, M. (2006). The Afterlife of Pope Joan: Deploying the Popess Legend in Early Modern England. University of Michigan Press. pp. 12–3. ISBN 978-0-472-11544-0.
42. Skupina autora. (2007). *Velike povijesne ličnosti*, Europapress holding d.o.o
43. Sobel, R.S. (2002). Entrepreneurship. Dostupno na: <https://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html#:~:text=Schumpeter%20stressed%20the%20role%20of,disruptive%20force%20in%20an%20economy>.
44. Stam, E. (2009). Entrepreneurship. International Encyclopedia of Human Geography, 492–498. doi:10.1016/b978-008044910-4.00153-x
45. Širola, D.: Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2014.
46. Škrtić, M.: Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb, 2006.
47. Tait, W.; Johnstone, C.I. (1843). *A Popular History of British India, Commercial Intercourse with China, and the Insular Possessions of England in the Eastern Seas*, Tait's Edinburgh Magazine
48. Tesla, N. (2015). Moji pronalasci, Znanje, Zagreb
49. Timmons, J.A. (2008). New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, McGraw-Hill, New York
50. Udruga Nikola Tesla. (n.d.) Teslina biografija. Dostupno na: <http://www.unt-genius.hr/biografija.html> [pristupljeno: 13. 01. 2023.]
51. Vrbanić, L., i Prtenjača, Z. (2019). 'Leonardo da Vinci: Protoarhitekt moderne vojne tehnologije', Rostra, 10(10), str. 117-133. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/230008> (Datum pristupa: 13.01.2023.)
52. Woolfolk Cross, D. (2011). *Papisa Ivana*, Ljevak, Zagreb
53. Zelenika, R. (1998). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Ekonomski fakultet u Rijeci, Sveučilište u Rijeci, Rijeka

POPIS SLIKA

Slika 1 Karakteristike uspješnih poduzetnika (Izvor: Barringer, B. R. i Ireland, R. D. (2010)

Poduzetništvo: uspješno pokretanje novih poduhvata, str. 9)..... 8