

VISOKOŠKOLSKE INSTITUCIJE KAO ČIMBENICI POTICANJA I RAZVOJA PODUZETNIŠTVA

Ribić, Damir

Doctoral thesis / Disertacija

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:394776>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera
Ekonomski fakultet u Osijeku
Poslijediplomski doktorski studij Management

mr. sc. Damir Ribić

**VISOKOŠKOLSKE INSTITUCIJE KAO
ČIMBENICI POTICANJA I RAZVOJA
PODUZETNIŠTVA**

DOKTORSKA DISERTACIJA

OSIJEK, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera
Ekonomski fakultet u Osijeku
Poslijediplomski doktorski studij Management

mr. sc. Damir Ribić

**VISOKOŠKOLSKE INSTITUCIJE KAO
ČIMBENICI POTICANJA I RAZVOJA
PODUZETNIŠTVA**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Mentor: prof. dr. sc. Željko Požega

OSIJEK, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Postgraduate doctoral study of Management

Damir Ribić, MSc.

**HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AS
FACTORS OF ENCOURAGEMENT AND
DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP**

DOCTORAL THESIS

Mentor: Prof. Željko Požega, PhD

OSIJEK, 2021

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 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 Ekonomskoga 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 br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
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: mr.sc. Damir Ribić

JMBAG: 315

OIB: 84017564061

e-mail za kontakt: damir.ribic@vuv.hr

Naziv studija: Poslijediplomski doktorski studij management

Naslov rada: Visokoškolske institucije kao čimbenici poticanja i razvoja poduzetništva

Mentor/mentorica rada: prof. dr. sc. Željko Požega

U Osijeku, 2021. godine

Potpis _____



TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

**Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku**

Doktorska disertacija

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: ekonomija

VISOKOŠKOLSKE INSTITUCIJE KAO ČIMBENICI POTICANJA I RAZVOJA PODUZETNIŠTVA

mr. sc. Damir Ribić

Disertacija je izrađena u: Osijeku

Mentor: prof.dr.sc. Željko Požega

Kratki sažetak doktorske disertacije:

Institucije obrazovnog sustava svoje programe, tehnike poučavanja i ishode učenja nužno moraju prilagoditi tržišnim potrebama, u protivnom će postojanje obrazovnih institucija koje to ne učine postati besmisleno.

Od obrazovnih institucija koje svoje programe usmjeravaju na educiranje budućih poduzetnika zahtijeva se više praktične nastave i stručne prakse kako bi se što češće simulirale stvarne poslovne situacije te kako bi se studente naučilo reagirati na ispravan način kako to poslovna situacija zahtijeva. Od obrazovnih institucija čiji primarni cilj nije stvaranje budućih poduzetnika, očekuje se da barem u dijelove svojih programa integriraju poduzetničku edukaciju i nauče polaznike o osobnoj odgovornosti za vlastiti život i karijeru, odnosno da ih nauče biti poduzetnima.

Broj stranica: 223

Broj slika: 44

Broj tablica: 17

Broj literaturnih navoda: 258

Jezik izvornika: Hrvatski

Ključne riječi: obrazovanje za poduzetništvo, visokoobrazovne institucije, poticanje poduzetništva

Datum obrane: 9. travanj, 2021.

Stručno povjerenstvo za obranu:

1. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, predsjednica
2. izv.prof.dr.sc. Julia Perić, član
3. doc.dr.sc. Mihaela Mikić, član

Disertacija je pohranjena u: Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici Zagreb, Ul. Hrvatske bratske zajednice 4, Zagreb; Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek, Europska avenija 24, Osijek; Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Trg sv. Trojstva 3, Osijek; Ekonomskom fakultetu u Osijeku, Trg Lj. Gaja 7, Osijek

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek

PhD thesis

Scientific Area: social sciences

Scientific Field: economics

HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AS FACTORS OF ENCOURAGEMENT AND DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Damir Ribić, MSc

Thesis performed at: Osijek

Supervisor: Prof. Željko Požega, PhD

Short abstract:

It is crucial for the higher education institutions to adapt their study programmes, teaching techniques and learning outcomes to the needs of the market, or face the risk of their existence becoming meaningless if failing to do so.

Higher education institutions whose programmes are focused on education of future entrepreneurs are required to provide a greater amount of practical classes and professional practice in order to simulate authentic business situations as often as possible, and to teach their students how to react properly in a given business environment. Higher education institutions whose primary goal is not to create future entrepreneurs are expected to integrate entrepreneurial education into at least part of their programmes in order to teach students personal responsibility for their lives and careers, i.e. teach them to become more enterprising.

Number of pages: 223

Number of figures: 44

Number of tables: 17

Number of references: 258

Original in: Croatian

Key words: entrepreneurial education, higher education institutions, encouragement of entrepreneurship

Date of the thesis defense: the 9th of april, 2021.

Reviewers:

1. prof.dr.sc. Sunčica Oberman Peterka, president
2. izv.prof.dr.sc. Julia Perić, member
3. doc.dr.sc. Mihaela Mikić, member

Thesis deposited in: National and University Library in Zagreb, Ul. Hrvatske bratske zajednice 4, Zagreb; City and University Library of Osijek, Europska avenija 24, Osijek; Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Trg sv. Trojstva 3, Osijek; Faculty of Economics in Osijek, Trg Lj. Gaja 7, Osijek

ZAHVALE

Napisati doktorsku disertaciju nije nimalo jednostavan proces. To je proces koji traje jako dugo i za čiji je uspješan završetak potrebno mnogo dobrih ljudi koji su svojom svesrdnom podrškom pripomogli njezinom uspješnom završetku. Svi su oni dali svoj doprinos u realizaciji tog cilja.

Prije svega, zahvaljujem svojoj supruzi Lidiji koja je bila oslonac u svakom trenutku i riječima ohrabrenja zajedno sa mnom kročila putem prema cilju.

Hvala mojim sinovima Luki i Andreju što su bili oaza opuštanja, veselja i radosti u slobodnim trenucima kad god je to bilo moguće.

Hvala mojim roditeljima koji su me svojim poticanjem i bodrenjem pratili tijekom svih razdoblja moga obrazovanja, više od 20 godina.

Zahvaljujem i svojoj kolegici Nikolini Pleša Puljić koja je bila moralna podrška tijekom razdoblja pisanja i imala dovoljno strpljenja za sve projekte koji su se događali u kabinetu.

Zahvaljujem vrijednim kolegicama, studenticama Ivani Poljanac i Ivani Vidas, koje su svojim vrijednim radom i trudom, utkanim u obradu podataka dale značajan doprinos izradi ove disertacije.

Hvala svima koji su na bilo koji način doprinijeli nastajanju disertacije (abecednim redom): Enesu, Maji, Marijani, Marku, Zrinki.

Hvala kolegi Ivanu Guttleru na svesrdnoj pomoći pri obradi statističkih podataka i na kvalitetnoj i ugodnoj suradnji.

Hvala kolegici Marini Mađarević na izrazito kvalitetnoj lekturi koja je radu dala novu dimenziju i učinila ga još kvalitetnijim i boljim.

Hvala kolegicama koje su pomogle pri provedbi istraživanja i prikupljanja podataka: Aniti Stilin s Veleučilišta u Rijeci, Ani Udovičić s Veleučilišta u Šibeniku, Sanji Knezović s Veleučilišta u Slavonskom Brodu.

Na kraju, velika hvala mojemu mentoru, profesoru Željku Požegi, i komentorici Sunčici Oberman Peterka, bez čijeg vođenja ovaj rad ne bi zaslužio ponos i ne bih ga mogao s radošću ponuditi na čitanje drugima, sada i u svim budućim razdobljima bliže i neke daleke budućnosti.

SAŽETAK

Bez obzira na činjenicu da u novije vrijeme znanja i vještine iz STEM područja dobivaju na značaju, iz fokusa stručne i opće javnosti nikako se ne smiju izostavljati menadžerska znanja, bez kojih nema stabilnog i održivog rasta poduzeća i gospodarstva. U navedena znanja posebice se mogu ubrojiti one spoznaje i vještine temeljene na kompleksnom rješavanju problema, kreativnosti, empatiji, kritičkom razmišljanju te međuljudskoj kooperativnosti koje će zasigurno postati, mada to i već jesu, ključne za poslove budućnosti.

Značajan dio odgovornosti i tereta svakako mora podnijeti i obrazovni sustav čija je zadaća u bliskoj budućnosti na tržište rada dovesti sposobne ljude koji su spremni na suvremene poslovne izazove. Institucije obrazovnog sustava svoje programe, tehnike poučavanja i ishode učenja nužno moraju prilagoditi tržišnim potrebama, u protivnom će postojanje obrazovnih institucija koje to ne učine postati besmisleno.

Od obrazovnih institucija koje svoje programe usmjeravaju na educiranje budućih poduzetnika zahtijeva se više praktične nastave i stručne prakse kako bi se što češće simulirale stvarne poslovne situacije te kako bi se studente naučilo reagirati na ispravan način kako to poslovna situacija zahtijeva. Od obrazovnih institucija čiji primarni cilj nije stvaranje budućih poduzetnika, očekuje se da barem u dijelove svojih programa integriraju poduzetničku edukaciju i nauče polaznike o osobnoj odgovornosti za vlastiti život i karijeru, odnosno da ih nauče biti poduzetnima.

Uz permanentni i aktualni tehnološki napredak veliki broj zanimanja danas još ni ne postoji, međutim, bez obzira na tehnološki napredak, ljudi jesu i uvijek će biti najvažnija karika. Obrazovanje mora težiti što kvalitetnijim pristupima poučavanju mladih ljudi koji će im omogućiti da se na inovativan način koriste svim raspoloživim znanjima te ih naučiti kako se s pomoću velikog broja informacija, poučeni osobnim iskustvom, ali i iskustvima drugih, na najbolji mogući način prilagoditi učestalim promjenama uvjeta u kojima žive i djeluju.

Ključne riječi: obrazovanje za poduzetništvo, visokoobrazovne institucije, poticanje poduzetništva

ABSTRACT

Regardless of the fact that STEM knowledge and skills have recently gained in significance, managerial knowledge must not be excluded from the focus of professional and general public, since there can be no stable and sustainable growth of businesses and the economy in general without it. Such knowledge specifically includes those experiences and skills which are based on complex problem solving, creativity, empathy, critical thinking and interpersonal cooperation, which are certain to become, although already present, key factors in future employment.

In this respect, the educational system is destined to contribute its share; its principal task in the near future being to bring skilled workforce into the labour market, capable of facing contemporary business challenges. It is crucial for the higher education institutions to adapt their study programmes, teaching techniques and learning outcomes to the needs of the market, or face the risk of their existence becoming meaningless if failing to do so.

Higher education institutions whose programmes are focused on education of future entrepreneurs are required to provide a greater amount of practical classes and professional practice in order to simulate authentic business situations as often as possible, and to teach their students how to react properly in a given business environment. Higher education institutions whose primary goal is not to create future entrepreneurs are expected to integrate entrepreneurial education into at least part of their programmes in order to teach students personal responsibility for their lives and careers, i.e. teach them to become more enterprising.

Taking the permanent and ongoing technological advancements into consideration, a large number of possible job positions have not yet come into existence. Technological advancement notwithstanding, people are, and always will be the most important component. Education should strive towards higher quality approaches in education of young people which will enable them to find innovative ways to utilise all available knowledge, teaching them to use a large amount of information, coupled with both their personal experience and experience of others, to adapt to frequent changes in their living and working environments.

Keywords: entrepreneurial education, higher education institutions, encouragement of entrepreneurship

SADRŽAJ:

UVOD	1
1. UVODNA RAZMATRANJA	4
1.2. Ciljevi istraživanja i postavljene hipoteze	5
1.3. Metodologija istraživanja	6
1.4. Struktura doktorske disertacije	8
1.5. Znanstveni doprinos	9
2. PODUZETNIK I PODUZETNIČKE OSOBINE	11
2.1. Poduzetnik i poduzetništvo	11
2.2. Poduzetnik i osobine poduzetnika	12
3. RAZVOJ PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ	22
3.1. Populacijska kretanja Republike Hrvatske kao pretpostavka razvoju i unaprjeđenju poduzetništva	23
3.2. Gospodarske promjene u posttranzicijskim uvjetima	27
4. ZNAČAJ PODUZETNIŠTVA ZA RAZVOJ NACIONALNE EKONOMIJE	39
4.1. Poduzetništvo kao pokretač gospodarskog rasta	41
4.2. Poduzetnički ekosustav	44
4.3. Odnos prema poduzetništvu i aktualno poduzetničko okruženje	50
4.3.1. Poduzetnička infrastruktura	52
4.3.2. Mjere samozapošljavanja i poticanja poduzetništva	53
4.3.3. Financiranje gospodarstva	57
4.4. Motivacija za poduzetničku aktivnost	62
5. OBRAZOVNI SUSTAV I OBRAZOVANJE ZA PODUZETNIŠTVO	67
5.1. Ciljevi poduzetničkog obrazovanja	74
5.2. Stvaranje poduzetnika pomoću obrazovnog sustava	78
5.3. Razvoj poduzetničkih kompetencija	84
5.4. Nastavnici i profesori kao čimbenik edukacije za poduzetništvo	89
5.5. Obrazovanje kao faktor uspješnosti poduzetnika	94
5.6. Obrazovanje poduzetnika budućnosti	95
6. VISOKO OBRAZOVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ I U GOSPODARSKI NAJRAZVIJENIJIM ZEMLJAMA SVIJETA	98
6.1. Visoko obrazovanje u Republici Hrvatskoj	100
6.2. Kvaliteta visokog obrazovanja	107

6.3. Poduzetničko obrazovanje u Europskoj uniji i gospodarski najrazvijenijim zemljama svijeta	112
6.3.1. Europska unija i poduzetničko obrazovanje.....	113
6.3.2. Poduzetničko obrazovanje u svijetu	119
7. EMPIRIJSKA ANALIZA UTJECAJA VISOKOOBRAZOVNE INSTITUCIJE NA POTICANJE I RAZVOJ PODUZETNIŠTVA	123
7.1. Model utjecaja visokoobrazovnih institucija na poticanje i razvoj poduzetništva	124
7.1.1. Prijedlog i analiza modela	125
7.2. Hipoteze istraživanja	127
7.3. Metodološki okvir empirijskog istraživanja	130
7.3.1. Pristup istraživanju i odluka o izboru metoda istraživanja	131
7.3.2. Oblikovanje istraživačkog instrumenta	132
7.3.3. Karakteristike uzorka istraživanja	133
7.4. Stavovi prema poduzetništvu i aktualna analiza stanja poduzetništva.....	139
7.5. H1: Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.	142
7.6. H2: Empirijska analiza utjecaja visokoškolske institucije na studente čiji su roditelji poduzetnici.....	155
7.6.1. Obiteljsko nasljeđe	156
7.6.2. H2: Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.	156
7.6.3. Analiza uzorka istraživanja	157
7.6.4. Utjecaj visokoobrazovne institucije na nastavak upravljanja poduzetničkim pothvatom na studente čiji su roditelji poduzetnici	159
7.7. H3: U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH.....	166
7.8. PH1: Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.	176
7.9. Interpretacija rezultata i ograničenja empirijskog istraživanja	183
7.9.1. Ograničenja empirijskog istraživanja	186
7.10. Prijedlozi za buduća istraživanja	187

8. ZAKLJUČAK	188
9. LITERATURA:.....	190
10. INTERNETSKI IZVORI	210
11. ZAKONI:	213
12. POPIS TABLICA.....	215
13. POPIS SLIKA.....	215
14. POPIS KRATICA I SIMBOLA:	218
15. PRILOZI.....	219

UVOD

„Ukoliko razmišljaš godinu dana unaprijed – posadi sjemenku.

Ukoliko razmišljaš godinama unaprijed – posadi drvo.

Ukoliko razmišljaš 100 godina unaprijed – podučavaj ljude.“

Konfucije

Četvrta industrijska revolucija donosi brojne promjene i mijenja izgled novog svijeta rada te postaje stvarnost za milijune radnika i tvrtki širom svijeta.

Aktualne mogućnosti gospodarskog i društvenog napretka te novonastale promjene na tržištu rada su ogromne i pružaju nebrojene mogućnosti, ali ipak značajno ovise o sposobnosti i spremnosti svih zainteresiranih dionika da pokrenu reformu sustava obrazovanja i osposobljavanja. Novonastali uvjeti zahtijevaju reformu politike tržišta rada i nove pristupe razvoju vještina i zapošljavanja. Kako bi se realizirao pozitivan ishod budućnosti, potrebno je vodstvo koje ima viziju i poduzetnički duh kako u poduzećima, tako i u političkim strukturama, ali i fleksibilan način razmišljanja te prilagodba na cjeloživotno učenje od strane zaposlenika na svim razinama.

Od početka novog milenija svjetsko gospodarstvo pogodile su značajne promjene čije posljedice se tek počinju osjećati. Izraziti gospodarski napredak u zemljama u kojima se on činio gotovo nemogućim i migracije stanovništva neslućenih razmjera u posljednjih stotinu godina, doveli su do potrebe za drugačijim promišljanjima na svim razinama ekonomske politike. Upravo su migracijska kretanja, posebice na Europskom kontinentu dovele do odljeva radne snage iz slabije razvijenih područja u ona visokorazvijena, onemogućujući dostizanje standarda u zemljama u kojima je on u značajnoj mjeri bio niži u odnosu na zapadni dio kontinenta.

S druge strane, u trenutcima u kojima dolazi do značajnijeg gospodarskog oporavka većine gospodarski razvijenih zemalja zapadnog svijeta, nedostatak kvalificirane radne snage postaje izrazita prepreka rastu u velikom broju ovih zemalja. Ovi trendovi predstavljaju izazove vladama tih zemalja te iznalaženja načina kako zadržati odljev kvalificirane radne snage, ali i kako privući nove stanovnike koji će željeti ostati živjeti unutar takvog gospodarstva. Jedan od značajnih elemenata ovih promišljanja svakako je obrazovna politika, koja će imati i ključnu ulogu u postizanju zacrtanih ciljeva. Usklađivanje obrazovnog sustava s potrebama gospodarstva u cjelini postaje nužan preduvjet za zadovoljenje rastuće potrebe za radnom

snagom, ali i omogućava radnicima da duže vremensko razdoblje, pa čak i čitav svoj radni vijek, provedu visokomotivirani i produktivni u svim elementima svoga rada. U ovakvim bi slučajevima svoj doprinos trebao ponuditi i gospodarski sektor, osobito u vidu pružanja pravednih i poticajnih uvjeta na obostrano zadovoljstvo.

Tvrtke moraju percipirati ulaganje u zaposlenike i ljudski kapital kao „investiciju“ i sredstvo za postizanje ciljeva, a ne kao „financijski trošak“ budući da će i nadalje ljudski kapital ostati nosilac razvoja i napretka. Ciklus između napretka tehnologije i dostizanja vještina za racionalno korištenje tehnologije postaje sve kraći i nikako nije moguće obrazovanje svesti na upoznavanje s postojećim tehnologijama i modelima, već se obrazovanje mora promatrati kao priprema za što lakšu prilagodbu obrascima poslovanja koji će se tek pojaviti u budućnosti. Novi poslovi i usvajanje nove tehnologije mogu potaknuti rast poslovanja jedino pod uvjetom fleksibilne i motivirane radne snage koja je svojim obrazovanjem stekla sposobnost adekvatnog iskorištavanja novih situacija te sposobnost brzih prekvalifikacija i brzih usavršavanja na novim područjima. Nedostatak takvih vještina, i među upravljačkim strukturama i među radnicima, značajno će utjecati na sposobnost usvajanja novih tehnologija te razvoj i napredak, što nužno dovodi do zaostajanja i usporavanja rasta cijele organizacije. Ukoliko se isto preslika na čitavo društvo, zaostajanje gospodarstva i stagnacija biti će jedina izvjesna budućnost za takvo gospodarstvo.

Visokoobrazovne institucije imaju za zadatak prije ostalih razumjeti nastale socioekonomske transformacije i oblikovati buduće aktere tržišta rada na način da prihvate nastale okolnosti kao dio njih te da budu u stanju upravljati budućnošću i promjenama na kvalitetan način.

Kako i na koji način visokoobrazovne institucije koje su svoje programe usmjerile na edukaciju budućih poduzetnika mogu dati svoj doprinos u kreiranju „radnika budućnosti“ glavna je odrednica predmetne disertacije. Koji su to faktori i motivi koji mogu potaknuti osobu da pokrene svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija problem na koji će se pokušati dati odgovor u predmetnom radu. Uz navedeno, poduzetnička edukacija ne mora nužno podrazumijevati isključivo „stvaranje“ budućih poduzetnika, već se može odnositi i na bolje razumijevanje poduzetništva, odnosno stvaranje poduzetnih pojedinaca koji će svoje karijere razvijati kao zaposlenici pojedinih organizacija i time dati svoj doprinos gospodarskom napretku te postati „radnici budućnosti“.

Slobodno poduzetništvo u posljednjih sedamdeset godina bilo je glavna odrednica i temelj stvaranja bogatstva i blagostanja zapadne civilizacije. Može li to i nadalje ostati pitanje je koje se otvara u brojnim teorijskim raspravama suvremenih mislioca ekonomske teorije.

Jedna od tema koje otvara ova disertacija jest i ona koja govori o tome kako i na koji način oblikovati radnike, kako ih motivirati te koji su to uopće motivatori koji će pokrenuti današnje studente, a sutrašnje „poduzetnike budućnosti“. Pitanje koje se ovim radom također propituje jest: mogu li visokoobrazovne institucije ponuditi rješenje na ova otvorena pitanja i koliki je značaj njihovog utjecaja na današnje generacije „milenijalaca“ od kojih se očekuje upravljanje gospodarskim i ekonomskim politikama i procesima za sljedećih dvadeset do trideset godina?

1. UVODNA RAZMATRANJA

Poduzetnički način razmišljanja i djelovanja jedan je od važnih čimbenika za razvoj svakog gospodarstva i u izravnoj je vezi s njim, stoga bi poticanje poduzetništva u svim segmentima društva trebalo biti *condicio sine quo non*¹ svake nacionalne ekonomije, pa tako i Republike Hrvatske. Poticanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj jedan je od ključnih čimbenika dostizanja stupnja razvoja visokorazvijenih zemalja te ostalih članica Europske unije. Poduzetništvo se u društvenoj zajednici treba poticati na svim razinama, od državne, regionalne, organizacijske do individualne. Zadatak države pritom bi trebao biti stvaranje poticajnog poduzetničkog ekosustava čiji važan dio predstavlja obrazovanje. Poduzetničko obrazovanje trebalo bi biti neizostavan element u kreiranju svih sadašnjih i budućih politika poticanja poduzetništva. „Smatra se da je za popunjavanje radnih mjesta u EU potrebno premostiti jaz između obrazovanja i osposobljavanja, te potreba tržišta rada. To je moguće postići stvaranjem novih generacija kreativnih mladih ljudi s poduzetničkim duhom i potrebnim vještinama za poduzetničko djelovanje.“ (Singer i sur., 2019: 95)

Posljednjih nekoliko desetljeća poduzetnička edukacija počela se smatrati neizostavnim dijelom strategija i promišljanja o budućem gospodarskom napretku svih razvijenih zemalja. Započela je prvenstveno u anglosaksonskim zemljama, s naglaskom na Sjedinjene Američke države i Veliku Britaniju, gdje suvremeni oblici edukacije za poduzetništvo sežu od ranih 60-ih godina dvadesetog stoljeća. Posljednjih tridesetak godina obrazovni pristup poduzetničkoj edukaciji proširio se prvo na zemlje zapadne Europe, zatim i na istočni dio te na Aziju i Latinsku Ameriku (Haase, Lautenschlager, 2011). Danas je poduzetništvo uobičajena znanstvena disciplina, postalo je redovan dio sveučilišnih programa i neizostavan je studij većine sveučilišta na svijetu (Naia i sur., 2015).

U Republici Hrvatskoj uz sveučilišne studije postoji i značajan broj stručnih studija čiji je glavni zadatak, uz edukaciju studenata, i njihovo usmjeravanje na poduzetničko ponašanje u kontekstu pokretanja poslovnog pothvata. U kojoj mjeri takvi stručni studiji uspijevaju potaknuti studente da postanu poduzetnici/vlasnici svojih poduzeća nakon završetka studija glavno je pitanje i tema kojom će se baviti ova doktorska disertacija. S obzirom na to da je dokazano i opće poznato kako je obrazovanje ključ gospodarskog napretka svake zemlje, ovom doktorskom disertacijom želi se analizirati utjecaj stručnih studija iz područja poduzetništva na poduzetničko ponašanje studenata u smislu iskazivanja namjera za pokretanjem poslovnog

¹ lat. uvjet bez kojega se ne može

pothvata ili preuzimanja obiteljskog poduzeća. Kako i na koji način se potiče i usmjerava studente da jednoga dana postanu poduzetnici i na taj način doprinesu razvoju prostora u kojemu žive, ključna su pitanja na koja će se predmetnim istraživanjem nastojati dati odgovor.

1.2. Ciljevi istraživanja i postavljene hipoteze

Osnovni cilj doktorske disertacije je istražiti i analizirati utjecaj stručnih i sveučilišnih studija iz područja poduzetništva na želju i stavove studenata da nakon završetka školovanja samostalno pokrenu poslovni pothvat. Mlade osobe bez radnog iskustva kao društvena skupina često se nalaze na margini tržišta rada, a svoj bi položaj mogli značajno promijeniti poduzetničkim aktiviranjem i pokretanjem svojih vlastitih poduzetničkih ambicija (Pavić, 2008).

Cilj disertacije je i utvrditi imaju li na odluku o pokretanju poslovnog pothvata veći utjecaj roditelji koji se već bave nekom poduzetničkom aktivnošću ili je primaran utjecaj visokoobrazovne institucije te u kojoj mjeri na tu odluku utječu ostali faktori iz okruženja. U disertaciji će se istražiti stav studenata o posjedovanju potrebnih znanja i kompetencija za pokretanje samostalnog poslovnog pothvata te će se istražiti doprinosi li visokoobrazovna institucija u kojoj studiraju povećanju tih znanja i kompetencija i raste li ta razina znanja sa svakom višom godinom studiranja. Disertacija će analizirati postoje li regionalne razlike u želji studenata za pokretanjem poslovnog pothvata nakon završetka studija i čime su te razlike uvjetovane: mjestom iz kojega dolaze, gospodarskom razvijenošću regije u kojoj studiraju ili nečim drugim.

Hipoteze rada:

H1: *Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.*

H2: *Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.*

H3: U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH.

PH1: Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.

1.3. Metodologija istraživanja

Predmet istraživanja doktorske disertacije je istražiti utjecaj visokoobrazovnih institucija koje su svoje programe usmjerile na poduzetničko obrazovanje studenata i poticanje poduzetničkih namjera u smislu pokretanja poslovnog pothvata, odnosno uključivanja u upravljanje poduzetničkim pothvatom koji su započeli njihovi roditelji.

U analizi problema istraživanja provedeno je teorijsko i empirijsko istraživanje u svrhu analize i realizacije ciljeva istraživanja.

U znanstvenom istraživanju za potrebe doktorske disertacije koristile su se znanstveno-istraživačke metode kako bi se osiguralo što pouzdanije, vjerodostojnije i konkretnije spoznaje i zaključke o predloženoj temi. Njihova je upotreba zavisila o postavljenim ciljevima i hipotezama te su se međusobno nadopunjavale u svrhu ostvarenja postavljenih ciljeva i dokazivanja hipoteza.

Teorijski dio rada temelji se na istraživanju i detaljnoj analizi raspoložive domaće i inozemne literature kako bi se identificirale teorijske spoznaje o edukaciji za poduzetništvo. Istraživanjem će se prikazati sustav edukacije za poduzetništvo u najrazvijenijim gospodarstvima svijeta te metode poučavanja studenata - budućih poduzetnika. Analizirat će se sustav visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj te identificirati poveznice s usporedivim zemljama, ali i sa onima čije su metode pokazale najbolje rezultate u vidu gospodarskog rasta i napretka. U analizi je korištena znanstvena i stručna literatura s područja poduzetništva i obrazovanja za poduzetništvo, knjige, znanstveni i drugi časopisi, baze podataka, portali i sva ostala literatura dostupna u knjižnicama Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici te u Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

Prilikom izrade doktorske disertacije koristile su se sljedeće metode: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda apstrakcije i konkretizacije, metoda generalizacije i specijalizacije, deskriptivna metoda, komparativna metoda, metoda dokazivanja i opovrgavanja. Za dokazivanje postavljenih hipoteza koristile su se komparativne metode te statističke metode od kojih možemo izdvojiti regresijsku analizu, Pearsonov koeficijent korelacije, Mann-Whitney U-test usporedbe medijana, statistički test vjerojatnosti u binomnom uzorku, test jednakosti medijana, t-test (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010). U analizi podataka, koristila se dijalektička metoda radi kvalitetnijeg sagledavanja međusobne povezanosti i uvjetovanosti pojava koje su predmet istraživanja (Zelenika, 2000).

Empirijsko istraživanje provedeno je metodom ispitivanja anonimnim anketnim upitnikom. Upitnik se sastojao od strukturiranih i nestrukturiranih pitanja s neprikrivenim ciljevima (Marušić, Vranešević, 2001). U svrhu prikupljanja što kvalitetnijih i potpunijih podataka, upitnik je sadržavao i dihotomna pitanja.

Pri istraživanju uzorka u strukturiranim pitanjima koristilo se stupnjevanje u Likertovoj ljestvici u rasponu od 1 do 7, pri čemu su ispitanici iskazivali potpuno slaganje ili neslaganje s danom izjavom (Grbac, Meler, 2010). S obzirom na to da je riječ o jednom od najjačih oblika skaliranja, osobito u mjerenju unutarnjih stanja pojedinca kao što su stavovi i emocije, koristi se Likertova ljestvica (Bernard, 2000). Raspon od 7 stupnjeva koristio se kako bi se izbjeglo podudaranje s klasičnim ocjenjivanjem od 5 stupnjeva koje se uobičajeno koristi pri ocjenjivanju u hrvatskom obrazovnom sustavu te kako bi se mogla dobiti kvalitetnija distribucija dobivenih odgovora.

Prikupljanje primarnih podataka provedeno je u razdoblju ljetnog semestra akademske godine 2017./2018. među populacijom studenata primarno stručnih studija iz područja poduzetništva na visokoobrazovnim institucijama u Republici Hrvatskoj. Prema podacima koje je osigurala Agencija za znanost i visoko obrazovanje, u navedenoj akademskoj godini ukupan broj upisanih studenata na studijskim programima relevantnim za istraživanje bio je 3768. Ovim podatkom točno je moguće utvrditi veličinu osnovnog skupa koji je predmet istraživanja ($N = 3768$). Uzorak pri istraživanju mora biti takav da svojom veličinom odgovori na postavljena pitanja s određenim stupnjem pouzdanosti (Marušić, Vranešević, 2001). Istraživanje za potrebe disertacije provedeno je na uzorku od 690 ispitanika s područja čitave Republike Hrvatske koji pohađaju jedno od visokih učilišta koje je sudjelovalo u istraživanju, što čini veličinu uzorka od 18,31 % ($n = 18,31$).

U svrhu dodatnog potvrđivanja hipoteza, provedeno je i istraživanje na kontrolnoj skupini, odnosno na studentima koji nisu upisani na studij poduzetništva, već na stručne studije

programskog inženjerstva i stručne studije elektrotehnike. Uzorak kontrolne skupine bio je 104 ispitanika s područja kontinentalne Hrvatske, sa sve tri godine preddiplomskih stručnih studija.

1.4. Struktura doktorske disertacije

Doktorska disertacija strukturirana je u 8 poglavlja.

Uvodno poglavlje definira problem i ciljeve istraživanja, obrazlaže istraživačke hipoteze te metode koje su se koristile za dokazivanje postavljenih hipoteza. Na taj su način dane smjernice kojima se ovo istraživanje provodi. Detaljno su pojašnjeni primarni i sekundarni izvori podataka, struktura disertacije te znanstveni doprinos disertacije.

Drugo poglavlje daje definiciju i prikaz osnovnih osobina i karakteristika poduzetnika. Kakve su osobe poduzetnici te u kojoj mjeri se razlikuju i razlikuju li se od ostalih osoba? Može li se poduzetništvo naučiti ili se osobe rađaju kao poduzetnici s već uređenim predispozicijama i karakteristikama?

Treće poglavlje prikazuje aktualan odnos prema poduzetništvu u Republici Hrvatskoj predstavljen na primjeru šire društvene zajednice, ali i na primjeru aktualnih političkih kreatora gospodarske politike. Prikazan je razvoj hrvatskog gospodarstva od osamostaljenja Republike Hrvatske. Osim toga, projiciraju se i saznanja o promjenama koje su se dogodile u tranzicijskim i posttranzicijskim uvjetima te stanje stanovništva, gospodarstva, zaposlenosti i poduzetništva. Navode se također i poticajne mjere koje koristi izvršna vlast kako bi pokrenula gospodarstvo i unaprijedila rast i razvoj poduzetništva te se objašnjava putem kojih se instrumenata i institucija potiču poduzetnici kao temeljni nositelji gospodarskih aktivnosti i razvoja čitave društvene zajednice

Četvrto poglavlje govori o značaju poduzetništva za razvoj gospodarstva nacionalne ekonomije. Pokušava se odgovoriti na sljedeća pitanja: Što znače poduzetnici za gospodarski razvoj Republike Hrvatske? Koji su preduvjeti potrebni da bi se razvijalo poduzetništvo i koji sve akteri moraju dati svoj doprinos u poticanju poduzetništva? Prikazani su razlozi i motivi potrebni da bi određena osoba postala poduzetnik te kako te motive mjerimo radi usporedbi performansi jedne nacionalne ekonomije s ostalim gospodarski razvijenim zemljama Europe i svijeta.

Peto poglavlje daje prikaz načina, metoda i modela kako obrazovni sustav motivira pojedince na pokretanje vlastitih poslovnih pothvata. Može li se naučiti postati poduzetnikom na obrazovnoj instituciji i što je potrebno kako bi se stvorili uvjeti poboljšanja kvalitete takvih

studija? U poglavlju se razmatraju teze o smislu poduzetničke edukacije te o ulozi nastavnika i profesora kao faktora koji je od izrazitog značaja u takvoj specifičnoj vrsti obrazovanja. Također se razmatraju teze o smislu i nužnosti poduzetničke edukacije te o svrsi takvih oblika učenja.

Šesto poglavlje daje pregled sustava visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj te razmatra promjene koje su se dogodile prelaskom s planskog gospodarstva na tržišno gospodarstvo u posttranzicijskim uvjetima. Poglavlje daje pregled poduzetničkog obrazovanja u nekim od europskih zemalja i najrazvijenijih gospodarstva zapadnog svijeta, SAD-a, Kine i Japana.

U sedmom poglavlju prikazani su rezultati istraživanja, odnosno detaljnije je razrađen cjelokupni metodološki okvir istraživanja. Na početku poglavlja prikazan je prijedlog modela koji je formiran u svrhu istraživanja i na osnovu kojega su stvorene hipoteze empirijskog istraživanja.

U istome poglavlju dana su pojašnjenja odluke o izboru metoda istraživanja, uzorka na kojemu je istraživanje izvršeno, pomoću kojih instrumenata te je dan prikaz cjelokupne procedure istraživanja. Istaknuta su sva ograničenja istraživanja, kao i metode prevladavanja ograničenja. Sedmo poglavlje donosi cjelokupne rezultate istraživanja s dokazima, postavljenim hipotezama te zaključcima do kojih se došlo temeljem provedenog istraživanja.

Posljednje zaključno poglavlje sažeto donosi temeljne spoznaje dobivene istraživanjem te moguće smjernice za daljnja istraživanja, dok je u prilogu naveden popis literature, slika, tablica i priloga o detaljima istraživanja.

1.5. Znanstveni doprinos

Tijekom proteklog stoljeća poduzetništvo je odigralo značajnu ulogu u gospodarskom razvoju i u svjetskim razmjerima je stvorilo iznimno značajne poduzetničke pothvate koji su posljedično doveli do stvaranja velikog broja radnih mjesta, povećanja produktivnosti, porasta blagostanja i općenito veće kvalitete života svih građana svijeta. Poduzetništvo i dalje ima ključnu ulogu u traženju rješenja za brojne civilizacijske izazove, uključujući povećanje potrošnje energije, zagađenja okoliša, pitanja ljudskog zdravlja, sigurnosti i obrazovanja (Thomas, Kelley, 2011). Uz navedeno, obrazovanje je postalo ključni faktor gospodarskog razvoja svake zemlje.

Poduzetničko obrazovanje trebalo bi biti jedna od važnih sastavnica obrazovnog sustava (počevši od najnižih obrazovnih razina do (posebice) visokoškolskog obrazovanja) u stvaranju mladih ljudi, koji po završetku obrazovanja postaju konkurentni, zapošljivi i kompetentni i koji imaju dovoljno znanja, vještina i kompetencija da se bore s neizvjesnošću i kompleksnošću okruženja u kojem žive. Jedan od načina za to je i pokretanje poslovnih pothvata, čime se bavi ova doktorska disertacija. Koliki utjecaj imaju visokoškolske institucije koje imaju poduzetničke obrazovne programe u obrazovanju budućih poduzetnika i utječu li neki drugi faktori na namjeru studenata da postanu poduzetnici? Jesu li dovoljni napori tih institucija da potaknu studente ili je potrebna sinergija cjelokupnog društva u stvaranju pozitivne poduzetničke klime?

Peter Drucker je ustvrdio kako poduzetništvo podrazumijeva „činiti nešto na drugačiji način“ (Drucker, 1986), što znači tragati za novim prilikama, promjenama i novim inovacijama. Od budućih poduzetnika se traži da budu inovativni, proaktivni, prilagodljivi i da znaju upravljati rizikom. Od obrazovnih institucija se traži kreiranje programa s pomoću kojih će buduće i sadašnje studente naučiti prethodno spomenutim vještinama te im pomoći u stvaranju osnove za uspješan razvoj karijere.

U ovome istraživanju pokušavaju se pronaći adekvatni načini kako te vještine probuditi u osobama koje možda nisu ni znale da ih imaju, odnosno usavršiti ih kod onih osoba koje znaju da ih imaju i žele dodatno raditi na njima. Koliki utjecaj uopće ima obrazovna institucija, odnosno koji su to drugi faktori koji mogu biti presudni u izgradnji tih vještina?

2. PODUZETNIK I PODUZETNIČKE OSOBINE

Kada se govori o poduzetnicima, često ih se zamišlja kao osobe s posebnim osobinama koje nemaju „obični“ ljudi. Jesu li to uistinu posebne osobe s osobinama koje su im urođene ili je poduzetništvo vještina koja se može naučiti, pitanje je koje je predmet brojnih rasprava u akademskim krugovima, a ujedno i pitanje na koje je teško dati jednoznačan odgovor. Često se postavlja pitanje o postanku vođa: rađa li se netko vođom ili vođa tijekom života postaje? Jednako tako možemo se zapitati i je li neka osoba svojim rođenjem predodređena za ulogu poduzetnika ili se poduzetnikom postaje usvajanjem određenih znanja i spoznaja s pomoću formalnih ili neformalnih obrazovnih programa. Oko ovog pitanja ipak postoji određeni znanstveni konsenzus da se poduzetnici ne „rađaju“, već ih se obrazuje i senzibilizira kako bi mogli pokrenuti poduzetnički pothvat (Kuratko, 2005). Značajan broj radova sve više promiče ideju da poticanje poduzetničkih stavova putem formalnog obrazovanja u ranoj dobi može ohrabriti osobe na poduzetničku karijeru (Kourilsky, Walstad, 1998; Pačo i sur., 2011), međutim, efektivnost i specifičan utjecaj poduzetničkog obrazovanja još uvijek ostaju sporni (OECD, 2009). Naime, studenti koji su svoje obrazovanje usmjerili na poduzetništvo s namjerom da pokrenu vlastite poslovne pothvate, realiziraju svoje poslovne ideje u prosjeku pet godina nakon završetka studija (Golla i sur., 2006) te se ishod poduzetničkog obrazovanja češće mjeri promjenom u poduzetničkoj namjeri (Graevenitz i sur., 2010). Stoga možemo zaključiti da veći broj osoba koje imaju poduzetničke namjere upisuju studije poduzetništva iz čega proizlazi da je veći broj poduzetnika s formalnim poduzetničkim obrazovanjem.

2.1. Poduzetnik i poduzetništvo

Pojam poduzetništva u ekonomskoj teoriji koristi se više od dva stoljeća i tijekom tog razdoblja se na veoma različite načine interpretirao. „Poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog i vrijednog kroz posvećivanje vremena i truda, pretpostavljajući popratne financijske, fizičke i društvene rizike, i na kraju primanja nagrada u novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti.“ (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011:8) Poduzetništvo je proces u kojemu osobe različitih osobina pokušavaju realizirati poduzetnički pothvat, kombinacijom resursa na jedinstven i neponovljiv način. Još je davne 1800. godine francuski ekonomist Say definirao poduzetništvo i poduzetnika kao osobu koja „prebacuje ekonomske resurse iz područja niske

produktivnosti u područje više produktivnosti sa namjerom stvaranja većeg prinosa“ (Drucker, 1986: 21).

Etimološki, riječ poduzetnik (*entrepreneur*) dolazi od francuskih riječi *entre* (između) i *prendre* (uzeti). Izvorno je korištena za upisivanje ljudi koji su „preuzimali rizik“ između prodavatelja i kupca ili koji su „poduzimali“ radnje kao što je započinjanje novih poslova, odnosno pothvata (Bolton, Thompson, 2002).

Suvremena ekonomska teorija ipak nudi drugačiji pogled na pojam poduzetništva te ga čak i poistovjećuje s umjetnošću koja se očituje u tome da poduzetnici svojim ponašanjem nastoje identificirati prilike, a poslovnu ideju pretvoriti u konkretan posao (Alverz, Barney, 2014). „Poduzetnik kao osoba koja pokreće poslovni pothvat, s ciljem da dovede do promjene u svrsi i ostvari dobit, pod permanentnim je utjecajem razvoja općih gospodarskih prilika i stanja u društvu. Na putu od ideje do njezine realizacije, ali i opstanka u gospodarskoj strukturi, mogući gospodarski uspjeh ili neuspjeh ovisi u velikoj mjeri o društvenom razvoju i državnoj potpori.“ (Škrtić, Mikić, 2011:293). Poduzetništvo se ne mora nužno odnositi na izum ili kreaciju nečega što nitko do sada nije stvorio. Poduzetništvo se odnosi na primjenu adekvatnih metoda upravljanja na način da se kombiniraju već postojeći resursi, stvarajući potrebne standarde kako bi se osmislio adekvatan proizvod koji će imati svoje tržište i svojega kupca čiju potrebu će zadovoljiti kreirani proizvod.

U ovakvim okvirima, poduzetništvo možemo promatrati „kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira određena efikasna gospodarska djelatnost.“ (Kolaković, 2006: 1)

Bilo da se radi o tradicionalnom pogledu na poduzetništvo, bilo da se analizira suvremeni pogled, u prvome planu je osoba, tj. pojedinac sa svojim karakteristikama koje su jedinstvene i neponovljive.

2.2. Poduzetnik i osobine poduzetnika

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 rad, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem (Sunajko, 2011).

„Poduzetništvo i pokretanje nečeg novog kriju u sebi posebnu strast i oduševljenje, jer u biznis je potrebno ući bez straha i s puno ljubavi prema onome što radiš jer se na početku svakog biznisa, prije nego što se posao razgrana, mora raditi puno i teško. Povrh svega toga potrebno

je još izbalansirati svoje vrijeme i svoj odnos prema obitelji, prijateljima i svakodnevnim životnim obvezama, što je jako zahtjevno.“²

Poduzetnika i poduzetništvo karakterizira jedan poseban način razmišljanja. Često poduzetniku veći izazov predstavljaju stvaranje inovacija i novi proizvodi, negoli samo profit i zarada. Iz tog razloga možemo primijetiti da pojedini poduzetnici nakon što stvore kakav novi vlastiti posao i uhodaju ga do te mjere da on postaje rutina i donosi konstantni prihod, prelaze na nešto sasvim novo što im daje neizvjesnost i ne nudi rutinirano poslovanje. Ovakvu tezu veoma slikovito opisuje naslovnica jednog uglednog ekonomskog tjednika: „Što radi poduzetnik kad proda tvrtku? Osnuje novu.“³

Eklatantni primjer poduzetnika koji se neprekidno želi dokazati u novim izazovima i poslovima pokazuje nam svojim poslovima izumitelj i investitor Elon Musk. Tako je suvlasnik tvrtke *Paypal*⁴, tvrtke koja omogućuje jednostavan prijenos novca prilikom *on line* kupnje. Suosnivač je tvrtke *SolarCity*⁵ najveće američke kompanije za pružanje usluga vezanih za proizvodnju, distribuciju i instalaciju sustava Sunčeve energije, te osnivač i glavni i izvršni direktor tvrtke *Neuralink*⁶ tvrtke koja se bavi istraživanjima i razvojem sučelja za integraciju računala s ljudskim mozgom uz pomoć neurotehnologije. Supredsjedatelj je neprofitne tvrtke *OpenAI*⁷, tvrtke koja se bavi otkrivanjem novih modela i razvoja umjetne inteligencije. 90-postotni je vlasnik *TheBoring Company*⁸, tvrtke za izgradnju infrastrukture i tunela čiji je nastanak inspiriran ograničenjima i trenutnom 2-D transportnom mrežom prometnog sustava Los Angelesa. Investitor je, izvršni direktor i osnivač tvrtke *Tesla Inc*⁹ koja se bavi proizvodnjom električnih automobila, a ujedno je i osnivač, izvršni direktor i glavni tehnološki suradnik tvrtke *SpaceX*¹⁰, tvrtke koja se bavi proizvodnjom svemirskih letjelica i turističkim uslugama prijevoza putnika u svemir, a glavni cilj joj je smanjenje troškova svemirskog transporta i omogućavanje kolonizacije Marsa. Za ovakvog poduzetnika zasigurno ne možemo tvrditi da mu je glavni pokretač i motivator pokretanja novih poslovnih pothvata novac jer se prema Forbesovoj listi za 2018. godinu nalazi na 54. mjestu milijardera i na 24. mjestu

² Izlaganje W. Roberta Kohorsta, američkog veleposlanika u Republici Hrvatskoj, izneseno na MBA konferenciji u Zagrebu 26. 11. 2018. www.poduzetnik.com.hr (27. 7. 2018.)

³ <https://lider.media/stavovi/ekonomalije/miodrag-sajatovic-komu-je-poduzetnistvo-sudeno-ne-moze-od-njega-pobjeci/> (6. 9. 2019.)

⁴ <https://www.paypal.com/us/home> (4.1. 2019.)

⁵ https://www.tesla.com/solarpanels?energy_redirect=true (4. 1. 2019.)

⁶ <https://www.neuralink.com/> (4. 1. 2019.)

⁷ <https://openai.com/> (4. 1. 2019.)

⁸ <https://www.boringcompany.com/> (4. 1. 2019.)

⁹ <https://www.tesla.com/> (4. 1. 2019.)

¹⁰ <https://www.spacex.com/> (4. 1. 2019.)

najmoćnijih ljudi na svijetu¹¹. Ovog poduzetnika zasigurno pokreću brojni drugi motivatori kao što su želja za novim izazovima, postignućem, promjenom, odnosno želja da se „ostavi trag“ na ovome svijetu prije no što se otiđe s njega, dok je novac ovdje u drugome planu.

Peter Drucker navodi da sve one osobe koje se mogu suočiti s donošenjem odluka mogu naučiti biti poduzetnici i mogu se naučiti ponašati poduzetnički. Nadalje navodi da je poduzetništvo ponašanje, a ne osobina ličnosti te da njegov temelj leži u konceptu i teoriji, a ne u intuiciji (Drucker, 1986).

Prema značajnom broju autora, uspješan poduzetnik trebao bi imati sljedeće osobine (Siropolis, 1995:43):

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

Navedene karakteristike svakako su preduvjet da se bude uspješan poduzetnik, međutim, značajan broj ljudi također ima sve ove osobine, a nisu poduzetnici i nikada to neće ni pokušati postati. Značajan broj osoba nema dovoljno hrabrosti za preuzimanje rizika kojega sa sobom donosi poduzetništvo.

S aspekta vlasnika poduzetničkih pothvata, možemo razlikovati četiri područja rizika (Renko, 2010:31):

- financijski rizik - poduzetnici ulažu svoju ušteđevinu i jamče svojom imovinom zajam banci
- rizik karijere - poduzetnici koji propadnu mogu naići na poteškoće u pronalaženju novog posla
- obiteljski rizik - poduzetnikova žena i djeca mogu patiti od emocionalnog stresa u slučaju propasti posla
- fizički rizik - snažna identifikacija poduzetnika može ga u slučaju neuspjeha dovesti do osobnog sloma.

Bez obzira na to što ga pokreće, svaki poduzetnik ima svoj „pokretač“ i on nikako ne mora biti isti u slučaju dvaju različitih poduzetnika.

¹¹ <https://www.forbes.com/profile/elon-musk/#25cc6d017999> (4. 1. 2019.)

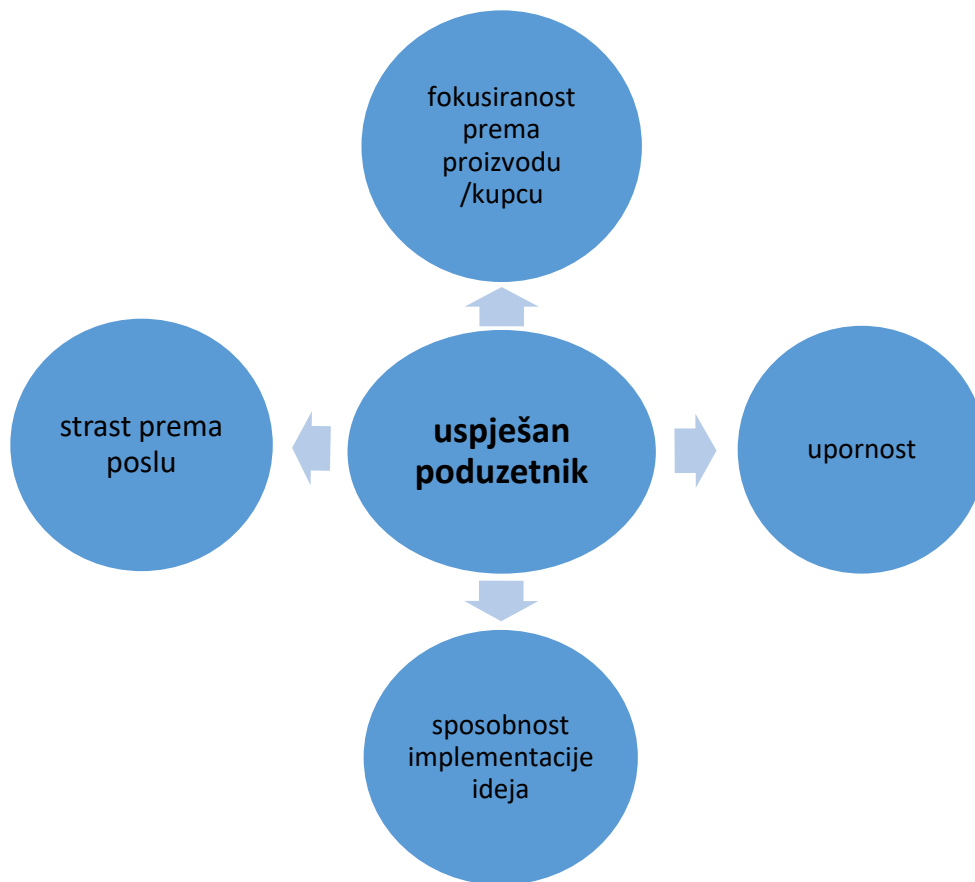
Prema riječima Petera F. Druckera, ne postoje dva jednaka poduzetnika, ili sasvim konkretno: „Neki su poduzetnici ekscentrici; drugi bolno besprijeckorni konfomisti; neki su debeli; drugi mršavi; neki su zabrinuti, drugi opušteni; neki su teške pijanice, drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetnog šarma i topline, drugi nemaju osobnost veću od „smrznute skuše“ (Drucker, 1966: 22).

Od izrazitog značaja za analiziranje poduzetnika je Gibbova lista (Gibb, 1987: 6) iz 80-ih godina 20. stoljeća, prema kojoj osobna obilježja poduzetne osobe čine:

1. „inicijativnost
2. snažna moć uvjeravanja
3. sposobnost preuzimanja rizika (naglasak je na razumnom riziku)
4. fleksibilnost
5. kreativnost
6. nezavisnost (autonomija)
7. sposobnost rješavanja problema
8. potreba za postignućem (postizanjem uspjeha)
9. imaginacija
10. visok stupanj vjere u mogućnost upravljanja vlastitom sudbinom
11. sposobnost vodstva
12. ustrajnost u radu“.

S obzirom na navedeno, može se ustvrditi da na svijetu koliko je poduzetnika, toliko je različitih osobnosti i karaktera svakoga od njih. Međutim, Bruce Barringer i Duane Ireland navode četiri karakteristike koje se mogu okarakterizirati kao zajedničke svim uspješnim poduzetnicima (Barringer, Ireland, 2016):

Slika 1: Karakteristike uspješnog poduzetnika



Izvor: Barringer, B.R, Ireland, R.D., (2016): Entrepreneurship, Successfully launching new ventures, fifth edition, Oclahoma state university, 9

Strast prema poslu - „Strast (lat. *passio* - strast, stradanje, trpnja) je vrlo jak osjećaj prema nekome ili nečemu. Razlikuje se od afekta po tome što ne nastupa kao trenutno stanje, nego predstavlja trajno usmjerenje čitave čovjekove duše“ (Filipović, 1984).

Ukoliko osoba nema strasti u svome poslu, taj posao zasigurno ne obavlja na najbolji mogući način. Isto je i u poduzetništvu: ukoliko poduzetnik nije „zaljubljen“ u svoju poduzetničku ideju i svoj posao, a posao mu predstavlja opterećenje, neće ga obavljati na najbolji mogući način i velika je vjerojatnost da neće biti uspješan. Poslovni model i poslovna ideja mogu biti dobri, no poduzetnik će veoma teško uspjeti ako prema tome poslu ne osjeća strast i zadovoljstvo. Važno je pronaći posao u kojemu je osoba doista jaka, zna taj posao raditi i želi se njime baviti.

Sposobnost implementacije ideja - Prepoznati poslovnu priliku tamo gdje je drugi ne vide i prije nego je drugi vide, odlika je osoba za koje se može reći da imaju poduzetničke sposobnosti. Ako je pojedinac i uoči prije drugih, svejedno je potrebno imati sposobnosti za implementaciju

poslovne prilike i njezino pretvaranje u poduzetnički pothvat koje će rezultirati određenim uspjehom. To je sljedeća razina koja uspijeva samo najспособnijima. Veoma je dug put od početne ideje do konkretizacije i implementacije određene zamisli u konkretan posao. Zahtijeva značajan trud, odricanje i naporan rad što ga mogu ostvariti samo izuzetni pojedinci

Upornost - Upornost je osobina koja je ljudima izrazito potrebna u svakodnevnom životu pa tako i u poslovanju. Poduzetnik kroz svoje poslovanje može očekivati brojne udarce i zapreke sa svih strana koje bi značajan broj ljudi obeshrabrile i potaknule ih da odustanu. Samo uporni i hrabri pojedinci će se i nakon stotinu padova uspjeti podići, otresti prašinu i nastaviti dalje. Poznati citat Calvina Coolidgea, tridesetog predsjednika Sjedinjenih Država kaže¹²: „Ništa na ovom svijetu ne može zamijeniti upornost. Talent neće: ništa nije češće od neuspješnih muškaraca s talentom. Genij neće: nepriznati genij gotovo je poslovice. Obrazovanje neće: svijet je prepun obrazovanih zaostalih ljudi. Samo upornost i odlučnost su svemoćni.“ Ukoliko poduzetnik ne posjeduje značajnu dozu upornosti, pa ponekad možda i tvrdoglavosti, odustat će već kod prve prepreke i okrenuti se nečemu drugom.

Fokusiranost prema proizvodu/kupcu - Poznata je izreka Stevea Jobsa: „Računalo je najsjajiji alat koji smo ikada proizveli (...) ali je najvažnija stvar da omogućimo da ga koristi što je moguće više ljudi.“ Ovakvo razmišljanje ističe dva najvažnija elementa u bilo kojemu poslu – proizvod i kupca. Iako je osobito važno u poslovanju razmišljati o upravljanju, marketingu, financiranju i slično, ni jedna od tih funkcija ne može činiti razliku ako tvrtka nema dobre proizvode koji u potpunosti zadovoljavaju potrebu potrošača (Baringer, Ireland, 2016).

Poduzetnici prilikom kreiranja svojih proizvoda, odnosno usluga, u fokusu moraju imati potrebu koju ti proizvodi zadovoljavaju. Potrebe postaju želje kada ih se usmjeri na određene predmete koji bi mogli zadovoljiti tu potrebu (Kotler, 2014: 10). Ukoliko se na zadovoljenje tih potreba ne usmjeri na pravi način, poslovni pothvat zasigurno neće doživjeti svoju afirmaciju i neće doživjeti poslovni uspjeh.

Brojni autori ovim četirima osobinama pridodaju i brojne druge od kojih su neke urođene, a za neka se smatra da se mogu steći učenjem. Tako Tkalec navodi sljedeće funkcionalne karakteristike poduzetnika (Tkalec, 2011):

¹² <https://www.brainyquote.com/authors/calvin-coolidge-quotes> (16. 9. 2019.)

Altruizam – opisuje sklonost poduzetnika da ne stavlja uvijek i svuda sebe na prvo mjesto, nego da bi poduzetnik trebao voditi računa i o interesima svojih zaposlenika i šire društvene zajednice.

Hrabrost – za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata potrebna je hrabrost, neki će čak reći i „ludost“, jer bez dovoljno hrabrosti nitko neće biti spreman preuzeti rizik poduzetništva osim ako ga na to ne natjeraju životne okolnosti. Tu već govorimo o motivima pokretanja poduzetničkog pothvata što je područje GEM istraživanja (o čemu će više biti riječi u nastavku), koji pokazuje da su uspješniji poduzetnici koji pokazuju namjeru poduzetničkog djelovanja, a ne oni koje su životne okolnosti natjerale da postanu poduzetnici. Dobar poduzetnik nikada neće dopustiti da ga neuspjeh obeshrabri, nego će nešto naučiti iz njega i krenuti dalje. Od izrazitog je značaja ne bojati se neuspjeha, a preuzimanje rizika je sastavni dio života i sastavni dio djelovanja poduzetnika.

Kreativnost i inovativnost – bez dovoljno kreativnosti i maštovitosti nema ni poduzetništva. Poduzetnika nazivaju „razaračem postojećeg i kreatorom novoga“, za što je potrebna određena razina kreativnosti i inovativnosti. Tako i Schumpeter poduzetnika u svojoj teoriji „creative destruction“ (Schumpeter, 1942) ističe kako se poduzetništvo i stvaranje nečega novoga temelje na uništavanju nečega postojećeg i starog te da je poduzetništvo neprekidan proces u kojemu se uništavaju stare tvrtke kako bi se napravilo mjesta za nove, bolje i uspješnije (Reinert, Reinert, 2006).

Mudrost – karakteristika koja će svakako proizaći iz iskustva života i poduzetničkog djelovanja. Poduzetnik mora imati dovoljno znanja te mora imati sposobnost pravilnog upravljanja tim znanjem kako bi mogao donositi kvalitetne poslovne odluke te na pravi način usmjeravati svoje poslovanje i svoj poslovni pothvat.

Samostalnost – poduzetnik mora biti u stanju samostalno stvarati, uočavati i realizirati poslovne prilike te jednako tako mora biti u stanju samostalno donositi odluke od značaja za uspješno poslovanje.

Odgovornost – odgovornost prema sebi i prema drugima mora biti u fokusu ponašanja dobrog poduzetnika. Ukoliko poduzetnik želi da se njegovi radnici ponašaju na određeni način i odgovorno prema poslu, on se također mora ponašati odgovorno i svojim vlastitim primjerom to i svjedočiti.

Poštenje – moralna načela kojima se poduzetnik vodi moraju biti visoko postavljena i odnosi sa svim dionicima poslovanja, posebice radnicima, kupcima i dobavljačima, moraju se temeljiti na poštenom odnosu jer nepoštenje i prevara na dugi rok nikako ne mogu rezultirati uspješnim poslovanjem.

Radoholičnost – dobar poduzetnik mora voljeti rad i ne bi smio biti opterećen time koliko sati dnevno provodi na poslu ukoliko taj posao uistinu voli. Dobar poduzetnik prvi dolazi na posao i zadnji odlazi s njega, a radni tjedan ima punih sedam dana.

Samouvjerenost – poduzetnik mora vjerovati u sebe i svoje sposobnosti kako bi mogao ostvariti zacrtane ciljeve. Ako sam ne vjeruje u sebe, ni drugi neće vjerovati u njega, što je osobito važno kod odnosa sa zaposlenicima i poslovnim partnerima.

Skлонost razumnoj preuzimanju rizika – jedan od mitova o poduzetnicima je da su poduzetnici kockari i skloni riziku, što nikako ne stoji. Poduzetnici moraju poduzimati određenu dozu rizika, ali to mora biti umjereno i moraju biti u stanju upravljati tim rizikom. Prema navodima P. Druckera, “Sve uspješne ličnosti koje poznajem imaju samo jednu zajedničku stvar – one nisu sklone preuzimanju rizika već ih uvijek nastoje procijeniti i maksimalno umanjiti“ (Drucker, 2005: 235).

Strpljenje – jedno je od načela moći u etičkom poslovanju i odlika je uspješnih osoba. Ponekad se procesi i događaji odvijaju veoma sporo, a odluke je potrebno donositi s određenim odmakom. Strpljivost i smirenost u stresnim i intenzivnim situacijama svakako su vrline koje imaju uspješni poduzetnici.

Stvaralaštvo – poduzetnička je karakteristika koja se ogleda u sposobnosti stvaranja nečeg novog, originalnog i drugačijeg. Poduzetnici kombinacijom svojih resursa stvaraju nove ideje, proizvode i pristupe kojima moraju pronaći put za uspješnost svojega pothvata.

Svrhovitost – u poslovanju je, kao i u životu, potrebno imati dugoročne ciljeve. Ne postavite li se dugoročni ciljevi, postoji realna opasnost da se svako malo razočaramo ukoliko se ne realiziraju neki od kratkoročnih ciljeva. „Osoba s malim brojem jasnih ciljeva koji je potpuno zaokupljaju i koje svakodnevno ostvaruje, pobijedit će one koji rasipaju snagu na mnoge ciljeve jer nijedan neće uspjeti kvalitetno realizirati“ (Srića, 2009, 17).

Upornost – upornost je izrazito bitna vrlina kako u životu, tako i u poduzetništvu. Ukoliko osoba padne i stotinu puta, mora imati snage da ustane i da krene dalje. U poduzetništvu su neuspjesi sastavni dio poslovanja, tako da je osobito važno znati se nositi s neuspjesima i uporno nastavljati dalje. Mate Rimac u svojoj garaži čuva dva stara automobila, dva zelena BMW-a u kojima je započeo svoja prva eksperimentiranja s električnim automobilima. Prema njegovim riječima iz brojnih intervjua, oni s jedne strane predstavljaju neuspjeh s početka pokretanja posla, no služe i kao podsjetnik da tvrtka svaki dan napreduje, a ujedno poručuju i da je neuspjeh dio posla.

Vizionarstvo – poduzetnik je ujedno i vizionar koji može vidjeti dalje od drugih ljudi, ima veći horizont. U stanju je brže nego ostali uočiti povoljnu priliku i šansu za poslovni uspjeh te je i

iskoristiti. Ima sposobnost predvidjeti i procijeniti buduće događaje kako bi na pravi način mogao donijeti poslovne odluke važne za budućnost pothvata koji vodi. Osobe koje razmišljaju o tome da postanu poduzetnici ne bi se smjele bojati i zakopavati svoje talente. Ukoliko osoba sanja velike stvari, velike stvari će i postići u životu.

Jedan od najvećih vizionara i poduzetnika u suvremenoj povijesti zasigurno je Steve Jobs, suosnivač i glavni i izvršni direktor Applea. On je svoju viziju uspješnog poduzetnika i inovatora vidio prema drugačijim načelima no što je vide „obični“ ljudi i smatrao je da su upravo ta načela zaslužna za njegov uspjeh. Njegov stav temeljio se na ideji da bi svi oni koji žele biti uspješni u svome poslu, u kreiranju novih inovacija i u uspješnom vođenju svojih poslovnih pothvata trebali razmisliti kako ih integrirati u svoj život i u svoju viziju poslovanja (Gallo, 2011):

- ***Radite ono što volite*** – slijedite svoje srce i to je ključ svega.
- ***Ostavite trag u svemiru*** – oko sebe okupljajte osobe koje također imaju viziju koju mogu dijeliti s vama i koje razmišljaju na sličan način. Strast je pogonsko gorivo Appleove rakete, a Jobsova vizija je odredište.
- ***Pokrenite svoj mozak*** – nema inovacija bez kreativnosti, a kreativnost je stvaranje poveznica i iskustava koje proširuju naše spoznaje.
- ***Prodajte snove, a ne proizvode*** – ljudi koji kupuju proizvode nisu „potrošači“, već ljudi s nadama i ambicijama. Stvarajte proizvode koji će im pomoći ostvariti njihove snove.
- ***Recite „ne“ tisućama stvari*** – jednostavnost je vrhunska sofisticiranost. Inovacija podrazumijeva uklanjanje onog što nije nužno kako bi se istaknulo ono što jest.
- ***Stvarajte nevjerojatno dobra iskustva*** – kupci žele nova iskustva kako bi ostvarili duboku i trajnu vezu s vašom tvrtkom. Neka svaka kupovina bude jedinstveno iskustvo.
- ***Ovladajte porukom*** - možete imati najinovativniju ideju na svijetu, ali ako ne uspijete u ljudima pobuditi uzbuđenje, ni vaša najbolja inovacija neće imati smisla.

Kakve god bile poželjne osobine uspješnog poduzetnika, na izrazito dobar način opisao ih je Konfucije u jednoj od svojih brojnih izreka mudrosti: „Uljudnost, velikodušnost, pouzdanost, upornost i ljubaznost. Ako si uljudan, poštovat će te. Ako si velikodušan, pridobit ćeš ljude. Ako si pouzdan, ljudi će se osloniti na tebe. Ako si ustrajan, ostvarit ćeš uspjeh. Ako

si ljubazan, ljudi će te prihvatiti.“¹³ One zasigurno sažeto i jasno opisuju što je potrebno za uspjeh u životu a u skladu s time i uspjeh u poduzetništvu.

¹³ <https://citati.hr/autori-citata/konfucije> (14. 2. 2019.)

3. RAZVOJ PODUZETNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hrvatska država nastala je raspadom bivše Jugoslavije, a svoju samostalnost uspjela je izboriti tek nakon petogodišnjeg rata, koji je u gospodarskom smislu značajno unazadio zemlju. U jeku rata i najžešćih borbi, paralelno se odvijao proces pretvorbe društvenih poduzeća u privatna kako bi se omogućio prijelaz na tržišno gospodarstvo, što je bio i jedan od ciljeva borbe za samostalnost. Privatizacijski procesi su se odvijali na različite načine, u skladu s aktualnim povijesnim trenutkom. Značajan broj do tada uspješnih gospodarskih subjekata, nakon što su njihove upravljačke pozicije preuzele nedovoljno stručne osobe, veoma brzo je prestao postojati i nestao s gospodarske scene. Drugi dio perspektivnih i najčešće visoko profitabilnih subjekata, ukoliko su ih vodili upravljači koji su imali dovoljno znanja i iskustva, uspješno je nastavio postojati, a velik broj takvih subjekata postoji i danas.

U isto vrijeme odvijao se i proces stvaranja nekih novih gospodarskih subjekata, što je, kasnije će se pokazati, možda i najzdraviji dio suvremenog hrvatskog gospodarstva. Prvih nekoliko godina suvremene hrvatske povijesti domaće gospodarstvo i poduzetnici zasigurno su nailazili na izrazito teške trenutke, osobito ako se prisjetimo činjenice kako većina tih poduzetnika nije posjedovala ikakva znanja i iskustva u poslovanju u slobodnom tržišnom gospodarstvu.

„Tržišno je gospodarstvo ono gospodarstvo u kojemu pojedinci i privatna poduzeća donose glavne odluke o proizvodnji i potrošnji. Sustavi cijena, tržišta, dobitka i gubitka, poticaja i nagrada određuju *što, kako i za koga*. Poduzeća proizvode dobra koja donose najveće dobitke (*što*) pomoću najjeftinijih tehnika proizvodnje (*kako*). Potrošnja je određena odlukama pojedinaca o tome kako potrošiti nadnice i vlasničke dohotke stečene radom i vlasništvo nad imovinom (*za koga*)“ (Samuelson, Nordhaus, 2011: 8).

Tadašnja situacija u Hrvatskoj bila je daleko od slobodnog tržišnog gospodarstva, s obzirom na to je nasljeđe socijalističkog načina upravljanja i ponašanja gospodarstvenika bilo duboko ukorijenjeno u mentalitet, obrasce ponašanja i razmišljanja svih sudionika gospodarskih procesa. Poduzetništvo kao takvo bilo je još u povojima, svodeći se na pojedince koji su imali barem neka inozemna iskustva rada u tržišnom gospodarstvu uređenih gospodarski razvijenih zemalja. Glavni nositelj gospodarskih aktivnosti postaje birokratsko menadžerska klasa koja u vrlo kratkome roku odbacuje postulate socijalizma i preuzima postulate tržišnoga gospodarstva. „U toj predstavi dolazi jednostavno do transformacije nomenklature u novu kapitalističku klasu.“ (Sekulić, Šporer, 2000: 4). U nedostatku razvijenih demokratskih, ekonomskih i

regulativnih institucija u sprezi sa širokim diskrecijskim ovlastima javnih službenika, često je dolazilo do korupcije, lobiranja i različitih oblika neformalnih aktivnosti (Ott, 2002).

Neki su shvatili aktualni politički trenutak te su odlučili učiniti skok u političkoj lojalnosti, što nije i jedini i isključivi izvor formiranja nove klase. Pitanje njene socijalne baze ipak ostaje nešto širi (povratnici, stručnjaci, bivši privatnici), no važan kriterij ipak je bila politička lojalnost i sprega s novim državnim aparatom ili pak direktna uloga u njemu (Sekulić, Šporer, 2000).

O pravim začetcima slobodnoga tržišta i poduzetništva može se govoriti tek krajem 90-ih i početkom novoga milenija. Upravo tada se počinju pojavljivati novi ljudi koji svoju stručnu naobrazbu dobivaju prema spoznajama tržišnog gospodarstva, a nisu imali priliku radni vijek provoditi u socijalističkom društvenom uređenju prije 1990. godine. Tek ove generacije ljudi dolaze do izražaja i danas jer su obrazovanje i prva radna iskustva stjecali prema postulatima slobodnog tržišta, demokracije i sa stvarnim odmakom te neopterećeni socijalizmom.

3.1. Populacijska kretanja Republike Hrvatske kao pretpostavka razvoju i unaprjeđenju poduzetništva

Jedna od temeljnih pretpostavki za razvoj uspješnog poduzetništva je intelektualni kapacitet stanovništva koje živi u toj zemlji. Društvo može biti mnogobrojno s niskim poduzetničkim potencijalom, što će stvoriti pogodno tlo za poduzetnike iz drugih zemalja koji će dotičnu zemlju koristiti kao izvor jeftine radne snage. Odnosno, ako je zemlja bogata resursima, kao područje za jeftinu eksploataciju tih resursa. U prilog toj tezi, kao primjer možemo navesti određeni broj afričkih zemalja s bogatim resursima, ali veoma siromašnim gospodarstvima.

S druge strane, društva mogu biti malobrojna, a poduzetnički veoma aktivna (primjerice, takva društva imaju Belgija, Izrael, Singapur, Katar i sl.), čime ih se nužno mora orijentirati na propulzivnost i gospodarsku otvorenost kako bi se poduzetnički i gospodarski potencijali razvijali na tuđim teritorijima koristeći tuđa tržišta sa značajnijim brojem potrošača koji će biti u stanju kupovati njihove proizvode. I jedna i druga situacija značajno otežavaju razvoj poduzetničke aktivnosti.

Idealnu situaciju možemo promatrati u zemljama koje posjeduju poduzetnički potencijal svojih stanovnika, a ujedno imaju i veliko domaće tržište s velikim brojem potencijalnih potrošača, što ima omogućava etabliranje i stvaranje gospodarske snage prije nego imaju

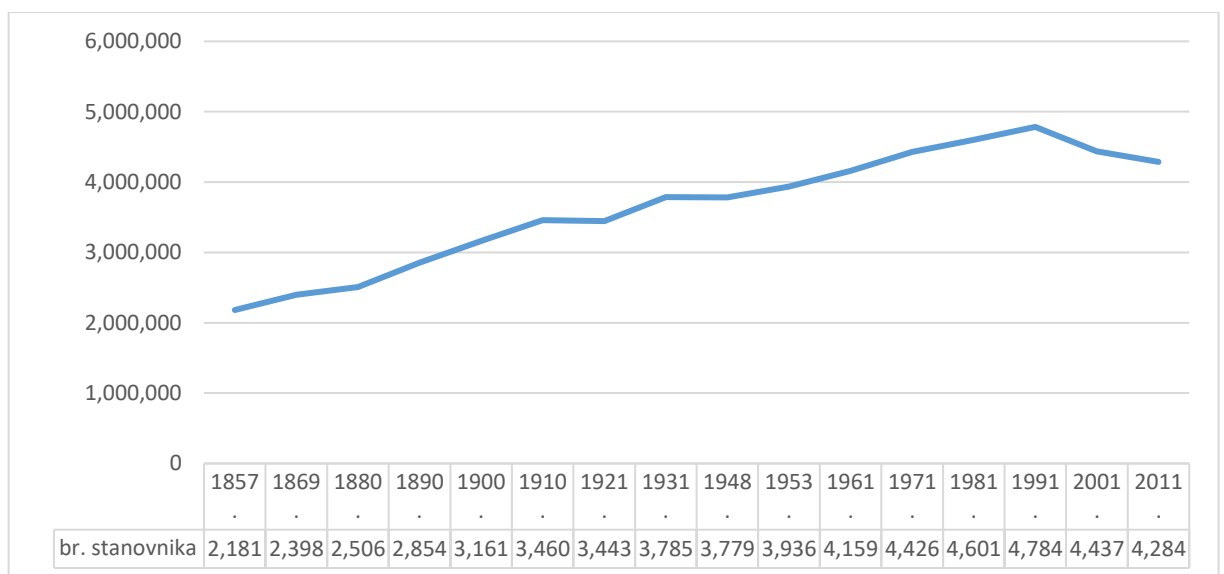
potrebu izaći na inozemna tržišta i u nemilosrdnu utakmicu međunarodnog tržišta. Najbolji primjer ovakve zemlje nameću se Sjedinjene Američke Države ili Velika Britanija u kojima poduzetništvo ima izrazito dugu povijest razvoja i možemo reći da se razvilo u pravome smislu te riječi. Poduzetničko poslovanje i stvaranje novih poduzetničkih pothvata znatno je olakšano u takvim zemljama i osigurava im nemalnu početnu prednost.

Republika Hrvatska ubraja se u relativno male zemlje čiji broj stanovnika nikada nije prelazio 5 milijuna. U razdoblju života u bivšoj Jugoslaviji, tržište je bilo veličine od oko 23 milijuna stanovnika. U tom razdoblju, takvo tržište od 23 milijuna ljudi zasigurno bi pružalo značajnije mogućnosti poduzetnicima u razvijanju njihovih poslovanja i lakšeg razvoja na domaćem tržištu, prije izlaska na inozemno.

Nacionalno blagostanje se ne nasljeđuje, već se stvara strateškim izborom (Porter, 1990). Osamostaljenje Republike Hrvatske, svakako je bio strateški izbor tadašnjih punoljetnih građana. Nakon osamostaljenja 1991. godine, Republika Hrvatska samostalno je imala nešto više od 4,7 milijuna stanovnika. Od tada do danas taj broj je u konstantnom padu, što zbog ratnih stradanja, što zbog iseljavanja; u prvoj fazi depopulacija stanovništva Republike Hrvatske trajala je tijekom Domovinskog rata i nakon njega, a u drugoj fazi uzrokom depopulacije možemo nazvati ulazak Republike Hrvatske u Europsku uniju koji je doveo do otvaranja tržišta rada i učestalijih emigracija stanovništva.

Takav mali broj stanovnika s malim domaćim tržištem otegotna je okolnost svakome poduzetniku, posebice na početku, prilikom razvijanja poduzetničkog pothvata.

Slika 2: Kretanje broja stanovnika Republike Hrvatske od 1857. do 2011.

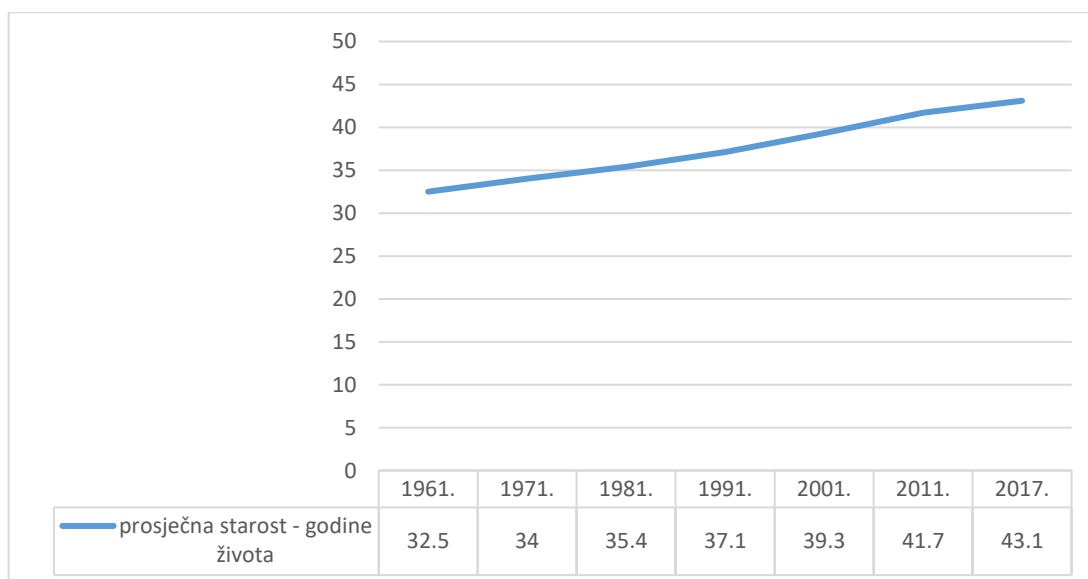


Izvor: dzs.hr (3. 4. 2019.)

Na slici 2 prikazano je kretanje broja stanovnika Republike Hrvatske od kada postoje službeni popisi stanovništva pa sve do zadnjeg službenog popisa koji je bio 2011. godine. Iz navedenog podatka vidljiv je trend stalnog porasta broja stanovnika, sve do svršetka Domovinskog rata, od kada je taj broj u konstantnom padu. Prema nekim procjenama taj broj i dalje pada, tako da se procjenjuje da je trenutno u Republici Hrvatskoj nešto manje od 4 milijuna stanovnika. Trend kretanja broja stanovnika nikako ne ide u prilog gospodarskom razvoju i poticanju razvoja poduzetništva.

Uz to što se značajno smanjuje broj stanovnika, značajno se povećala i prosječna životna dob stanovnika. „S gledišta dobrobiti pojedinca starenje, tj. produljenje ljudskog vijeka, pobjeda je čovječanstva. No demografsko starenje nedvojbeno je nepovoljan proces koji djeluje na ukupno kretanje stanovništva, općedruštvene prilike i gospodarski razvoj“ (Nejašmić, Toskić, 2013: 100). Navedeno nikako ne ide u prilog nastojanjima da se ubrza gospodarski rast i zapošljavanje, ukoliko se radna sposobnost stanovništva značajno smanjuje i sve je više osoba koje trebaju uzdržavanje, a sve je manje radno sposobnih osoba koje trebaju razvijati gospodarstvo da bi uzdržavali osobe starije životne dobi.

Slika 3: Prosječna starost stanovništva Republike Hrvatske



Izvor: dzs.hr (3. 4. 2019.)

Prema podacima vidljivo je da se uz apsolutno smanjenje broja stanovnika, prosječna životna dob stanovnika povećala za više od 10 godina. Stanovništvo je sve starije, a osobe mlađe životne dobi, uz to što se sve manje rađaju, u značajnom broju napuštaju državu te

emigriraju uglavnom u zapadne zemlje. Ovaj trend nužno zahtijeva promjene i nikako neće moći biti održiv ni u srednjoročnom razdoblju, a osobito to neće biti moguće u dugoročnom razdoblju. Sastav stanovništva prema dobi pokazatelj je koji na značajan način može odražavati gospodarski potencijal određene zemlje i u značajnoj mjeri može biti prediktor budućeg gospodarskog smjera kretanja. „Iz njega se vidi prošlost, čita sadašnjost i nazire budućnost kretanja stanovništva” (Friganović, 1990: 111). Gospodarski napredak će u potpunosti biti onemogućen smanjenjem ljudskog potencijala. „U društvu u kojem je postotak starih ljudi pretjerano velik, očigledno je teško uspostaviti zadovoljavajući i uravnotežen socijalni život. Štoviše, može se smatrati da starenje ima reperkusije na mentalitet, na nivo optimizma i duh poduzetništva stanovništva” (Mendras, 1986: 205-206).

Ukoliko će se dobna struktura stanovništva, a samim time i zaposlenih, nastaviti pogoršavati, u pitanje nužno dolazi i dinamičniji gospodarski razvoj zemlje. Posljedično, takvo stanje utječe na strukturu javne i osobne potrošnje na način da na neke oblike potrošnje ima slab učinak, kao primjerice na tehnološki superiornije proizvode više dodane vrijednosti. Međutim, na neke druge djeluje vrlo značajno. To su prvenstveno zdravstvene usluge, lijekovi i sl., što se može iskoristiti i kao dobra poduzetnička prilika. (Chesnais, 2000)

Brojčano smanjenje stanovništva i starenje radnoga kontingenta implicira i smanjenje obujma radne snage. Posljedice se već mogu osjetiti i danas, obzirom na to da je prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje trenutno prijavljeno više od 13 000 slobodnih radnih mjesta.¹⁴ Dobna struktura zaposlenih ubrzano se mijenja i značajno se smanjuje udio mlađeg dijela radnoga kontingenta, u što se ubrajaju osobe od 15 do 44 godine. Drugim riječima, zaposleni radnici su u prosjeku sve stariji. Navedeno će sve više otežavati gospodarski napredak jer je starija radna snaga teže prilagodljiva tehničkom napretku, ima nižu proizvodnost rada te nije dovoljno poduzetna (Nejašmić, Toskić, 2013).

Nepovoljan omjer radno sposobnog stanovništva i stanovništva kojemu je potrebno održavanje značajan utjecaj ima i na održanje stabilnosti mirovinskog sustava. Odnos broja radnika na broj umirovljenika već je premašio samodostatnost pa se već sada iz državnog proračuna i iz prihoda ostalih poreza isplaćuje preko milijardu kuna godišnje za isplatu tekućih mirovina. Takvi uvjeti zasigurno stvaraju dodatne zapreke u potencijalu stvaranja novih gospodarskih subjekata i obeshrabruju potencijalne poduzetnike od ulaska u svijet poduzetništva.

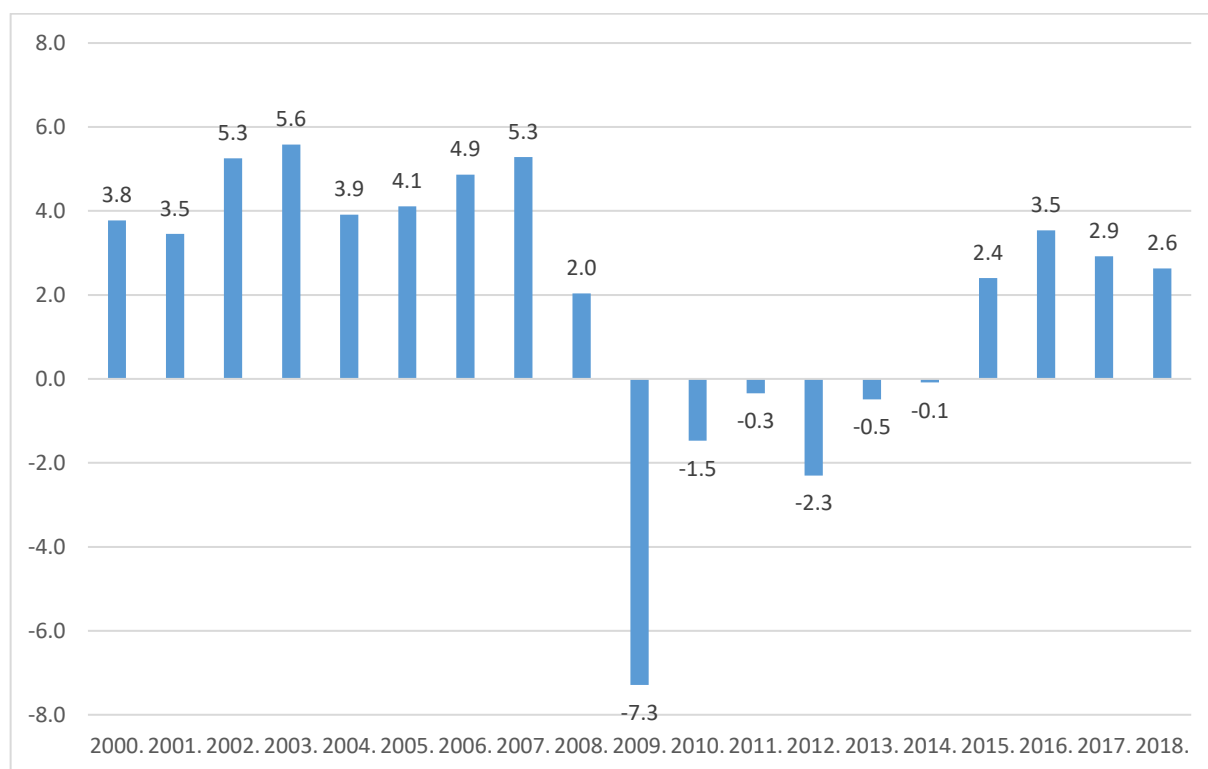
¹⁴<https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=4> (4.9.2019.)

3.2. Gospodarske promjene u posttranzicijskim uvjetima

Gospodarska snaga određene nacionalne ekonomije najjednostavnije se može iskazati visinom bruto nacionalnog proizvoda. Bruto nacionalni proizvod (BDP) novčani je izraz svih finalnih proizvoda i usluga proizvedenih u jednoj nacionalnoj ekonomiji tijekom određenog razdoblja. Bruto domaći proizvod može se iskazati i kao ukupan zbroj novostvorene vrijednosti određenog gospodarstva tijekom promatranog razdoblja te kao ukupan zbroj svih dohodaka ostvarenih tijekom promatranog razdoblja (Blanchard, Amighini, Giavazzi, 2010). Kao dodatni pokazatelj stupnja razvijenosti pojedine države, odnosno blagostanja njezinih stanovnika, bruto nacionalni proizvod iskazuje se u odnosu na broj stanovnika, odnosno BDP po stanovniku.

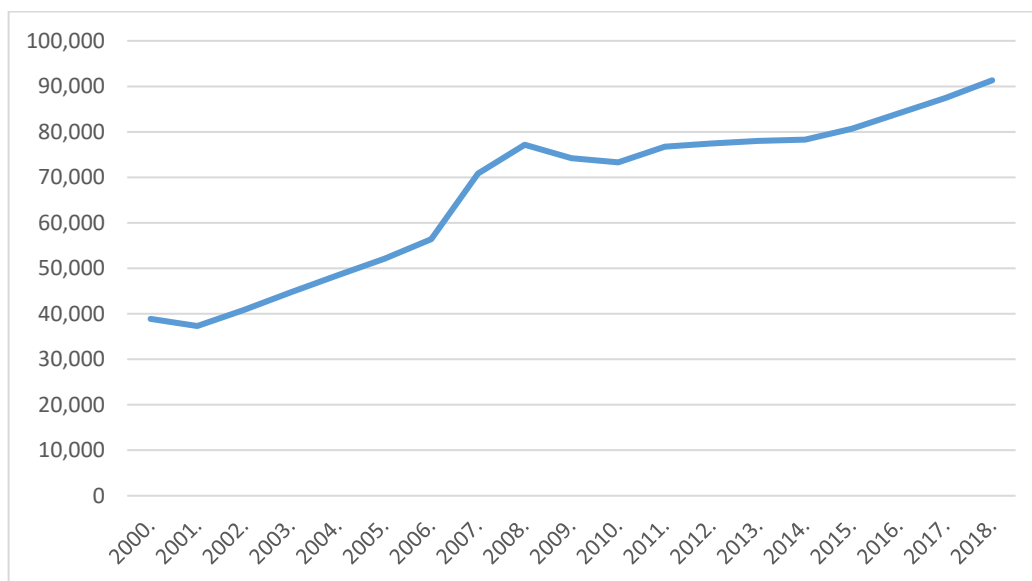
Visina bruto nacionalnog proizvoda pokazatelj je i konjunktornih ciklusa gospodarstva te indicira razdoblja gospodarskog rasta, odnosno razdoblja recesije.

Slika 4: Stope rasta BDP-a u razdoblju od 2000. do 2018. godine



Izvor: dzs.hr (3. 4. 2019.)

Slika 5: BDP po glavi stanovnika u razdoblju od 2000. do 2018.



Izvor: dzs.hr (3. 4. 2019.)

U razdoblju od 2000. godine pa do 2007. godine stope rasta Hrvatskog BDP-a u se kretale od 3,5 % u 2001. pa sve do 5,6 % u 2013. godini. U navedenom razdoblju dolazi do prve značajnije promjene vladajuće strukture i zaokreta u ekonomskoj politici. Počinju se događati značajnije gospodarske reforme od kojih je potrebno izdvojiti sustav mirovinske reforme u kojemu se uvode tri stupa mirovinske štednje, a teret budućih isplata mirovina pokušava se prebaciti na individualizirane štedne račune građana putem tzv. „tri stupa mirovinskog osiguranja.“ Uz navedeno, započinju se značajni državni infrastrukturni projekti, posebice u izgradnji cesta i autocesta. Potiču se i stimuliraju gospodarski projekti i mjere poticanja zapošljavanja, financiranja i dodatnog stimuliranja poduzetništva, turizma, stanogradnje i brodogradnje, što uvelike daje svoj doprinos ovako visokim stopama rasta. Međutim, većina javnih projekata financira se zaduživanjem države, uglavnom inozemnim. Pozitivni trendovi su pokrenuti i gospodarski rast zadržava svoj kontinuitet punih osam godina (Benić, 2012.). U tome trenutku (2008. godine) svijet je zadesila izuzetno snažna ekonomska kriza uzrokovana prvenstveno u poteškoćama u financijskom sektoru, a potaknuta krizom tržišta nekretnina u Sjedinjenim Američkim Državama, ili kako se već sada naziva, „subprime mortgage crisis.“¹⁵ Hrvatsko gospodarstvo kriza je zahvatila potpuno nespremno, a velika većina gospodarstvenika i kreatora ekonomske politike nije mogla ni pojmiti njezine razmjere. U trenutku u kojemu su se počeli osjećati efekti krize, bilo je kasno za bilo kakvo djelovanje, stoga su se posljedice

¹⁵ <https://www.thestreet.com/personal-finance/mortgages/subprime-mortgage-crisis-14704400> (19. 9. 2019.)

osjećale punih 6 godina nakon toga. Većina tranzicijskih zemalja započela je svoj oporavak već 2010. godine, dok je recesija u Hrvatskoj trajala sve do 2015. godine. Razdoblje izlaska iz krize aktualni kreatori ekonomske politike rješavali su povećanim zaduživanjem te je u tom periodu javni dug udvostručen, a posljedice će se sanirati još mnogo godina nakon toga (Butarac, 2017.).

Oporavak gospodarstva i pozitivne stope rasta BDP-a započinju tek u 2015. godini, ali po stopama znatno nižima od onih kakve su bile do izbijanja recesije. Potrebno je napomenuti da je gospodarski rast od 2015. godine na puno zdravijim temeljima, uz istovremeno smanjivanje razine javnog duga i suficit državnog proračuna. Investicije, kako državne, tako i privatne, financiraju se izdašnim kohezijskim fondovima Europske unije te se u slučaju ulaska u novu recesiju zasigurno mogu očekivati nešto blaže posljedice.

Unatoč rastu gospodarstva, u budućnosti je potrebno ubrzati i pokrenuti strukture reforme kako bi se dosegle stope rasta ostalih tranzicijskih zemalja Europske unije, s obzirom na to da je BDP po glavi stanovnika još uvijek značajno niži kada se uspoređuje s navedenim zemljama. Jednako tako, gospodarski rast i rast BDP-a potrebno je ubrzati kako bi se dostigle i ostale visokorazvijene članice Europske unije poput Njemačke, Francuske, Nizozemske, s obzirom da je to postavljeno kao ultimativni cilj prilikom pristupanja Hrvatske Europskoj uniji (Benić, 2012.). Sad već davne 2000. godine Velimir Srića izrekao veoma znakovitu rečenicu koja je aktualna još i danas: „Europa je zec koji brzo trči u informacijsko društvo, a mi smo lovački pas koji čuči, privezan i zatvoren, u svojoj kućici. Želimo li uhvatiti zeca, ne smijemo ga slijediti, jer ga tako nikad nećemo dostići. Valja nam znati kamo zec trči i zatim pokušati tamo stići prije njega.“ (Srića, Spremić, 2000: 219). S vremenskim odmakom od 19 godina, Europa je još uvijek zec koji trči daleko ispred nas, a Hrvatska kao lovački pas tumara, posrće, pa malo odmara, ali nikako da uhvati korak i krene dostići (i prestići) tog zeca.

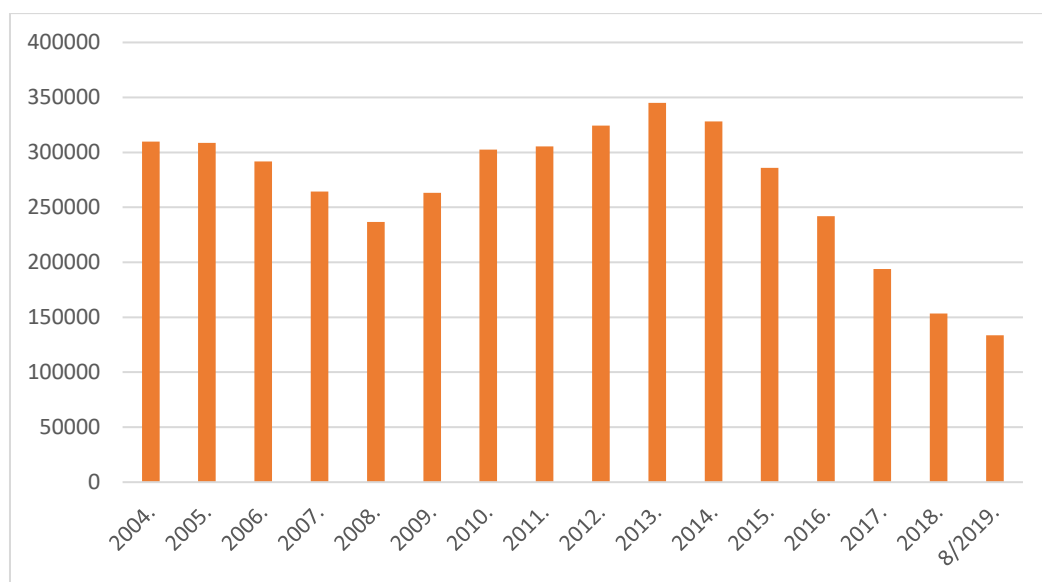
Ulazak u Europsku uniju 2013. godine zasigurno je Republici Hrvatskoj donio značajna poboljšanja u gospodarskom smislu i u smislu poboljšanja životnog standarda građana. Izdašni izvori bespovratnog financiranja koje nude pretpristupni i kohezijski fondovi Europske unije promijenili su sliku gospodarskih subjekata i razinu investicija proširili na sve oblike infrastrukturnih projekata neophodnih za daljnji rast i razvoj društva (Jurčić, 2016). Značajan dio gospodarskog rasta upravo se može pripisati financiranjima iz zajedničkih kohezijskih fondova. Da Republika Hrvatska nije članica Europske Unije, velika većina ovih projekata se nikada ne bi realizirala.

I dalje stoji činjenica da je veći dio zemalja Europske unije koje su joj se pridružile u najvećem valu pridruživanja 2004. godine, za razliku od Republike Hrvatske, znatno povoljnije iskoristio svoj ulazak i bržim stopama osnažio svoja gospodarstva.

Unatoč tomu, blagodati pridruživanja itekako se osjete na svim razinama gospodarstva. Jedna od tih blagodati je mjera Europske unije kojom se državama članicama uvjetuje pristupanje Eurozoni uvođenjem eura i ukidanjem vlastitih nacionalnih valuta. Republika Hrvatska je početkom 2019. godine podnijela formalni zahtjev za pristupanjem Eurozoni tako da se realni početak uvođenja eura očekuje za 3 - 5 godina. Od Republike Hrvatske očekuje se ispunjavanje niza kriterija i ubrzavanje reformi koje će također doprinijeti ubrzanju gospodarskog rasta.

Izlaskom iz šestogodišnje recesije, gospodarska slika Republike Hrvatske se popravlja. Gospodarski pokazatelji upućuju na činjenicu da gospodarstvo raste već 4 godine za redom. Stopa nezaposlenosti u neprekidnom je padu uz istovremeno slabiji, ali ipak značajan rast zaposlenosti (slika 6).

Slika 6: Kretanje broja nezaposlenih u Republici Hrvatskoj od 2004. do 2019. godine.

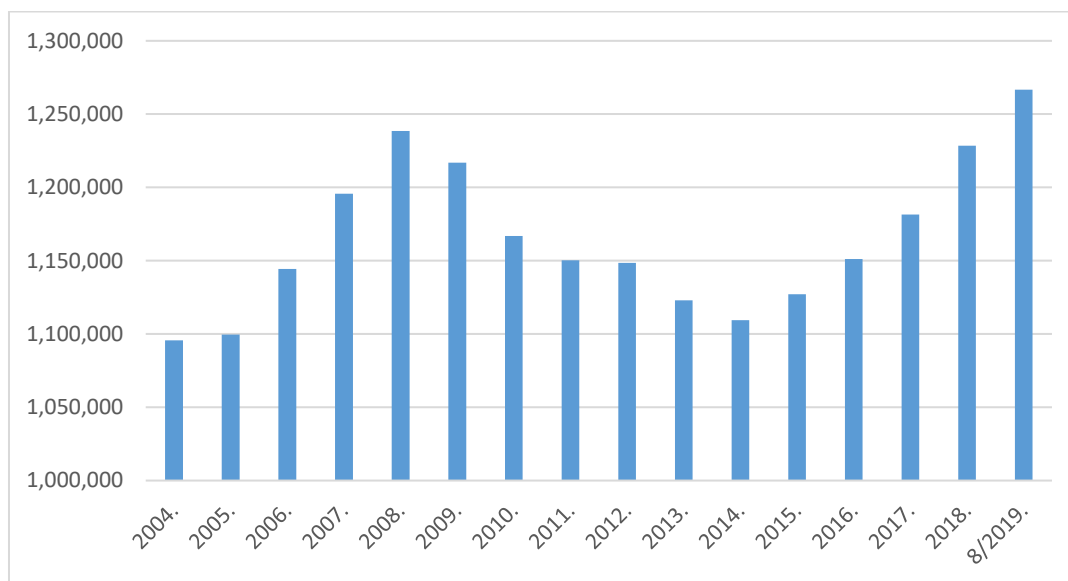


Izvor: <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> (4. 9. 2019.)

Stopa anketne nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj na kraju 1. kvartala 2019. godine, iznosila je 7,6 %. Prema Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, trenutno je otvoreno više od 13 000 slobodnih radnih mjesta¹⁶.

¹⁶ <http://www.hzz.hr/statistika/> (4. 9. 2019.)

Slika 7: Kretanje broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj od 2004. do 2019. godine



Izvor: <https://www.dzs.hr> (4. 9. 2019.)

Uzroci snažnog pada nezaposlenosti svakako se moraju tražiti i u velikom odljevu radne snage koji je nastupio ulaskom Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine. Tržište radne snage se otvara prema većem dijelu Europskog prostora pa radnici mogu slobodno tražiti posao bez ikakvih zapreka u većini starih članica Europske unije. Posljedično to dovodi do velikog broja iseljenih radnika pretežno mlađe životne dobi, uglavnom u zemlje koje imaju snažan rast i potrebu za obrazovanom radnom snagom. Prvenstveno su u pitanju Njemačka i Irska, ali i sve ostale zemlje Europske unije (Nestić i sur., 2013).

Ovi procesi djeluju na hrvatsko gospodarstvo u dva smjera: pozitivno i negativno. U pozitivnom u smislu, riječ je o smanjenju broja nezaposlenih i spuštanju stopa nezaposlenosti na razine koje Hrvatska nije imala nikada u svojoj povijesti. Smanjenje ponude radne snage dovelo je do povećanja plaća i nadnica koje su poslodavci morali početi nuditi onim radnicima koji su preostali pod pritiskom činjenice da i oni imaju mogućnost napuštanja radnog mjesta i odlaska u inozemstvo. Značajno su se povećali transferi novčanih doznaka iz inozemstva za koje su odgovorni radnici koji su se odselili, što je osnažilo rast BDP-a prvenstveno kroz udio osobne potrošnje kućanstava.

S druge strane, otvaranjem tržišta rada i odljevom radne snage u inozemstvo Republika Hrvatska počela je gubiti najznačajniji dio svoga stanovništva, što pridonosi smanjenju ionako preniske stope nataliteta. Odljevom stručne radne snage smanjuju se razvojni potencijali države što posljedično dovodi do dodatne stagnacije i još sporijeg razvoja temeljenog na domaćim potencijalima. Na svu sreću, trend iseljavanja se usporio, a na

predstavnicima državne i političke vlasti je obaveza da poduzmu mjere koje će te trendove i preokrenuti, što imigracijom novih stanovnika iz slabije razvijenih područja svijeta (prvenstveno radnika iz nerazvijenih područja Afrike i Azije), što povratkom privremeno iseljenih stanovnika (Nestić i sur., 2013).

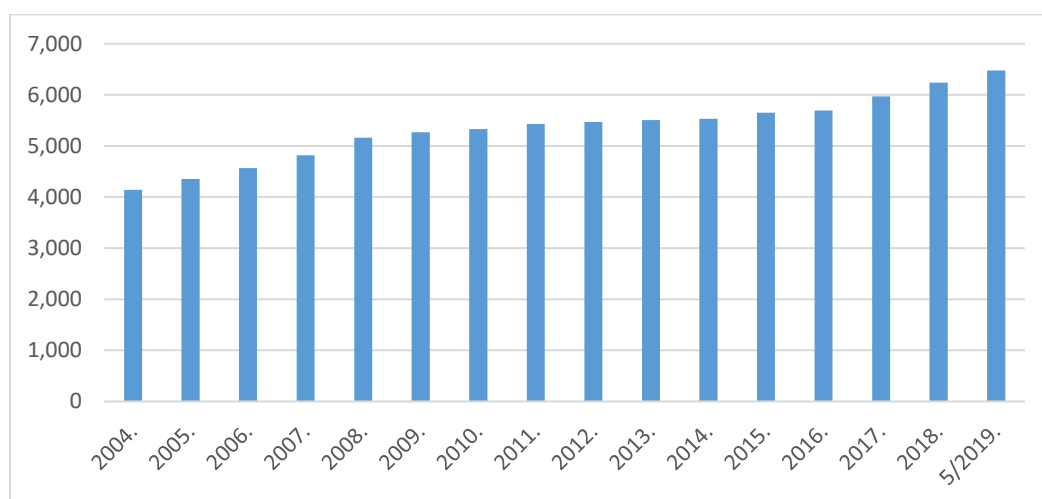
Što se tiče rasta visine prosječnih plaća u Republici Hrvatskoj, trendovi se također mogu okarakterizirati kao povoljni. U razdoblju od 2015. do 2019. godine prosječni rast plaća se povećavao po stopi višoj od 4 %.

Kad je riječ o pravnim osobama, prosječna mjesečna isplaćena neto plaća po zaposlenoj osobi u Republici Hrvatskoj u 2018. godini iznosila je 6.242,00 kuna (Slika 8), dok je prosjek Europske unije u istome razdoblju iznosio 1.540,25 EUR¹⁷ (oko 11.550,00 HRK).

Za pravne osobe u Republici Hrvatskoj prosječna je mjesečna bruto plaća po zaposlenoj osobi tijekom 2018. godine iznosila 8.448,00 kuna.

Analizom prosječne mjesečne neto plaće zaposlenih kod najvećih poduzetnika s deset i više zaposlenih, pokazalo se da je među njima 18 poduzetnika u privatnom vlasništvu, a promatrano prema veličini, 15 ih je srednjih i pet velikih poduzetnika. Tu se u prvom redu spominju Adris grupa d. d., Agrokor d. d., Roche d. o. o., Huawei Technologies d. o. o. te Hrvatska kontrola zračne plovidbe d. o. o¹⁸.

Slika 8: Prosječna mjesečna isplaćena neto plaća po zaposlenom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2004. do 2019. godine



Izvor: <https://www.dzs.hr> (4. 9. 2019.)

¹⁷ <https://ec.europa.eu/eurostat> (6. 9. 2019.)

¹⁸ <https://www.fina.hr/-/prosjecna-placa-zaposlenih-kod-poduzetnika-5-584-kune-a-u-tri-podrucja-djelatnosti-veca-od-7-700-kuna> (4. 9. 2019.)

Porast razina plaća uvjetovan je povoljnim gospodarskim kretanjima i rastom gospodarstva, međutim, uzroci se mogu tražiti i u već spomenutom smanjenju ponude radne snage uzrokovane povećanim iseljavanjem stanovništva.

U usporedbi s ostalim zemljama Europske unije, trendovi se poboljšavaju, ali su još uvijek ispod prosjeka. Republika Hrvatska se po visini prosječne neto plaće nalazi se na 21. mjestu među 28 zemalja članica Europske unije. Razlike su izrazito visoke pa se tako najviše prosječne neto plaće isplaćuju u Danskoj – 3.270,00 EUR, Luksemburgu – 3.150,00 EUR, Švedskoj – 2.570,00 EUR, Finskoj 2.509,00 EUR, a najniže u Bugarskoj – 457,00 EUR i Rumunjskoj 565,00 EUR.

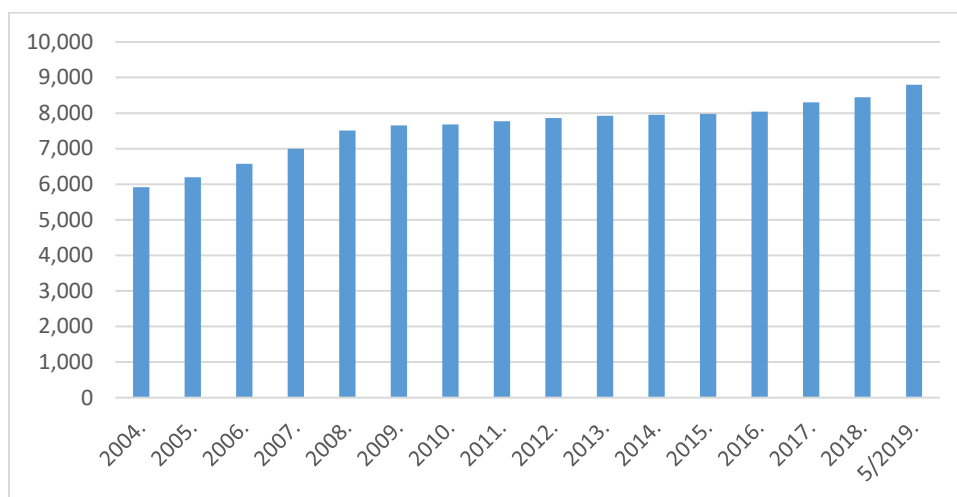
Tablica 1: Prosječna visina neto plaća u svim zemljama Europske unije u 2018. godini

Zemlja	Prosječna neto plaća na kraju 2018. godine u EUR
Bugarska	457
Rumunjska	565
Mađarska	635
Litva	639
Latvija	738
Slovačka	748
Poljska	752
Hrvatska	802
Češka	873
Grčka	917
Portugal	925
Estonija	957
Malta	1.021
Slovenija	1.062
Cipar	1.658
Španjolska	1.749
Italija	1.758
Belgija	1.920
Ujedinjeno Kraljevstvo	1.990
Nizozemska	2.155
Francuska	2.225
Njemačka	2.270
Austrija	2.324
Irska	2.479
Finska	2.509
Švedska	2.570
Luksemburg	3.159
Danska	3.270

Izvor: <https://ec.europa.eu/eurostat> (6. 9. 2019.)

Značajan je podatak o razlici između isplaćenih neto plaća i bruto plaća radnika koje predstavljaju trošak poslodavca. Razlika između neto i bruto plaća među zemljama članicama najmanja je na Cipru i iznosi 6,8 %. Najveća razlika vidljiva je u Belgiji (43,55 %) i Njemačkoj (38,7 %). Hrvatska se nalazi na 13. mjestu, a razlika između neto i bruto plaća prosječno iznosi 25,81 %.¹⁹

Slika 9: Prosječna mjesečna isplaćena bruto plaća po zaposlenom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2004. do 2019. godine



Izvor: <https://www.dzs.hr> (4. 9. 2019.)

S porastom plaća raste i produktivnost rada, a prema teoriji, trebali bi rasti jednakom brzinom. Produktivnost rada predstavlja „omjer između količine proizvedenih dobara ili usluga i radnog vremena utrošenog za njihovu proizvodnju, odnosno količine radne snage koja je uz normalno naprezanje sudjelovala u toj proizvodnji. Porast produktivnosti rada promjena je u procesu proizvodnje kojom se skraćuje radno vrijeme potrebno za proizvodnju neke robe ili kojom se za isto radno vrijeme i uz isti utrošak radne snage proizvodi veća količina dobara“ (Sunajko, 2011: 754). U Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2000. do 2016. godine produktivnost je rasla tri puta brže od prosječne razine plaće. To nije isključivi slučaj samo za Hrvatsku, već je takav omjer bržeg rasta produktivnosti u odnosu na plaće zabilježen i u Njemačkoj i Irskoj, a dvostruko veći je zabilježen u Poljskoj, Belgiji i Austriji. U EU28 produktivnost rada 2016. bila je 10,5 % realno veća nego 2000., dok su plaće veće samo za 2,45 %.²⁰

¹⁹ <https://ec.europa.eu/eurostat> (6. 9. 2019.)

²⁰ <http://www.poslovni.hr/hrvatska/rast-placa-u-hrvatskoj-tri-puta-sporiji-od-rasta-produktivnosti-nepravedno-i-stetno-340033> (5. 9. 2019.)

Takav porast za Republiku Hrvatsku se može promatrati dvojako. Naime, produktivnost rada bila je na izrazito niskim razinama, organizacija proizvodnje i tehnološka opremljenost proizvodnih pogona bile su izrazito loše. Boljim upravljanjem i organizacijom posla koje bi omogućio menadžment te nabavkom nove tehnologije i osuvremenjivanjem poslovanja produktivnost je rasla, što značajno pridonosi stvaranju više dodane vrijednosti, a posljedično dovodi i do povećanja blagostanja čitavog društva. S druge strane, rast produktivnosti veći od razine plaća uvjetovan je pritiscima potražnje na tržištu radne snage, uvjetovanog velikim brojem nezaposlenih koji pristaju raditi za plaće niže od onih kakve bi to realno trebale biti.

Takav trend nastavlja se i u razdoblju od 2017. do 2019. godine, nešto smanjenim tempom, ali još uvijek signifikantnim.

Ukoliko promatramo broj poduzetnika i zaposlenih kod poduzetnika, stanje je sljedeće:

Tablica 2: Ukupan broj zaposlenih po županijama te struktura zaposlenih kod poduzetnika

Naziv županije	Ukupan broj zaposlenih	Broj poduz.	Broj zaposlenih kod poduzetnika				
			Ukupno	Veliki	Srednji	Mali	Mikro
Bjelovarsko-bilogorska	19.548	1.819	13.710	960	3.561	4.552	4.637
Brodsko-posavska	23.943	1.917	17.131	2.670	3.405	5.800	5.256
Dubrovačko-neretvanska	28.562	3.960	20.774	2.462	3.961	6.512	7.839
Grad Zagreb	536.619	40.120	331.978	129.771	61.783	68.240	72.184
Istarska	62.471	10.222	50.667	13.568	8.182	11.922	16.995
Karlovačka	22.840	2.093	16.886	4.050	2.255	5.789	4.792
Koprivničko-križevačka	22.148	1.731	16.910	6.131	2.412	4.078	4.289
Krapinsko-zagorska	26.067	2.033	20.203	2.566	6.339	6.393	4.905
Ličko-senjska	8.445	817	4.458	0	5.362	4.282	3.507
Međimurska	32.761	3.114	27.999	3.731	8.156	8.415	7.697
Osječko-baranjska	56.324	5.103	39.184	6.670	7.704	12.923	11.887
Požeško-slavonska	12.830	844	8.748	1.499	2.388	2.684	2.177
Primorsko-goranska	79.505	10.189	61.588	14.093	11.067	15.543	20.885
Sisačko-moslavačka	25.800	1.995	17.015	4.583	2.995	4.694	4.743
Splitsko-dalmatinska	100.991	13.211	76.885	14.041	12.130	23.465	27.249
Šibensko-kninska	19.314	2.298	12.316	1.148	2.697	4.099	4.372
Varaždinska	51.248	3.670	42.138	11.506	10.364	10.843	9.425
Virovitičko-podravska	12.316	1.064	8.486	626	2.193	2.853	2.814
Vukovarsko-srijemska	26.005	1.887	17.712	2.903	4.345	5.510	4.954
Zadarska	32.789	4.273	23.534	2.895	5.594	6.687	8.358
Zagrebačka	66.150	7.721	54.562	10.679	11.384	16.731	15.768
	1.266.676	120.081	882.884	236.552	178.277	232.015	244.733

Izvor: www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/u-2017-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-vise-od-1-26-milijuna-zaposlenih (26. 3. 2019.)

Temeljem prikazanih podataka vidljiv je omjer osoba zaposlenih kod poduzetnika ili ono što možemo nazvati „realnim sektorom“, od kojega se očekuje da stvara svu novostvorenu vrijednost i stvara ukupni dohodak dostatan za financiranje cjelokupne javne potrošnje u odnosu na broj osoba koje su zaposlene u tzv. „javnom sektoru“. Kada se uspoređuje s prosjekom Europske unije koji u 2008. godini iznosi 20 % , udio zaposlenih od 17,15 % ne čini se toliko izrazito visokim i Hrvatska se nalazi u skupini zemalja s najmanjim udjelom zaposlenih u javnome sektoru (Bejaković i sur., 2010). Međutim, generalni problem se javlja kada se promotre zaposleni u „javnim poduzećima“, odnosno poduzećima u državnom vlasništvu koja se ne klasificiraju kao „javni sektor“, a pod izravnim su utjecajem države i u velikom broju slučajeva uživaju status monopola te ne posluju na slobodnom tržištu, primjerice, HEP, Hrvatske željeznice, Croatia Airlines, itd. (Bajo i sur., 2017). Prema podatcima za 2008. godinu prosjek unutar Europske unije iznosi 7,13 % dok je u Republici Hrvatskoj taj broj puno veći i čini 13,8 % od ukupnog broja zaposlenih (Bejaković i sur., 2010).

Prema izvještaju MMF-a iz veljače 2019. godine, Republika Hrvatska za masu plaća u javnome sektoru izdvaja 11,3 % BDP-a²¹, najviše od svih zemalja u regiji, a svaka deveta kuna koju generira hrvatsko gospodarstvo završi kao plaća u javnome sektoru.

Ovakav nepovoljan odnos rezultat je višegodišnjeg bujanja administracije i zapošljavanja prevelikog broja ljudi u državnoj administraciji i javnim poduzećima. Izrazito velik broj jedinica lokalne i regionalne samouprave doveo je do velikog broja zaposlenika ovisnih o prihodima državnog proračuna i proračuna jedinice lokalne samouprave. U Republici Hrvatskoj ustrojeno je ukupno 555 jedinica lokalne samouprave, i to 428 općina i 127 gradova te 20 jedinica područne (regionalne) samouprave, odnosno županija. Grad Zagreb, kao glavni grad Republike Hrvatske, ima poseban status grada i županije, tako da je u Republici Hrvatskoj sveukupno 576 jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave²². Navedeni ustroj, značajno različit od onoga do 1990. godine kada je SR Hrvatska bilo podijeljena na 104 općine i 9 kotara (Žuljić, 2001), zahtijevao je i enormno povećanje administracije, a samim time smanjio je efikasnost upravljanja. Nijedna vlast u posljednjih 25 godina nije imala političke snage i volje upustiti se u racionalizaciju troškova javnog sektora, što zbog trenutnih političkih odnosa snaga, različitih izbornih ciklusa, što zbog kupovanja socijalnog mira kod izrazito snažno organiziranih sindikalnih organizacija.

²¹ <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2019/02/12/Republic-of-Croatia-2018-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-Statement-by-46594> (4. 9. 2019)

²² <https://uprava.gov.hr/o-ministarstvu/ustrojstvo/uprava-za-politicki-sustav-i-organizaciju-uprave/lokalna-i-podrucna-regionalna-samouprava/popis-zupanija-gradova-i-opcina/846> (3. 9. 2019.)

„Teritorijalna struktura Hrvatske previše je složena, nedovoljno stabilna, nedovoljno efikasna te neracionalna s gledišta potrebe za ostvarenjem razvojnih svrha zemlje, ali zato osigurava centralistički način upravljanja zemljom“ (Koprić, 2010).

Tablica 3: Ukupan broj zaposlenih po županijama te struktura zaposlenih kod proračunskih korisnika

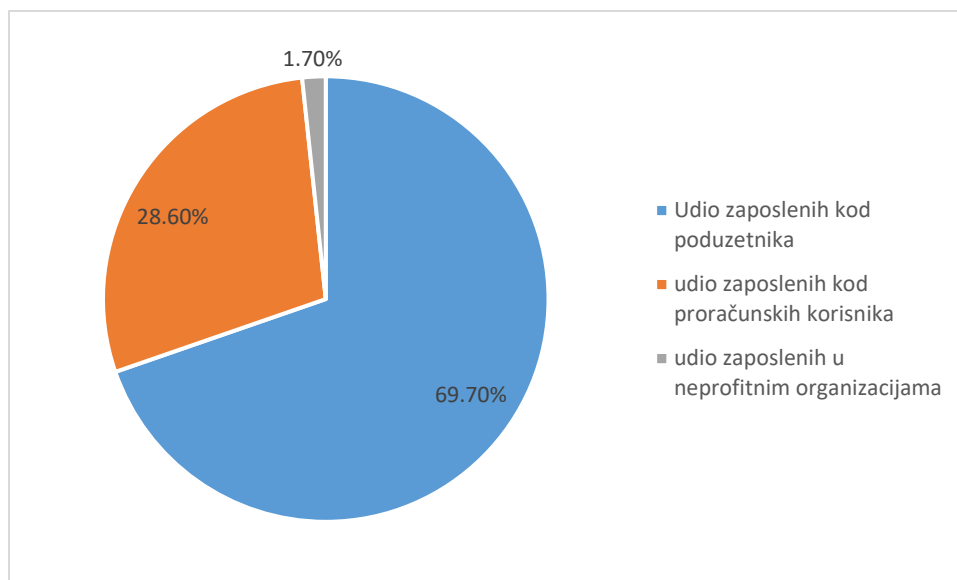
Naziv županije	Ukupan broj zaposlenih	Broj prorač. i prorač. korisnika	Broj zaposl. kod prorač. koris.
Bjelovarsko-bilogorska	19.548	120	5.413
Brodsko-posavska	23.943	111	6.378
Dubrovačko-neretvanska	28.562	156	7.008
Grad Zagreb	536.619	566	196.232
Istarska	62.471	218	10.989
Karlovačka	22.840	126	5.574
Koprivničko-križevačka	22.148	108	4.930
Krapinsko-zagorska	26.067	135	5.626
Ličko-senjska	8.445	88	3.801
Međimurska	32.761	107	4.463
Osječko-baranjska	56.324	240	15.890
Požeško-slavonska	12.830	74	3.851
Primorsko-goranska	79.505	252	16.390
Sisačko-moslavačka	25.800	155	8.108
Splitsko-dalmatinska	100.991	363	21.700
Šibensko-kninska	19.314	120	6.503
Varaždinska	51.248	141	8.622
Virovitičko-podravska	12.316	83	3.609
Vukovarsko-srijemska	26.005	167	7.888
Zadarska	32.789	186	8.705
Zagrebačka	66.150	182	11.099
	1.266.676	3.698	362.779

Izvor: www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/u-2017-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-vise-od-1-26-milijuna-zaposlenih (15. 4. 2019.)

Ukoliko se na odgovarajući način ne racionaliziraju sustav i struktura zaposlenih u javnoj upravi i administraciji, sva nastojanja i poticaji za unaprjeđenje poduzetništva neće biti dostatni kako bi se osigurao gospodarski rast i primjereni standard građana. S druge strane, rješenje se može pronaći i u nelinearnom povećanju plaća pojedinih sektora jer određena zanimanja bilježe

manjak stručnih radnika, poput, primjerice, liječnika, dok određena zanimanja zasigurno imaju višak djelatnika te ih je potrebno čak i destimulirati, kao naprimjer pravnike ili ekonomiste.

Slika 10: Struktura zaposlenih kod poduzetnika, kod proračunskih korisnika i u neprofitnim organizacijama



Izvor: www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/u-2017-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-vise-od-1-26-milijuna-zaposlenih (3. 9. 2019.)

Ovakav nepovoljan omjer zaposlenih u realnom sektoru i zaposlenika koji ostvaruju svoje dohotke na teret državnog proračuna nužno je mijenjati kako bi sustav postao dugoročno održiv. Službenike iz sustava državne uprave nužno je trajno usavršavati i osposobljavati u prvome redu kako bi kvalitetnije obavljali poslove iz svoje domene. Međutim, nužno ih je usavršavati kako bi se povećala motivacija, i kako bi bolje razumjeli probleme poduzetnika i na njih brže i adekvatnije reagirali te time podigli ukupnu konkurentnost cjelokupnog gospodarstva (Ilić, Stanković, 2013).

Smanjivanje razvojnih razlika koje su evidentne u slučajevima županija u Hrvatskoj, u smjeru povećanja konkurentnosti onih manje razvijenih, može se postići adekvatnim iskorištavanjem sredstava koja su na raspolaganju iz fondova EU, pogotovo ako se uzme u obzir da Hrvatska, prema iskorištenosti fondova, još uvijek zaostaje u odnosu na druge članice EU²³.

²³ <https://hgk.hr/documents/upanijevelikegospodarskerazlikenamalomprostoru5757722c5b20e65.pdf> (3. 9. 2019.)

4. ZNAČAJ PODUZETNIŠTVA ZA RAZVOJ NACIONALNE EKONOMIJE

Suvremeno gospodarsko okruženje u uvjetima globalizacije iziskuje od država da neprekidnim rastom i razvojem gospodarstva održavaju korak s ostatkom svijeta kako bi zadržale svoj suverenitet i razinu blagostanja svojih građana. Mnoge države, a posebno one najrazvijenije osiguravaju svoj gospodarski rast i napredak različitim metodama i ekonomskim modelima. I tijekom povijesti su različita gospodarstva svoj dominantni položaj na gospodarskoj karti svijeta stjecala na različite načine. Prva industrijska revolucija izumom parnog stroja donijela je Velikoj Britaniji mjesto svjetskog gospodarskog lidera u relativno, povijesno gledano, kratkome roku. Japan je postao „gospodarsko čudo“ nakon Drugog svjetskog rata kopiranjem tuđih tehnologija, posebice američke industrije osnažene razvojem tijekom ratnih godina, na način da postignu savršenstvo u proizvodnji svega onoga čega su se prihvatili. Zemlja s malo prirodnih sirovina koje je uglavnom uvozila, tijekom 30 godina gospodarski je pretekla većinu zemalja koje su bile daleko naprednije. Zemlje Bliskog istoka, posebice Ujedinjeni Arapski Emirati, svoj gospodarski rast duguju neprocjenjivim bogatstvima prirodnih izvora nafte od čije rente financiraju ostale gospodarske grane kako bi se i one mogle ravnomjerno razvijati.

Ubrzanim tehnološkim napretkom u posljednjih 30 godina, svijet se iz temelja promijenio. Načini komunikacije i prenošenja informacija, a samim time i prenošenja znanja, značajno su se izmijenili. Fokus čitave društvene zajednice, uslijed sve većih i bržih promjena, pomaknut je u smjeru u kojemu je to na početku 20. stoljeća bilo gotovo nezamislivo: (O'Hara, 2007: 932)

- rapidna ekonomska i kulturna globalizacija
- pomak od industrijske ekonomije temeljene na energentima ka ekonomiji usluga i znanja - pojava *knowledge society*
- sjajne tehnološke inovacije kao posljedica kombiniranje GRIN tehnologija (*genomics, robotics, informatics i nanotehnology*)
- ubrzane urbanizacije
- pomjeranje starosne demografije
- radikalne geopolitičke promjene
- kraj Hladnog rata, raspad Sovjetskog Saveza, pojava i širenje Europske unije
- pritisci za zaštitom i brigom o okolišu i klimatske promjene.

S obzirom na promjene, načini postizanja gospodarskog rasta značajno su se izmijenili. Konkurentna prednost temeljena isključivo na posjedovanju prirodnih resursa više se ne može ostvariti na isti način, već tu prednost društvo ostvaruje posjedovanjem određenih znanja i vještina (Porter, 1990). Budući da je utvrđeno da ulaganje u ljudski kapital i poboljšanje ljudskog kapitala nedvojbeno stvaraju pozitivne učinke na nacionalno gospodarstvo, znanje se može stvarati jedino ulaganjem u ljudski kapital (Straubhaar, 2000).

Bez obzira na način kako je neka nacionalna ekonomija ostvarivala svoj gospodarski rast i napredak, pogonski stroj gospodarskog rasta svima je zajednički u nekoliko aspekata. Prema Samuelsonu i Nordhausu, četiri aspekta ili, kako ih nazivaju, „četiri kotača gospodarskog rasta“ bilo koje nacionalne ekonomije su:

- **Ljudski resursi** (ponuda rada, obrazovanje, vještina disciplina, motivacija) – postoji suglasje znanstvenika da je ljudski faktor temelj svakoga rasta. Država može imati najbolje tvornice, ceste, najbogatije prirodne izvore, međutim, ukoliko nema kvalitete inputa rada (vještine, sposobnosti i znanja), nikako neće ostvariti nikakav gospodarski rast ili napredak. Svježi su primjeri Venezuele, zemlje s najvećim zalihama nafte na svijetu, te Nigerije, pune prirodnih bogatstava, ali manjka kvalitetnih ljudskih potencijala koji takvo bogatstvo mogu pretočiti u blagostanje vlastitog naroda.
- **Prirodni resursi** (zemlja, minerali, goriva, kvaliteta okoliša) – u prošlosti su prirodni izvori predstavljali veoma značajan aspekt za potencijal rasta nacionalne ekonomije te su određene zemlje svoj gospodarski rast postizale upravo zahvaljujući velikim prirodnim izvorima, prostranosti zemlje, pogodnoj klimi. Već spomenuti UAE, Sjedinjene Države, Kanada i Norveška svoj gospodarski rast duguju bogatstvu prirodnih izvora, plodne zemlje, nafte, šuma i ostalog. U suvremenom gospodarstvu, prirodna bogatstva ne moraju biti „*condicio sine quanon*“ za gospodarski rast i blagostanje. Država Singapur ili kineski megalopolis Hong Kong su mjesta s izrazito malom površinom, bez prirodnih resursa, a nalaze se među zemljama s najvećim BDP-om *per capita*.
- **Kapital** (strojevi, tvornice, ceste, intelektualno vlasništvo) – određene zemlje su tijekom povijesti na različite načine (neke putem vlastitih prirodnih bogatstava, a neke kolonijalnim prisvajanjem tuđih bogatstava) akumulirale značajne količine kapitala izgrađujući svoje zemlje i stvarajući preduvjete za još veći rast i razvoj. Današnji uvjeti vrijednosti kapitala ne izražavaju se u tolikoj mjeri u vrijednosti infrastrukture, već u

akumuliranoj financijskoj moći i utjecaju u globalnim razmjerima. Značajan primjer je Švicarska, koja svojim financijskim sektorom stvara i generira nove prilike za snažan rast i razvoj.

- ***Tehnološke promjene i inovacije*** (znanost, strojarstvo, upravljanje, **poduzetništvo**) – u značajnoj mjeri povezano s ljudskim potencijalima, u prošlosti je možda bio i najmanje značajan pokretač gospodarstva. Razvojem informatičke tehnologije, informacijskim povezivanjem svih dijelova čitavog svijeta i protokom informacija u realnom vremenu, ovaj „kotač“ postaje jedan od najvažnijih za uspjeh nacionalnog gospodarstva. Informacije i stvaranje novih tehnologija i stvaranje preduvjeta za slobodno poduzetništvo postaju ključ uspjeha nekog nacionalnog gospodarstva i sve će više utjecati i u budućnosti (Samuelson, Nordhaus, 2011).

4.1. Poduzetništvo kao pokretač gospodarskog rasta

Jedan od načina kako održati razinu gospodarskog napretka je neprekidno stvaranje novih tvrtki i ostalih gospodarskih subjekata radi stvaranja ekonomske vitalnosti. S navedenim se slažu i političari i ekonomski stručnjaci, a i sva relevantna istraživanja ukazuju na činjenicu da je poduzetništvo najvažniji razvojno-ekonomski mehanizam (Hynes, 2001) koji potiče razvoj sredine u kojoj djeluje (Kirby, 2004., Holmgren, From, 2005). Učinci poduzetničkih aktivnosti korisni su s nekoliko aspekata. Prije svega, stvaranje novih tvrtki ima snažan utjecaj na otvaranje novih radnih mjesta, što je zasigurno cilj makroekonomske politike svake nacionalne države (Autio, Parhankangas, 1998). Nove tvrtke djeluju kao glavni motor za promicanje inovacija, ostvarivanje poslovnih ideja i promjenu strukture gospodarstva (Acs, 1996.) i, konačno, dinamičan proces stvaranja novih poduzetničkih pothvata osigurava blagostanje gospodarstva i povećava njegovu učinkovitost i produktivnost (Baumol, 1990).

Poduzetničkom aktivnošću se razvija gospodarstvo i pridonosi se stvaranju države blagostanja. Drugim riječima poduzetništvo je sastavni, a možemo reći i ključni dio gospodarstva. Još je davne 1776. Adam Smith u svome djelu “Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda“ ustvrdio kako poduzetnici koji imaju osobine poput marljivosti, štedljivosti, inovativnosti i špekulativnosti najbolji pokretači ekonomskog razvoja po principu „nevidljive ruke“ (Smith, 1952).

Poduzetništvo ima važnu ulogu u ekonomskom razvoju jer predstavlja inkubator tehnoloških inovacija, utječe na porast ekonomske djelatnosti i stvaranje novih radnih mjesta (Shane, Venkataraman, 2000).

„Jedna je od ključnih zadaća ekonomskog razvoja je promicanje poduzetničkog duha. Zemlja ne može opstati bez skupine vlasnika ili menadžera spremnih preuzeti rizike, otvoriti nove pogone, usvojiti nove tehnologije i uvesti nove načine poslovanja. Inovacije i poduzetništvo uspijevat će kada su vlasnička prava jasna i potpuna, a porezi i druga iscrpljivanja zarade (poput korupcije) niski i predvidljivi“ (Samuelson, Nordhaus, 2011: 529).

Prema Zelenoj knjizi „Poduzetništvo u Europi“, Europska komisija je dala pregled društvenog značaja poduzetništva kroz četiri ključne točke (Zelena knjiga, 2003: 7-8):

❖ ***Poduzetništvo potpomaže otvaranju novih radnih mjesta i rastu***

Za razliku od dosadašnje prakse otvaranja novih radnih mjesta u velikim poduzećima, novootvorena radna se mjesta sve se češće pojavljuju u novonastalim i malim poduzećima. Zemlje u kojima je bio ostvaren značajniji porast poduzetništva odlikovale su se i znatnim smanjenjem nezaposlenosti.

Tijekom 90-ih godina prošlog stoljeća velik broj novih radnih mjesta otvoren je u poduzećima koja su ostvarivala brzi rast. Primjerice, u Nizozemskoj je od 1994. do 1998. godine 8 % poduzeća s brzim rastom ostvarilo 60 % rasta zaposlenosti unutar postojećih poduzeća.

U razdoblju od 1993. do 1996. godine u Sjedinjenim Američkim Državama u 350 000 poduzeća koja ostvaruju brzi rast otvoreno je dvije trećine sveukupnog broja novih radnih mjesta, a od ukupno 6 milijuna poduzeća, 350 000 njih zapošljava. Istraživanja ukazuju na to da poduzetništvo daje pozitivan doprinos gospodarskom rastu, premda na rast bruto domaćeg proizvoda utječu i mnogi drugi čimbenici. Poduzetništvo također može doprinijeti jačanju socijalne i ekonomske kohezije u slabije razvijenim područjima, poticanju gospodarskih aktivnosti i otvaranju novih radnih mjesta te integriranju nezaposlenih ili osoba u nepovoljnom položaju u radni odnos.

❖ ***Poduzetništvo je od presudnog značaja za konkurentnost***

Novim poduzetničkim inicijativama, kojima se pokreće novo poduzeće ili preusmjera postojeće (primjerice, nakon prijenosa poslovanja na novog vlasnika), povećava se produktivnost. S pomoću njih jača pritisak konkurentnosti, potiču se ostala poduzeća da odgovore jačanjem svoje učinkovitosti ili uvođenjem inovativnih rješenja. Povećanom

učinkovitošću i inovacijama u poduzećima na području organizacije, procesa, proizvoda, usluga ili tržišta ojačava konkurentna snaga gospodarstva u cjelini. Ovaj proces potrošačima donosi prednost u vidu povećanog izbora i nižih cijena.

❖ ***Poduzetništvo razvija osobne potencijale***

Bit zaposlenosti nije samo u zarađivanju osobnog dohotka. Različite osobe često imaju različite kriterije kod odabira karijere, kao što su sigurnost, razina samostalnosti, raznolikost zadataka te zainteresiranost za posao. Visoka primanja mogu potaknuti ljude da putem poduzetništva zadovolje „potrebe viših razina“ kao što su, primjerice, samoispunjenje i samostalnost. Britanski Household Survey otkrio je da poticaj za pokretanje poduzetničkih aktivnosti ne leži isključivo u materijalnoj motivaciji (zarada i status), nego i u mogućnosti samoispunjenja (sloboda, samostalnost i izazov). Za pojedine osobe, koje ne mogu pronaći zadovoljavajući posao, odluka o pokretanju poduzetničke aktivnosti može djelomično ili u cijelosti biti posljedica ekonomske potrebe. Pokretanje poduzetničke djelatnosti će im možda omogućiti ostvarenje povoljnijeg financijskog položaja. Poduzetnici su zadovoljniji svojim poslom od osoba koje se nalaze u radnom odnosu. Navedena studija pokazala je kako je 33 % samozaposlenih bez zaposlenika i 45 % samozaposlenih sa zaposlenicima vrlo zadovoljno svojim uvjetima rada u odnosu na samo 27 % zaposlenika koji su u radnom odnosu kod poduzetnika, a zadovoljni su svojim poslom (Zelena knjiga, 2003: 7-8).

❖ ***Poduzetništvo i društveni interesi***

Poduzetnici su pokretačka snaga tržišno orijentiranog gospodarstva i njihovi rezultati društvu donose blagostanje, stvaraju nova radna mjesta te potrošačima omogućuju veći izbor. Mnoga velika poduzeća usvojila su formalne strategije socijalne odgovornosti poduzeća (*Corporate Social Responsibility*) zbog sve većih očekivanja javnosti koja želi doznati kako poslovne aktivnosti utječu na društvo i okoliš. U takve formalne strategije možemo svrstati i dobrovoljno uvođenje socijalne i ekološke svijesti u poslovanje te u odnos sa svim zainteresiranim stranama, kao i spoznaju da odgovorno ponašanje u poslovanju može predstavljati potporu poslovnom uspjehu. Takvim ponašanjem može biti obuhvaćena, primjerice, predanost ekološki prihvatljivoj proizvodnji ("eko-učinkovitost") ili uvažavanje interesa potrošača te vođenje poslovanja na način koji nije u suprotnosti s interesima potrošača. Mala i srednja poduzeća odlikuje neformalniji "duh odgovornog poduzetništva" uz istovremeno pružanje okvira i uporišta za mnoge zajednice.

U uvjetima globalizacije i gospodarstvo u sve većoj mjeri gubi lokalne, regionalne i nacionalne osobitosti. Upravo se poduzetnici, zahvaljujući svojim vitalnim karakteristikama, implementacijom svojih jedinstvenih ideja, novih tehnologija i novim inovativnim procesima, najbrže prilagođavaju nastalim promjenama prepoznajući poslovne prilike koje rezultiraju novim i naprednijim proizvodima i uslugama (Milović i sur., 2016).

4.2. Poduzetnički ekosustav

Kako bi poduzetništvo bilo u potpunosti integrirano u kolektivnu svijest određene nacije, potrebne su edukacija i afirmacija poduzetništva na svim razinama. Poduzetničko obrazovanje trebalo bi biti prisutno na svim razinama obrazovanja i u svim vrstama obrazovanja te se o poduzetništvu i poduzetničkom obrazovanju treba graditi pozitivan stav u društvu. Na taj način će se stvoriti okolina koja će pružati povoljne uvjete za nastanak i razvoj poduzetništva. Poduzetnička okolina se u pravilu identificira na nacionalnoj razini. Tako to čine i Global Entrepreneurship Monitor, ali i World Economic Forum i Svjetska banka. Međutim, nema zemlje u kojoj ne postoje razlike u kvaliteti okoline na subnacionalnoj razini te se u znanstvenoj raspravi pojavio termin „poduzetnički ekosustav“ za identifikaciju neposrednog konteksta u kojem djeluju poduzetnici (Singer i sur., 2019).

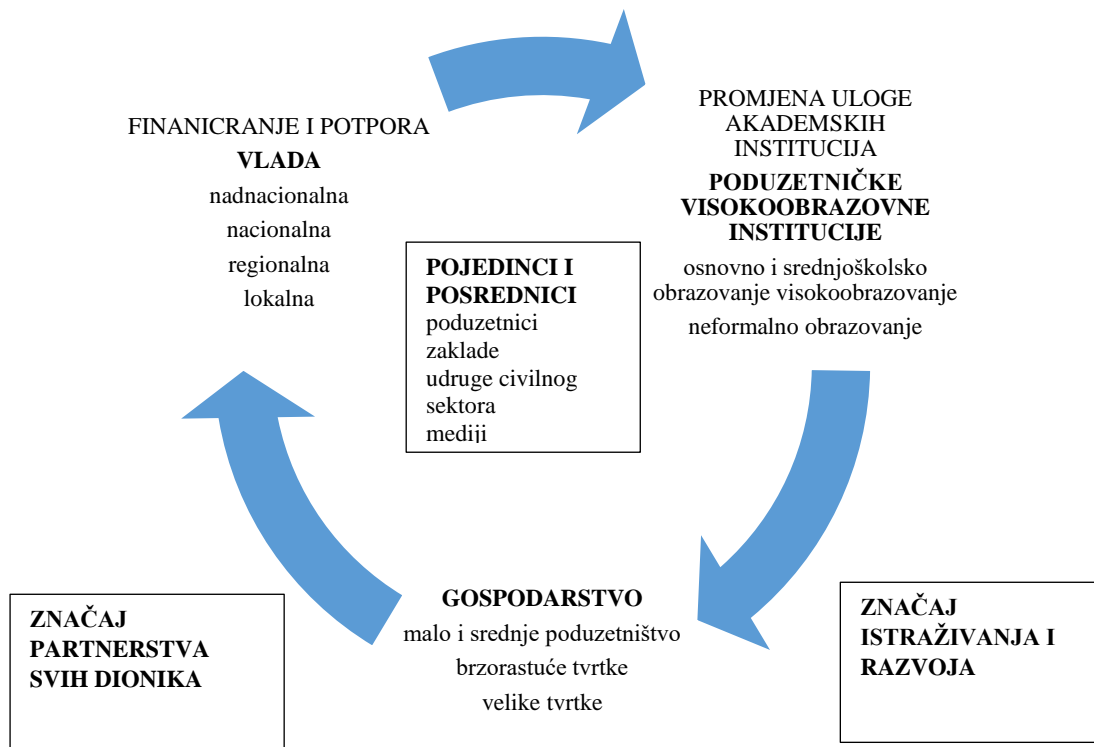
GEM poduzetničku okolinu promatra kroz sljedeće komponente (Singer i sur., 2019):

1. pristup novcima
2. vladine politike prema poduzetništvu
3. vladini programi za poduzetništvo
4. poduzetničko obrazovanje
5. transfer istraživanja i razvoja
6. profesionalna i komercijalna infrastruktura
7. otvorenost domaćeg tržišta
8. fizička infrastruktura
9. kulturne i društvene norme

Potrebno je razvijanje svih navedenih komponenti poduzetničke okoline kako bi se stvorilo pozitivno poduzetničko okruženje koje potiče i podržava poduzetničku aktivnost i poduzetnički način razmišljanja te stvara poduzetničko društvo u cjelini.

Thomas i Kelley govore o modelu poduzetničkog ekosustava, a prikazuju ga na sljedeći način:

Slika 11: Poduzetnički ekosustav



Izvor: Thomas, H., Kelley D. (2011): Entrepreneurship Education in Asia, Edward Elgar Publishing Limited, UK, str. 7.

Prema ovome modelu, prvi i najvažniji dio ekosustava je suradnja između znanosti i gospodarstva. Ishodi i ciljevi obrazovanja moraju biti u službi gospodarstva i to na svim razinama formalnog i neformalnog obrazovanja. Programi, vrste zanimanja i broj dostupnih mjesta u srednjim školama i fakultetima moraju biti usklađeni s gospodarstvom. Potreba poslodavaca u sadašnjim i budućim razdobljima moraju biti u fokusu obrazovnih programa (ciljeva, sadržaja), kao i definiranje upisnih kvota. Obrazovne programe koji pripremaju ljude za (na tržištu rada) zanimanja koja nikome ne trebaju ili pak za sufcitarna zanimanja koja rezultiraju većim brojem nezaposlenih trebalo bi privremeno ili dugoročno staviti u mirovanje.

Znanstvena istraživanja moraju ići u smjeru konkretnih potreba gospodarstvenika, iznalaženja novih ili poboljšanja postojećih procesnih ili tehnoloških rješenja, a konferencije i

znanstveni radovi moraju gospodarstvu nuditi odgovore na pitanja koja ih zanimaju i koja su im potrebna za bilo koji dio njihove djelatnosti.

GEM istraživanje razlikuje nacionalnu razinu poduzetničke okoline i subnacionalnu razinu koju naziva poduzetničkim ekosustavom. S ciljem dobivanja informacije o razvijenosti subnacionalnih poduzetničkih ekosustava, GEM je 2018. godine razvio novi Entrepreneurial Ecosystem Composite Index (EECI) koji procjenjuje kvalitetu konteksta u kojem djeluju poduzetnici na subnacionalnoj razini. EECI je 2018. godine testiran u Španjolskoj (Madrid i Barcelona) i Njemačkoj (Hanover), dok je tijekom 2019. godine trebao biti implementiran u još nekoliko zemalja (Irska, Kanada, SAD, Izrael, Saudijska Arabija, UAE). S pomoću ovakve analize države mogu provjeriti kvalitetu poduzetničkog ekosustava u nekim gradovima ili regijama i na temelju tih spoznaja imati mogućnost boljeg oblikovanja politika regionalnog razvoja i poduzetništva (Singer i sur., 2019).

Svjetska banka je slično istraživanje o razvijenosti poduzetničke okoline na razini gradova provela 2018. godine u Republici Hrvatskoj, a ono je utvrdilo određene nejednakosti između gradova u kojima je istraživanje provedeno (Singer i sur, 2019).

Vlada, civilni sektor i nevladine organizacije moraju biti u službi svojega gospodarstva i pružati materijalnu i svaku drugu podršku obrazovnom sustavu. Vlada svojom fiskalnom politikom mora činiti gospodarstvo konkurentnim u odnosu na poduzetničke ekosustave drugih zemalja. Nema uspješne zemlje i gospodarstva koja ovisi samo i isključivo o djelovanju slobodnih tržišnih sila. Kao primjer ovoj tezi može se istaknuti upravo objavljena Njemačka industrijska strategija do 2025. godine u kojoj stoji kako, u slučaju da se njemačke tvrtke nađu na udaru konceskih kompanija koje uživaju obilnu potporu svoje države, rješenje nije samo u pasivnom gledanju, nego je aktivna državna intervencija jedna od opcija²⁴. To znači da vlade država koje žele stvoriti i uspješno održavati ekosustav u smislu stvaranja pozitivnog poduzetničkog okruženja moraju budno pratiti sve eventualne poremećaje koji mogu stvoriti potencijalnu štetu poduzetništvu i nacionalnom gospodarstvu.

Izrazito značajnu ulogu imaju i mediji koji su tu da stvaranjem pozitivne društvene atmosfere pridonose pozitivnom stavu prema poduzetništvu i poduzetničkim aktivnostima. „Mediji nas svakodnevno obasipaju temama o poznatim osobama, nasilju, kriminalu, korupciji, lošim potezima Vlade i brojnim skandalima te sve više zapostavljaju jednu od svojih temeljnih dužnosti, a to je informirati i obrazovati publiku. Naime, svrha medija nije samo zabaviti, već i informirati i poticati gospodarske aktivnosti primjerima dobre prakse“ (Ivić, 2016: 71).

²⁴ <https://www.hightech-strategie.de/de/hightech-strategie-2025-1726.html> (21. 2. 2019.)

Masovni mediji moraju biti i korektiv, ukazivati na nepravilnosti ili poremećaje u sustavu, međutim, od izrazitog je značaja da budu objektivni i da uvijek imaju na umu u kojemu ekosustavu žive i koji je značaj ostalih sudionika tog ekosustava za njihov život ili preživljavanje.

Poduzetnička okolina u Hrvatskoj još uvijek ne djeluje dovoljno stimulirajuće na poduzetničku aktivnost; naprotiv, može se reći da djeluje ograničavajuće.

Prema GEM-u, samo dvije komponente poduzetničke okoline (raspoloživost i kvaliteta fizičke infrastrukture - telekomunikacijske i prometne, te dinamika domaćeg tržišta) djeluju stimulirajuće na poduzetničku aktivnost. Posebno je naglašeno ograničavajuće djelovanje pojedinih komponenti poduzetničke okoline u Hrvatskoj, kao što su vladine politike prema regulatornom okviru (prečesto mijenjanje propisa), prisutnost značajnih barijera ulaska na tržište, niska razina transfera istraživanja u poslovni sektor, kulturne i društvene norme (sustav vrijednosti) te nedostatan doprinos osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja izgradnji poduzetničkih kompetencija mladih (Singer i sur., 2019).

Ukoliko je čitav poduzetnički ekosustav posložen na način da potiče, motivira i značajno olakšava realizaciju uočenih prilika i pokretanje poslovnih pothvata, nacionalna ekonomija će biti puno „zdravija“, stope rasta BDP-a će biti puno više, a razdoblja recesije značajno kraća. Kako je utjecaj poduzetništva od ključnog značaja za nacionalnu ekonomiju, svi akteri gospodarske politike moraju uložiti dodatne napore kako bi omogućili njegov razvoj na svim razinama.

Kako bi cjelokupni ekosustav djelovao u smjeru jačanja poduzetničkih aktivnosti te stvarao pozitivno poduzetničko okruženje, u GEM-ovu izvješću za 2018. godinu dane su sljedeće preporuke (Singer i sur., 2018):

- **„Suradnja i istovremenost korištenjem principa otvorene koordinacije:** na razini relevantnih ministarstava (gospodarstva, obrazovanja, znanosti, regionalnog razvoja...) neophodna je usklađenost politika, strategija, programa, instrumenata.
- **Pojednostavljenje regulatornog okvira u kojem se odvija poduzetnička aktivnost** je prioritet jer bez toga se ne može izgraditi investicijska klima niti je moguće iskoristiti „prozore prilika“.
- **Jačati inovacijski kapacitet gospodarstva stimulacijom suradnje istraživačkih institucija i gospodarstva.** Financijski osnažiti postojeći program Inovacijski vaučeri (pokrenut 2018. godine). Uz inovacije proizvoda, procesa, organizacije, preporuka je

pokrenuti program podrške malim i srednjim poduzećima za korištenje usluga industrijskih dizajnera.

- ***Osigurati da formalno obrazovanje (od primarne do tercijarne razine)*** bude osposobljeno za izgradnju poduzetničkih kompetencija učenika i studenata u kontekstu izlaza iz neefikasne javne potrošnje koja sada obilježava ulaganja u obrazovanje u Hrvatskoj.
- ***Profesionalna infrastruktura koja osigurava usluge za one koji ulaze u poduzetničku aktivnost*** i one koji žele razvijati inovativni poslovni pothvat s potencijalom rasta mora osigurati veći spektar i višu razinu usluga, posebno onih koje doprinose smanjenju poslovnih promašaja (uočavanje prilike, kompetencije, financijska pismenost) i onih koje doprinose povećanju konkurentnosti i internacionalizacije (industrijski dizajn, sofisticiranija financijska pismenost, upravljačka osnaženost, *competitive intelligence*, transfer poslovanja...).
- ***Intenzivirati politike/programe*** za poticanje uravnoteženja poduzetničke aktivnosti s obzirom na rod, dob, sektore i regije.
- ***Povećanje kvalitete javne uprave*** ključno je u stvaranju stimulirajuće okoline u kojoj djeluju poduzetnici.
- ***Ojačati državni fond rizičnog kapitala*** za financiranje inovativnih i rastućih malih i srednjih poduzeća i osigurati porezne olakšice za one koji djeluju kao poslovni anđeli.
- ***Razviti i primjenjivati sistem praćenja i vrednovanja efekata vladinih politika*** i programa i osigurati javnu dostupnost takvih informacija, imajući u vidu princip *Think Small First* (misliti prvo o malim poduzećima).
- ***Izraditi okvir statističkog praćenja aktivnosti malih i srednjih poduzeća*** (povezati statističke baze o poslovanju poduzeća, vlasništvu, izvozno/uvoznim aktivnostima te dodati pokazatelje o inovativnosti) jer je bez toga nemoguće osigurati usporedne informacije s kojima se individualno poduzeće može mjeriti (grupacija, najbolji). Ti podatci moraju biti javno dostupni, bez naknade. Na podnacionalnoj razini raspoloživost statističkih informacija je vrlo nepotpuna i vremenski neusklađena, što značajno otežava upravljanje regionalnim razvojem.
- ***Promovirati uspješne poduzetničke pothvate*** u cilju jačanja društvenog uvažavanja poduzetničkog djelovanja – novi program promocije poduzetništva Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta ojačati putem suradnje s ministarstvima obrazovanja i znanosti, rada, regionalnog razvoja, poljoprivrede, turizma... Mediji i obrazovanje moraju prepoznati svoju ulogu i odgovornost za nisku razinu društvenih

i kulturoloških normi (nepodržavajući sistem vrijednosti) u odnosu na vrednovanje poduzetničkog djelovanja i na tome oblikovati svoje programe i aktivnosti.“

Za gospodarski razvoj i napredak te razvoj poduzetništva važno je uspostaviti i osnažiti suradnju unutar Triple Helix koncepta (Etzkowitzand, Leydesdorff, 2001). On govori o interakciji triju glavnih nositelja društvenog i gospodarskog razvoja: sveučilišta, poduzetnika i vlade. Posebice je to važno za zemlje u razvoju, među koje se ubraja i Hrvatska, kako bi uhvatile korak s mnogo razvijenijim zemljama koje svoj razvoj temelje na znanju i inovacijama. Tu je potrebno naglasiti ulogu sveučilišta, koja prema režimu uravnoteženosti kao jednog od režima (neo)institucionalne perspektive Triple Helix teorije (Etzkowitz, 2003) može biti pokretač Triple Helix suradnje kako bi naglasak svojih tradicionalnih odgojno-obrazovnih i istraživačkih funkcija transformirala na način da ih obogati poduzetničkim sadržajima te omogući procesno-organizacijsko povezivanje sadržaja iz različitih disciplina (Etzkowitz, 2008). Tada možemo govoriti o poduzetničkom sveučilištu koje ima mogućnost sudjelovati i predvoditi Triple Helix interakciju.

Da bi sveučilišta postala poduzetnička, moraju biti spremna preuzeti proaktivnu ulogu u ekonomskom razvoju u suradnji s aktualnim okruženjem: inovacijski kapacitet poslovnog sektora je nizak, a vlada usmjerena na razvojna pitanja i kreiranje strategija umjesto da prema već donesenim strategijama djeluje (Singer, Oberman Peterka, 2010). Za sveučilišta nije dovoljno stvoriti još jedan dodatak u ponudi obrazovnih sadržaja, već je potrebno promijeniti cjelokupnu filozofiju kako bi mogla dati svoj doprinos i realizirati svoju ulogu u poduzetničkom ekosustavu koja im i pripada.

Ukoliko sveučilišta nisu pokretač Triple Helix suradnje, tu ulogu može preuzeti i vlada, a tada govorimo o totalitarnom režimu (neo)institucionalne perspektive, odnosno industrija (poduzetnici) kada se govori o režimu slobodnog tržišta (neo)institucionalne perspektive Triple Helix teorije (Etzkowitz, 2008).

Bez obzira na pokretača, odgovornost za stvaranje pozitivnog poduzetničkog okruženja leži na svima i svaki dionik gospodarskog, političkog, medijskog pa i kulturnog prostora države mora dati svoj doprinos njegovom unaprjeđenju. Kako bi se potaknuo razvoj poduzetničke klime u Republici Hrvatskoj, važno je unaprijediti i ubrzati pravosuđe, smanjiti birokraciju, pojednostaviti porezni sustav i uspostaviti predvidljivost ekonomskih i političkih čimbenika (Jurlina Alibegović, ur., 2014).

4.3. Odnos prema poduzetništvu i aktualno poduzetničko okruženje

Uspješne poduzetnike pokreću svakodnevni izazovi i gotovo nikada prioritet nije zaraditi novac, staviti ga u banku i mirno živjeti, već se kapital mora ponovno ulagati kako bi se stvorilo nešto novo i gradila nova poduzetnička priča.

U suvremenim gospodarskim i poduzetničkim uvjetima globaliziranog svijeta nalazi se čitav spektar društvenih problema za koje se trebaju ponuditi adekvatna i efikasna rješenja te omogućiti proces brzog i permanentnog ekonomskog razvoja svake pojedine zemlje i njene nacionalne ekonomije (Jašarević, Kuka, 2015).

Pravni sustav, zdravstvo, znanost, kultura i obrazovanje, temelji su razvoja i opstojnosti svakog društva i države, a obrazovanost zasnovana na znanju, sposobnostima i moralnim postupanjima, vrijednosno je mjerilo pojedinaca.

Prema europskom referentnom okviru koji je objavila Europska komisija 2004. godine, poduzetništvo je jedna od osam temeljnih životnih kompetencija²⁵ koje predstavljaju nužan preduvjet za osobno ispunjenje, aktivno građanstvo i zapošljavanje te se mogu usvajati tijekom obveznog obrazovanja, nastaviti razvijati, usavršavati i održavati tijekom cijelog života.²⁶

Vlada Republike Hrvatske na svojoj sjednici 10. lipnja 2010. godine usvojila je dokument „Strategija učenja za poduzetništvo 2010.–2014.“ koji pruža okvir za sustavno sveobuhvatno stvaranje obrazovno-poticajnog društvenog okružja usmjerenog poduzetničkom načinu razmišljanja. Cilj Strategije jest sustavno i dugoročno poticanje tržištu primjerenijeg načina razmišljanja, kao i priprema za nove ekonomske trendove razvoja ljudskog potencijala. Treba napomenuti kako nakon ovoga dokumenta i strategije do 2014. godine nije objavljen novi dokument koji bi određivao nacionalnu strategiju u nekome budućem programskom razdoblju, što govori o značaju teme za aktualnu Vladu Republike Hrvatske.

Temeljna načela strategije naglasak stavljaju na društveno odgovorno poduzetništvo, a strukturirana su na sljedeći način:

„Održivost razvoja - egzistencijalna je nužnost gospodarskog subjekta opstanak i rast na konkurentnom tržištu. Poduzetnička je kompetencija po svojim karakteristikama jedna od glavnih pretpostavki uspješne održivosti poduzeća.

²⁵ Prema Europskom referentnom okviru (Europska komisija, 2004) – 8 temeljnih životnih kompetencija: komunikacija na materinjem jeziku, komunikacija na stranim jezicima, matematička pismenost, znanost i tehnologija, digitalne kompetencije, učiti kako učiti (sposobnost učenja), interpersonalne, interkulture, socijalne i građanske kompetencije, poduzetništvo, sposobnost kulturnog ophođenja.

²⁶ <http://www.cepor.hr/news/pod-kompetencija/BorisCEPOR3.pdf> (15. 3. 2019.)

Socijalna osjetljivost - poduzetništvo treba biti socijalno osjetljivo te u tom smislu uvažavati potrebe društvene zajednice, kao i pojedinaca.

Kompetentnost - u cilju općeg razvoja potrebna je kompetentnost svakoga pojedinca i visoka razina osposobljenosti, što rezultira podizanjem ukupnog poduzetničkog kapaciteta kao nove kvalitete u svakom segmentu društva, bez obzira na direktnu komercijalnu korist, a to je ujedno i preduvjet za podizanje razine opće konkurentnosti.

Natjecateljski duh - konkurentnost u lokalnom, regionalnom, nacionalnom i internacionalnom kontekstu pretpostavlja, osim kreativnosti, inovativnosti i pokretačkog duha, natjecateljski duh (kompetitivnost) jer tržište rada, kao i gospodarstvo u cjelini, počiva na postizanju viših ciljeva i usporedbi s drugima.

Odlučno djelovanje - poslovna ideja će zaživjeti odlučnim djelovanjem (proaktivnošću), okretnim i energičnim transformiranjem kreativne ideje i inovacije u poslovnu priliku.

Znanstvena utemeljenost - komplementarnim jačanjem veza između znanosti i poduzetništva u istraživačko-razvojnim projektima stvaraju se poticajni uvjeti za kontinuirani rast i razvoj gospodarstva.

Jednakost uključivanja za sve - stjecanje poduzetničke kompetencije, kao i njezino ostvarenje u različitim okruženjima, potrebno je omogućiti svim građanima, a u cilju općeg dobra.

Europska dimenzija - temeljni europski dokumenti podupiru, ali i određuju poduzetničku kompetenciju kao jednu od ključnih kompetencija cjeloživotnog učenja.²⁷

Odnos prema poduzetništvu i nastojanja države da se potakne i razvije poduzetništvo nipošto ne smiju biti samo deklaratorni. Vlada Republike Hrvatske svojim aktivnim mjerama mora pokazati da uistinu želi promociju i razvoj poduzetništva te stvaranje poduzetničkog ekosustava koji će ići na korist postojećim poduzetnicima, ali i što je moguće više olakšati ulaz novim mladim osobama s poduzetničkim idejama. Jedna od hipoteza predmetne disertacije bila je istražiti utjecaj gospodarskog okruženja na poticanje i razvoj poduzetništva. Kvaliteta poduzetničkog okruženja može se procijeniti temeljem stupnja gospodarskog razvoja mjenog kao iskaz BDP-a po glavi stanovnika, ali i temeljem razvijenosti ostalih elemenata koji stvaraju poticajno poduzetničko okruženje.

U nastavku rada ponudit će se pregled nekih od elemenata poduzetničkog okruženja: poduzetničke infrastrukture, aktualnih mjera zapošljavanja i poticanja poduzetništva te mogućnosti financiranja postojećih i novonastalih poduzetnika.

²⁷ Vlada Republike Hrvatske (2010): Strategija učenja za poduzetništvo, svibanj 2010.

4.3.1. Poduzetnička infrastruktura

Pod poduzetničkom infrastrukturom podrazumijeva se skup zakonodavnih, institucijskih, tržišnih, komunikacijskih, prometnih, energetske, financijskih, obrazovnih, savjetodavnih i drugih sustava koji osiguravaju učinkovitije odvijanje cjelokupne poduzetničke aktivnosti neke zemlje. Ovaj termin također se opisuje kao skup grana i djelatnosti s pripadajućim objektima i opremom koja omogućuje razvoj primarnog, sekundarnog, tercijarnog, kvartalnog sektora i aktivnosti od općeg društvenog interesa (Buble, Kružić, 2006: 196).

Poduzetnička infrastruktura podrazumijeva uređene prostore koji imaju temeljnu funkciju pomoći malim poduzećima u njihovoj nastajanju i razvoju, a uloga poduzetničke infrastrukture je osiguravanje pravovremenih informacija koje su potrebne za poslovanje, pružanje stručne, savjetodavne i financijske pomoći te organiziranje seminara (Funda 2011).

Odnos države prema poduzetnicima i poduzetništvu ogleda se u uređenosti, kvaliteti i broju institucija koje čine elemente poduzetničke infrastrukture. Investicije, posebice one *greenfield*, nikada neće doći na neko područje ukoliko im lokalna zajednica, odnosno država nije omogućila preduvjete za nesmetano poslovanje. Otvaranjem poslovnih zona, poduzetničkih inkubatora, akceleratora i centara kompetencija država odašilje poruku poduzetnicima da su dobrodošli i da će im omogućiti i/ili stvoriti preduvjete za njihov daljnji rast i razvoj. U globaliziranom svijetu više nije dovoljno poduzetnicima ponuditi zemljište na kojemu mogu izgraditi svoju tvornicu, već je potrebno ponuditi puno više. Pri izboru lokacija za svoje investicije poduzetnici ili investitori u obzir će uzeti veliki broj faktora koji će utjecati na tu njegovu odluku. Broj, kvaliteta i dostupnost svih navedenih faktora poduzetnicima će dati predodžbu o tome kakav je odnos zajednice prema poduzetništvu te kakvo je aktualno poduzetničko okruženje u određenom nacionalnom gospodarstvu.

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13), koji uređuje definiciju, kategorizaciju i vrste poduzetničke infrastrukture te bazu podataka iste, definira poduzetničku infrastrukturu u užem i širem smislu. U širem smislu, prema čl. 2. st. 1. Zakona o unapređenju poduzetničke infrastrukture poduzetnička infrastruktura podrazumijeva „ukupnost svih prostorno specifičnih oblika odvijanja različitih poduzetničkih aktivnosti nastalih kao rezultat promišljenog i organiziranog prostorno razvojnog koncepta jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, odnosno Republike Hrvatske. U užem smislu,

prema čl. 2. st. 2. Zakona o unapređenju poslovne infrastrukture predstavlja „sustav poduzetničkih zona, odnosno poduzetničkih potpornih institucija unutar Republike Hrvatske“.

Kao osnovnu ulogu poduzetničke infrastrukture može se navesti pružanje podrške i razvoj gospodarstva, stimulacija ekonomskog razvoja promocijom poduzetništva, stvaranje novih radnih mjesta te smanjivanje rizika za pokretanje novog poslovnog pothvata (Husaković, Skopljak, 2013).

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13), kao što je već spomenuto, poduzetničku infrastrukturu dijeli u dvije osnovne skupine:

- **poduzetničke zone,**
- **poduzetničke potporne institucije:**
 - poslovni inkubatori (poduzetnički inkubator, inkubator za nove tehnologije)
 - poduzetnički akceleratori
 - poduzetnički centri
 - poslovni parkovi
 - znanstveno tehnološki parkovi
 - centri kompetencije
 - razvojne agencije (lokalne, regionalne).

Adekvatnim brojem, kvalitetom i opremljenošću elemenata poduzetničke infrastrukture država i lokalna zajednica mogu stvoriti konkurentsku prednost nad ostalim državama i nacionalnim gospodarstvima u borbi za što je moguće većim privlačenjem investitora i poduzetnika.

4.3.2. Mjere samozapošljavanja i poticanja poduzetništva

Temeljni zadatak svake države je, između ostaloga i aktivno provođenje gospodarske politike kako bi svojim građanima omogućila napredak i razvoj te blagostanje i adekvatnu razinu životnog standarda na nivou 21. stoljeća. Obrazovne institucije koje su svoje programe usmjerile na educiranje osoba koje bi nakon završetka studija imale želju pokrenuti vlastiti poslovni pothvat samo su djelić mozaika koji treba biti posložen da bi se uistinu povećao broj aktivnih poduzetnika, a posebice onih čiji je glavni motiv dobra poduzetnička ideja i želja za

ulazak u poduzetništvo. Tek kada se čitav proces posloži i sve institucije na kvalitetan način ispune svoju svrhu, možemo govoriti o pokretanju gospodarskih aktivnosti u željenom smjeru. Vlada Republike Hrvatske mora aktivno sudjelovati u tome procesu kroz svoje institucije te dati svoj doprinos u obliku zakonske i institucionalne regulative. Tako se, uz mjere fiskalne i monetarne politike, potiče i razvoj poduzetničkih potpornih institucija koje su nužne za jednaki razvoj čitavog teritorija Republike Hrvatske.

Kako bi potaknula što veći broj osoba na samozapošljavanje, Vlada Republike Hrvatske provodi i mjere kojima dodatno stimulira samozapošljavanje.

Počeci aktivnih mjera za zapošljavanje i samozapošljavanje sežu u 2001. godinu kada je nezaposlenost dosegla vrhunac od 385 300 nezaposlenih, što je činilo stopu od 22,3 % nezaposlenih. Te godine Vlada donosi program poticanja zapošljavanja nazvan „Lepeza mjera za poticanje zapošljavanja“ koji je uključivao niz podmjera za sve skupine stanovnika. Za visokoobrazovane podmjera je nazvana „S faksa na posao“, za srednjoškolski obrazovanu radnu snagu podmjera je nazvana „Iz učionice u radionicu“, a ostale su mjere bile namijenjene ostalim skupinama (osobama s invaliditetom, hrvatskim braniteljima i dugotrajno nezaposlenim osobama).²⁸ Posebni programi poticanja, poput „ženskog poduzetništva“, javljali su se kasnije, a postojeći su se nadograđivali i unaprjeđivali.

Evolucija mjera zapošljavanja i samozapošljavanja odvijala se uz razvijenu svijest o dugotrajnoj recesiji koju je Republika Hrvatska prošla u proteklih dvadeset godina, a same mjere su se prilagođavale aktualnom trenutku te gospodarskim i političkim okolnostima.

Uz mjere potpore samozapošljavanja, u 2018. godini bilo je aktualno 11 različitih mjera aktivne politike zapošljavanja²⁹:

- Mjere za stjecanje prvog radnog iskustva/pripravništvo
- Potpore za zapošljavanje
- Potpore za usavršavanje
- Stručno osposobljavanje za rad bez zasnivanja radnog odnosa
- Osposobljavanje za stjecanje odgovarajućeg radnog iskustva (30+)
- Obrazovanje nezaposlenih
- Osposobljavanje na radnom mjestu
- Mjere za stjecanje prvog radnog iskustva/pripravništva
- Javni rad

²⁸ <https://hrcak.srce.hr/file/47470> (26. 8. 2019.)

²⁹ <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (4. 12. 2018.)

- Potpore za očuvanje radnih mjesta
- Stalni sezonac.

Kako bi razvila poduzetničko okruženje i omogućila što je moguće većem broju novih poduzetnika pokretanje vlastitih poduzetničkih pothvata, Republika Hrvatska aktivno provodi mjere samozapošljavanja. Po uzoru na mnoge razvijene zemlje, različitim potporama stimuliraju se osobe koje žele pokrenuti vlastiti poslovni pothvat. Najznačajnija mjera samozapošljavanja svakako je financijska potpora za samozapošljavanje.

Potpore za samozapošljavanje državne su potpore koje se dodjeljuju nezaposlenim osobama koje se odluče na pokretanje vlastitog posla, a prijavljene su u evidenciju Zavoda. Ovaj način stimuliranja i poticanja osoba na pokretanje vlastitog poslovnog pothvata ima za cilj pružiti prije svega financijsku potporu poduzetnicima početnicima koji imaju poslovnu ideju, ali im nedostaje početni kapital. Mjera se financira za Europskog socijalnog fonda, a dodijeljena financijska sredstva moraju se koristiti strogo namjenski.

Prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje ovu mjeru mogu koristiti³⁰:

- nezaposlene osobe prijavljene u evidenciju Zavoda koje su prošle aktivnosti vezane uz samozapošljavanje u suradnji sa savjetnikom za samozapošljavanje
- nezaposlene osobe koje odluče pokrenuti vlastiti posao udruživanjem (vrijedi za Potpore za samozapošljavanje za proširenje djelatnosti)

Mjera traje 12 mjeseci, a subvencije se dodjeljuju u iznosima³¹:

- do 55.000 kn, odnosno do 70.000 kn u slučaju da se ista kombinira sa stručnim osposobljavanjem za rad
- za otvaranje obrta ili slobodne profesije (do dvije osobe) do 110.000 kn
- za udruživanje u trgovačka društva (do 4 osobe) do 220.000 kn
- za udruživanje u zadruge (za 5 osoba) do 275.000 kn

Da bi ispunila sve uvjete, nezaposlena osoba mora zadovoljiti sljedeće kriterije:

- izraditi poslovni plan iz kojeg je vidljivo da je poslovna ideja održiva
- proći aktivnosti savjetovanja za samozapošljavanje u nadležnom regionalnom/područnom uredu

³⁰ <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (5. 10. 2020.)

³¹ <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/> (5. 10. 2020.)

- izraditi troškovnik u kojem je vidljivo da su troškovi usmjereni na otvaranje i rad poslovnog subjekta
- troškove koji se navode u troškovniku usmjeravati na otvaranje i rad poslovnog subjekta, a odnose se na registraciju poslovnog subjekta i sredstva povezana s obavljanjem djelatnosti (nabava opreme, zakup poslovnog prostora, obavezni doprinosi za prvih 11 mjeseci).

Promatrajući aktivne mjere tijekom dužeg razdoblja, može se zaključiti kako ovaj način stimulacije novih poduzetnika na pokretanje vlastitih poslovnih pothvata uistinu ima smisla te je rezultirao značajnim povećanjem broja novoosnovanih obrta i trgovačkih društava.

Tablica 4: Aktivni korisnici mjera za samozapošljavanje

godina	Novouključeni korisnici	Ukupni korisnici	Visina potpore u promatranoj godini
2011.	772	1 026	18.861,60 kn za osobe bez zanimanja 29.190,40 kn za osobe SSS 36.011,12 kn za osobe VŠS/VSS
2012.	938	1 605	18.614,40 kn za obrte 24.198,72 kn za trgovačka društva
2013.	4 906	5 737	od 18.880,80 hrk do 35.401,50 hrk
2014.	2 277	7 077	do 25.000 hrk
2015.	2 776	4 885	do 25.000 hrk
2016.	2 333	4 980	do 25.000 hrk
2017.	3 583	5 824	od 35.000 hrk do 45.000 hrk
2018.	6 485	10 036	od 55.000 hrk do 75.000 hrk

Izvor: podatci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje

Kako je visina potpore za samozaposlene poduzetnike rasla, tako je rastao i interes za navedenu mjeru, što je vidljivo iz podataka o broju korisnika. Usporedo s rastom broja korisnika, makroekonomski pokazatelji indiciraju oporavak gospodarstva i izlazak Republike Hrvatske iz dugotrajnog razdoblja recesije pa se može postaviti i pitanje koliko je razdoblje gospodarskog prosperiteta imalo utjecaj na porast osoba koje su pokrenule vlastite poslovne pothvate, odnosno koliko je na navedeni porast utjecala mjera poticaja koju su proveli kreatori

gospodarske politike? Navedeno pitanje u svakom slučaju budi određeni interes i pažnju i zasigurno će biti predmetom nekih budućih istraživanja.

4.3.3. Financiranje gospodarstva

Uz aktivne mjere samozapošljavanja, mjere gospodarske politike moraju uključivati i financijske institucije koje će omogućiti poduzetnicima lakši pristup kapitalu i time stvoriti preduvjete za daljnji napredak i razvoj.

Svi gospodarski subjekti sve više se suočavaju sa skraćivanjem životnoga ciklusa proizvoda i s potrebom konstantnoga snabdijevanja tržišta novim proizvodima kako bi ostali konkurentni. Rezultat svega je brzina koja je kritična za relevantnost strategije i operacije poduzeća koji žele opstati na tržištu. Baš zbog izrazite kompleksnosti faktora koji utječu na inovacije, poduzeća moraju na odgovarajući način upravljati s ograničenim financijskim resursima kako bi ostala konkurentna (Baković, Ledić-Purić, 2011). Od izrazite pomoći tu može biti država sa svojim mjerama gospodarske politike i olakšati opstanak i razvoj tvrtki čije poslovanje bi trebalo biti od interesa za čitavo gospodarstvo.

Bankovno financiranje i dalje je glavni izvor financiranja za sva poduzeća u razvijenim zemljama pa i u Republici Hrvatskoj, a to je posebno izraženo kod malih i srednjih poduzeća (Prohaska, Olgić, 2005). Međutim, u posljednjih 10-ak godina gospodarstvo i razvoj poduzetništva sve više dolaze u fokus vladajućih struktura, tako da istodobno s time jačaju i institucije koje olakšavaju pristup kapitalu na jednostavniji, brži i, što je najvažnije, jeftiniji način.

Tako su trenutno najznačajnije institucije koje se bave financiranjem gospodarstva ili olakšavanjem pristupa financijskim sredstvima (Rajsman, Petričević, Marjanović, 2013: 257):

- Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG)
- Razvojni fondovi
- Resorna ministarstva
- Lokalni i područni organi samouprave.

4.3.3.1. Hrvatska banka za obnovu i razvitak

„Hrvatska banka za obnovu i razvitak osnovana je 1992. godine i nalazi se u 100 % vlasništvu Republike Hrvatske. Jedan od prioriteta područja djelovanja banke je i poticanje utemeljenja i razvoja malog i srednjeg poduzetništva u Republici Hrvatskoj. HBOR kreditna sredstva odobrava izravno ili putem poslovnih banaka“ (Ploh, 2017: 94).

Osnovne djelatnosti radi kojih je osnovana Hrvatska banka za obnovu i razvitak su:

1. financiranje obnove i razvitka hrvatskoga gospodarstva
2. financiranje infrastrukture
3. poticanje izvoza
4. potpora razvitku malog i srednjeg gospodarstva
5. poticanje zaštite okoliša
6. osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika. (Rajsman, Petričević, Marjanović, 2013: 257).

Hrvatska banka za obnovu i razvitak jedna je od prvih institucija osnovanih u samostalnoj Republici Hrvatskoj po uzoru na svjetske organizacije kao što su Međunarodna banka za obnovu i razvoj, Svjetska banka, Europska banka za obnovu i razvoj itd. Povoljnim kreditiranjem, znatno povoljnijim od komercijalnih uvjeta, izravno ili putem komercijalnih banaka, HBOR je pomagao i poticao razvoj poduzetništva, osobito djelatnosti od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku.

Kao neke od programskih područja koje odobrava HBOR mogu se navesti:

- „kreditiranje trajnih obrtnih sredstva za osnaživanje poslovanja za trgovačka društva (mali i srednji poduzetnici) te omogućavanje poduzetnicima nabavku obrtnih sredstava;
- program kreditiranja razvoja malog i srednjeg poduzetništva - krediti iz ovog programa služe za razvoj postojećih poduzeća ili za pokretanje novih poduzeća;
- program kreditiranja poljoprivrede;
- program kreditiranja razvitka otoka“ (Gregurek i Vidaković, 2013: 189).

HBOR ostaje glavna poluga državne vlasti u poticanju i razvoju čitavog gospodarstva proširujući svoje poslovanje u odnosu na ono čime se bavila prije 30 godina kada je i osnovana. Glavna namjena HBOR-a i dalje ostaje kreditiranje, osiguranje izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanje garancija te poslovno savjetovanje, što stvara čvrstu povezanost

između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva³².

4.3.3.2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG – BICRO)

„Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) nastala je 2014. godine spajanjem Hrvatske agencije za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST) i Poslovno-inovacijske agencije Republike Hrvatske (BICRO). Svrha spajanja ovih dviju Agencija jest strateško kreiranje jedinstvenog sustava koji će poduzetnicima pružiti podršku tijekom svih razvojnih faza njihovog poslovanja – od istraživanja i razvoja ideje pa sve do komercijalizacije i plasmana na tržište.“³³ Agencija HAMAG-BICRO nastala je kao odgovor na izazove na koje su nailazili poduzetnici prilikom iznalaženja financijskih sredstava putem kreditiranja. Komercijalne banke veoma teško odobravaju kredite poduzetnicima početnicima ili poduzetnicima koji nemaju nikakav „čvrsti“ kolateral³⁴ u obliku nekretnine, odnosno čije poslovanje prema bankarskim uvjetima ulazi u zonu nešto većega rizika. Uz to što poduzetnik nije mogao ostvariti kreditiranje, ukoliko ga je i dobio, kamatne stope bile bi izrazito visoke, što je veoma mali broj djelatnosti mogao uspješno i vratiti. HAMAG-BICRO je omogućio poduzetnicima početnicima veoma jednostavno financiranje bez „čvrstog“ osiguranja i uz veoma povoljne kamatne uvjete. Jednako tako omogućio je poduzetnicima da ukoliko se i zadužuju kod komercijalnih banaka, a banke traže određena jamstva, HAMAG-BICRO pruža jamstva u obliku garancija za povrat komercijalnog kredita.

Trenutno HAMAG-BICRO pruža zajmove koje sufinancira Europska unije. Riječ je o tzv. ESIF zajmovima za investicije i obrtna sredstva te zajmovima za ruralni razvoj. Programi ESIF zajmova dijele se na male zajmove te mikro zajmove koji mogu biti mikroinvesticijski zajmovi i mikrozajmovi za obrtna sredstva.

ESIF mali zajmovi namijenjeni su isključivo mikro, malim i srednjim gospodarskim subjektima i fizičkim osobama koje u trenutku podnošenja zahtjeva za kredit nemaju registrirani vlastiti gospodarski subjekt, a ako se zajam odobri, potrebno je registrirati gospodarski subjekt jer se ugovor o zajmu ugovara isključivo s registriranim gospodarskim subjektom.³⁵

³² <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (18. 7. 2019.)

³³ <https://hamagbicro.hr/o-nama/osnivanje/> (15. 2. 2019.)

³⁴ Kolateral eng. *collateral* je predmet određene vrijednosti koji zajmodavac može oduzeti dužniku ako dužnik ne otplati kredit u skladu s dogovorenim uvjetima. <https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/collateral.hr.html> (24. 1. 2021.)

³⁵ <https://hamagbicro.hr/financijski-instrumenti/kako-do-zajma/investicije/esif-mali-zajam/> (14. 9. 2019.)

4.3.3.3. Razvojni fondovi, resorna ministarstva te lokalna i regionalna samouprava

Neki od glavnih ciljeva Europske unije su smanjenje nejednakosti i pravilna distribucija bogatstva među svim zemljama članicama. Da je to uistinu tako, dokazuju brojne mjere ekonomske i socijalne politike Europske unije kojima se državama članicama na raspolaganje stavljaju određena financijska sredstva kako bi mogle financirati razvojne projekte koji su značajni za razvoj države, ali i za razvoj pojedinih gospodarskih subjekata odnosno poduzetnika. Hrvatskoj se ulaskom u Europsku uniju otvorila mogućnost korištenja tih i takvih fondova u mjeri u kojoj je to na početku stvaranja države bilo gotovo nezamislivo.

Glavni razlozi kreiranja regionalne politike su političke i ekonomske pozadine jer su regionalne nejednakosti potencijalna prijetnja integraciji u jedinstveno unutrašnje tržište te se takvom politikom mogu postići određeni širi politički ciljevi Unije (Buenger, 2004). Financiranja se uglavnom provode putem resornih ministarstava koja raspisuju natječajne za aplikaciju korisnika s obzirom na ciljeve i dostupne fondove. Financiranja se provode i putem jedinica lokalne i regionalne samouprave koje mogu biti korisnici sredstava ili mogu biti nositelji projekta te raspisuju natječajne na koje se javljaju pojedinačni korisnici, poduzetnici, građani ili ostali gospodarski subjekti.

Ulaskom u Europsku uniju i dobivanjem statusa punopravne zemlje članice nakon 1. srpnje 2013. godine, za Republiku Hrvatsku otvoreni su mnogo izdašniji strukturalni fondovi za regionalni razvoj i poboljšanje standarda građana. Regionalni razvoj i poboljšanje standarda građana vidljivi su na svakome koraku, a uvelike su zaslužni i za aktualni gospodarski rast Republike Hrvatske.

Napori regionalne politike Europske unije u smislu ujednačavanja i dostizanja standarda zajednice usmjereni su na tri cilja (Kesner-Škreb, 2009: 104):

Konvergenција – cilj je podupiranjem gospodarskog rasta i zaposlenosti ubrzati konvergenciju najslabije razvijenih država članica EU i njihovih regija. Ti se napori financiraju sredstvima ERRF-a, ESF-a i Kohezijskog fonda i za taj se cilj izdvaja 81,5 % od ukupnih sredstava navedenih fondova.

Konkurentnost – cilj je razvoj ekonomskih i socijalnih promjena, poticanje inovacija, poduzetništva, zaštite okoliša i razvoj tržišta rada u regijama koje nisu obuhvaćene ostvarenjem cilja konvergencije. Financiranje se provodi putem ERRF-a i ESF-a te čini 16 % tih fondova.

Kooperacija – cilj je Unije jačanje kooperacije na međugraničnoj, transnacionalnoj i međuregionalnoj razini na području urbanoga, ruralnoga i obalnog razvoja te ubrzanje razvoja

ekonomskih odnosa među malim i srednjim poduzećima. Financiranje se provodi putem ERRF-a i za to se troši 2,5 % njegovih sredstava (Kesner-Škreb, 2009: 104).

Glavni je princip na kojem se temelji djelovanje EU princip solidarnosti i jedinstva između zemalja članica. Od samog početka uspostavljeno je zajedničko tržište kako bi se osigurao razvoj zemalja članica i omogućilo premošćivanje jaza u razvijenosti između određenih regija. (Jovančević, 2005: 273).

Sredstva za regionalni razvoj raspodjeljuju se putem sljedećih triju fondova:

Europski regionalni razvojni fond, ERRF (European Regional Development Fund, ERDF) obuhvaća programe podupiranja razvoja opće infrastrukture, inovacija i investicija radi stvaranja novih radnih mjesta. Sredstva su raspoloživa najsiromašnijim regijama EU. Taj fond, osnovan 1975. godine, najveći je od tri postojeća fonda.

Europski socijalni fond, ESF (The European Social Fund, ESF) usmjeren je na projekte profesionalnog obrazovanja te na potporu zapošljavanju i stvaranju novih poslova. Sredstva su namijenjena svim zemljama EU. Fond je osnovan 1958. godine.

Kohezijski fond (The Cohesion Fund) služi za financiranje ekološke i prometne infrastrukture te za razvoj obnovljivih izvora energije. Sredstva iz tog fonda namijenjena su zemljama čiji je BDP niži od 90-postotnog prosjeka EU. Fond je osnovan 1994. godine kako bi se ubrzala ekonomska, socijalna i teritorijalna konvergencija zemalja članica Unije (Kesner-Škreb, 2009: 104).

Korištenje fondova otvara brojne mogućnosti za daljnji razvoj čitave države i čitavog nacionalnog gospodarstva. Od ulaganja u infrastrukturu, ceste, željeznice, zračne luke, pomorske luke do komunalne infrastrukture, vodovoda, kanalizacije, plinovoda i svih ostalih oblika ostvarivanja preduvjeta za život građana u jednakim uvjetima kao i bilo gdje drugdje unutar granica Europske unije. Sve ove mjere u vidu poticaja poduzetnicima, gospodarstvenicima, lokalnoj i regionalnoj samoupravi omogućuju stope rasta koje bi bez njih bile gotovo nemoguće. Apliciranje na projekte i aktivno sudjelovanje Republike Hrvatske putem institucija Europske unije u kreiranju daljnjih razvojnih politika za buduća razdoblja postaje nužnost i jedini put koji ostaje na raspolaganju kako bi se potaknuo i zadržao gospodarski rast i unaprijedio životni standard čitave društvene zajednice.

4.4. Motivacija za poduzetničku aktivnost

Kako je već navedeno, svi elementi „poduzetničkog ekosustava“ moraju djelovati u smjeru jačanja i poticanja poduzetništva. Djelovanje je nužno u sferi očuvanja postojeće baze poduzetnika, stvaranjem stimulatavnog okruženja koje će omogućiti lakše, jednostavnije i jeftinije poslovanje koje će ih ujedno držati spremnima za borbu u globalnoj tržišnoj utakmici, ali i biti blagonaklono prema onima koji tek ramišljaju o ulasku u poduzetničke vode. Ne smije se zaboraviti da je Hrvatska mala zemlja malog tržišta i svoju egzistenciju može tražiti jedino izvoznom orijentacijom i propulzivnošću svoga gospodarstva.

„Ono što je ključno je poticaj ili okidač da osoba donese odluku da postane poduzetnik. U određenom broju slučajeva, to može biti splet životnih okolnosti, nužda, očaj, povoljna prilika, ili nešto treće, ali moguće je i da osoba koja ima izraziti talent nikada taj svoj talent ne sprovede u djelo i on u potpunosti ostane neiskorišten. Kao i svi ostali sudionici ekosustava i obrazovne institucije bi trebale otkrivati talente i potencijale u mladim ljudima, ukazati na njih, te potaknuti osobe da svoje talente za koje možda nisu niti znali da ih imaju, probude, i pokušaju ih iskoristiti na najbolji mogući način“ (Ribić, Blažević, 2016: 135).

U teorijskim razmatranjima dominantna su dva teorijska modela poduzetničke namjere: model poduzetničkog događaja i teorija planiranog ponašanja. Model poduzetničkog događaja promatra pokretanje poduzetničkog pothvata kao rezultat međudjelovanja kontekstualnih čimbenika koji utječu na percepciju poželjnosti, što podrazumijeva osobni sustav vrijednosti i sustav društvenih vrijednosti kojemu pojedinac pripada te percepcije izvodljivosti poduzetničkog pothvata što uključuje financijsku podršku i potencijalne partnere spremne za ulazak u zajednički poslovni pothvat (Liñán, 2004). Ovaj model pretpostavlja da su prijelomni životni događaji ključan poticaj promjene u poduzetničkoj namjeri, odnosno kasnijem ponašanju usmjerenom na poduzetničko djelovanje (McStay, 2008).

Prema drugoj teoriji, poduzetničko ponašanje je uvjetovano namjerom gdje pojedinac percipira poduzetništvo kao poželjno i spreman je pokrenuti vlastiti pothvat s ciljem realizacije poslovne ideje.

Teoriju planiranog ponašanja određuju tri prediktora namjere: individualni stav prema ponašanju, subjektivna norma i percipirana kontrola ponašanja. Individualni stav prema ponašanju i subjektivna norma smatraju se motivacijskim, a percipirana kontrola ponašanja nemotivacijskim faktorom utjecaja na ponašanje (McStay, 2008).

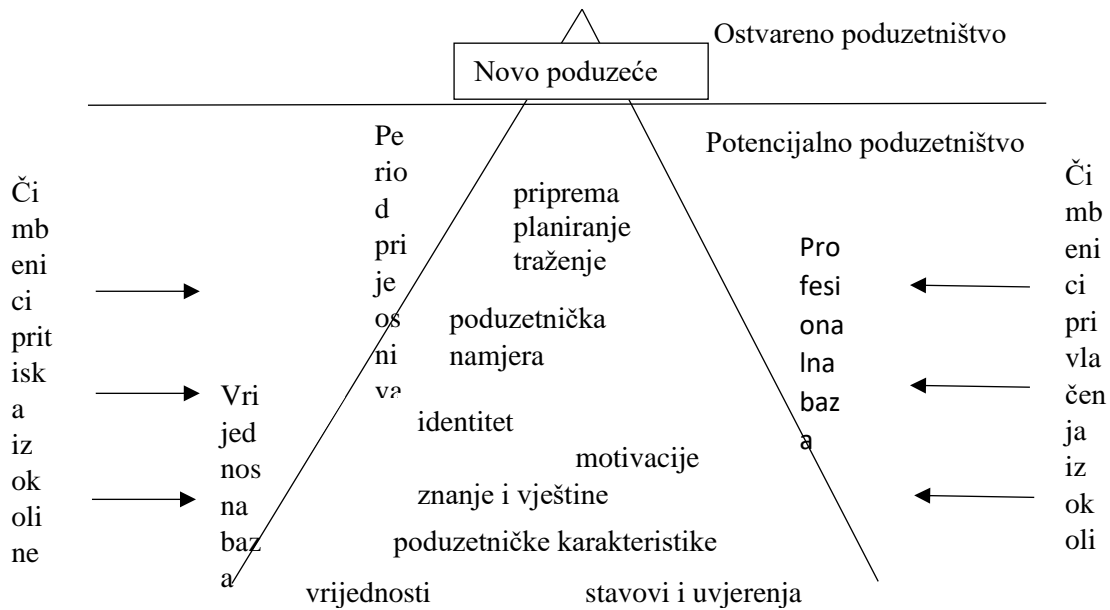
Poduzetničke namjere u najvećem broju slučajeva usmjerene su na pokretanje novoga pothvata ili na stvaranje novih vrijednosti u postojećim pothvatima. Poduzetnički duh ne miruje

i kada je realizirana jedna poslovna ideja, razmišlja se o novoj. Namjera uključuje i racionalno/analitičko mišljenje, odnosno ciljno usmjereno ponašanje i intuitivno/holističko mišljenje, odnosno viziju (Bird, 1988). Ukoliko osoba ima pozitivan stav prema poduzetništvu, a okolišni uvjeti uvjetuju pojavu određenog „okidača“ koji je jači od svih prepreka koje mu mogu stajati na tom putu, dogodit će se osnivanje novoga poduzeća (Volery, i sur., 1997).

Odrednice poduzetničkog djelovanja čine splet različitih uzročnika i varijabli koje je veoma teško jednoznačno utvrditi i ponuditi recept prema kojemu će zasigurno doći do pokretanja poduzetničkog pothvata. Obično se naknadnom analizom i mjerenjima ostvarenih pothvata stvara slika o namjerama djelovanja te slika o tome je li neka regija ili zemlja poduzetnička ili nepoduzetnička. Preispitivanjem stavova, okolišnih čimbenika i drugih „okidača“ poduzetnika koji su realizirali poslovni pothvat daje se obrazloženje strukture uzročnika koji stoje iza poduzetničke akcije.

Tako su autori Vesalainen i Pihkala, temeljem dosadašnjih teorijskih postavki o motivima poduzetničkog ponašanja, pokušali dati svoju sliku odrednica poduzetničkog ponašanja kroz različite faze poduzetničkog procesa (Vesalainen, Pihkala, 1998).

Slika 12: Determinante poduzetničkog ponašanja



Izvor: Vesalainen, Pihkala, 1998.

Prema ovoj teoriji, prvu razinu čini vrijednosna baza koja se sastoji od stavova prema poduzetništvu, osobne vrijednosne strukture, uvjerenja i različitih poduzetničkih karakteristika i ponašanja. Uz navedeno, bitnu karakteristiku čine i osobna motivacija, odnosno unutarnji motivatori kao pokretač te znanje stečeno tijekom cjelokupnog života pojedinca. Neke poduzetničke osobine nastaju pod utjecajem vrijednosne baze koja mora biti pozitivna i otvorena prema poduzetništvu, a ona istodobno utječe i na razvoj profesionalne baze. Osobe koje imaju pozitivniji stav prema poduzetništvu profesionalna znanja i vještine radije će usmjeravati u tome pravcu. Ukoliko je stav negativan (ili barem nedovoljno pozitivan), osobe će pokušati izbjegavati takvo ponašanje (Krueger i sur., 2000), odnosno radije će pokušavati pronaći posao kod postojećeg poduzetnika nego da sami postanu poduzetnici.

U sljedećoj fazi javlja se poduzetnička namjera kao poveznica osobne profesionalne baze i stvarnog poduzetničkog ponašanja.

Posljednju fazu autori nazivaju predpoduzetničkom, a ona uz istraživanje, planiranje i pripremu za *startup* fazu, predstavlja poduzetnički potencijal koji može i ne mora završiti realiziranim poduzetničkim pothvatom.

Cjelokupni poduzetnički proces uvijek je osobni unutarnji proces, međutim, na njega snažno utječu osobne i eksterne determinante. Vanjski utjecaji mogu biti socijalne, ekonomske ili političke prirode, povezani s razvojem infrastrukture i tržišta, i snažno utječu na vrijednosnu bazu pojedinca. To može biti obitelj koja se bavi nekom poduzetničkom aktivnošću, snažno gospodarski razvijeno okruženje u kojem je značajnije više poduzetnika u kojima osoba može naći model ili uzor s kojim se želi identificirati i sl.

Čimbenici poduzetničke prilike i nužnosti obično su usko povezani s poduzetničkim procesom. Iz navedenog razloga, faktor nužnosti i faktor poduzetničke prilike postaju mjerilo pri svim daljnjim analizama motiva za poduzetničko ponašanje. Nužnost može nastati kao posljedica otkaza, nezadovoljstva postojećim radnim mjestom ili nemogućnošću napredovanja, odnosno nemogućnosti pronalaska posla u određenom razdoblju (Singer i sur., 2018).

U navedenim analizama motiva za poduzetničko ponašanje, aktivna je i Republika Hrvatska koja se 2002. godine uključila u Global Entrepreneurship Monitor (GEM), jedno od najvećih svjetskih kontinuiranih poduzetničkih istraživanja. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) istraživanje je koje su 1999. godine, uz podršku sedam najrazvijenijih zemalja svijeta³⁶, pokrenuli London Business School i Babson College, a ključni mu je cilj istražiti povezanost između poduzetništva i ekonomskog rasta nekog gospodarstva.

Poduzetnička aktivnost na individualnoj razini prati se kroz faze poduzetničkog ponašanja (od prepoznavanja poslovnih prilika, preko namjera do pokretanja i rasta poslovnog pothvata te izlaska iz poduzetničke aktivnosti) i kroz obilježja poduzetničkog ponašanja (kompetencije, strah od promašaja, društveni status). Od 2011. godine u praćenje je uključena i poduzetnička aktivnost zaposlenika (Singer i sur., 2018).

Kako bi se pratila poduzetnička aktivnost, GEM istraživanje je razvilo indekse s pomoću kojih je moguće vršiti usporedbu zemalja koje su uključena u istraživanje. Najčešće su korišteni TEA indeks ili indeks ukupne poduzetničke aktivnosti te motivacijski indeks.

TEA indeks izražava poduzetničku aktivnost osoba u dobi između 18 i 64 godine koje su se odlučile pokrenuti poslovni pothvat u određenoj godini svojega života. On uključuje poduzetnike početnike i nove poduzetnike koji posluju duže od 3, ali kraće od 42 mjeseca. (Singer i sur., 2018). Ukoliko je indeks u jednoj godini 6,7, znači da je u toj godini 6,7 ljudi na 100 stanovnika pokrenulo poduzetnički pothvat u zadnja 3 mjeseca ili je aktivno najduže 42 mjeseca.

³⁶ U vrijeme pokretanja istraživanja u skupinu G7 pripadale su Francuska, Njemačka, SAD, Japan, Kanada, Italija, Velika Britanija, dok su u kreiranju GEM istraživanja sudjelovali i Danska, Finska i Izrael.

Interes svake države je što veći TEA indeks i što veći broj osoba koje će pokrenuti svoje poduzetničke pothvate. Vlada i kreatori gospodarske politike svojim mjerama moraju osiguravati poticajno poduzetničko okruženje, omogućujući sve većem broju osoba ulazak u poduzetništvo kako bi svojim osobnim razvojem doprinijeli razvoju cjelokupnog nacionalnog gospodarstva.

Motivacijski indeks identificira dvije vrste poduzetnika. Prva vrsta predstavlja poduzetnike koji su pokrenuli vlastiti poslovni pothvat uočivši poslovnu priliku i broj takvih mjeri se indeksom koji se naziva „TEA prilika“. Ovakvi motivi za pokretanje poduzetničkih aktivnosti nazivaju se i „pull-čimbenici“ jer odlikuju poduzetnike koji nakon uočavanja poslovne prilike u poduzetništvo ulaze svjesno s namjerom i traže svoje samoispunjenje, neovisnost i druge poželjne ishode (Keeble i sur., 1992).

Druga vrsta su poduzetnici koji su pokrenuli poslovni pothvat spletom životnih okolnosti, odnosno iz nužde. Takve poduzetnike u pokretanje poduzetničkog pothvata guraju negativne vanjske sile, tzv. „push-čimbenici“, poput nezadovoljstva trenutnim poslom, gubitak postojećeg posla, poteškoće u pronalaženju posla i sl. (Gilard, Levine, 1986). Broj takvih poduzetnika mjeri se indeksom koji se naziva „TEA nužnost“. Za zdravlje nacionalne ekonomije, s obzirom na prikazanu teoriju determinanata poduzetničkog ponašanja, od izrazitog je značaja da je broj osoba koje su postali poduzetnici uočivši poslovnu priliku veći od onih koji su ušli u poduzetničke vode spletom životnih okolnosti, odnosno iz nužde.

Odnos ova dva indeksa - TEA prilika/TEA nužnost - , naziva se indeksom motiviranosti, i svakako je poželjno da on bude što je moguće viši, a nikako manji od 1 (Bedecković, 2016). Kada bi taj indeks bio manji od 1, to bi značilo da je veći broj poduzetnika kod kojih je na pokretanje pothvata utjecao značajniji broj negativnih vanjskih sila, pa je samim time i rizik poslovnog neuspjeha značajno veći.

Ukoliko je broj veći od 1, to znači da je veći broj poduzetnika kod kojih su na pokretanje poduzetničkog pothvata dominantnije bile izražene pozitivne silnice i u poduzetništvo su ušli uočivši poslovnu priliku.

5. OBRAZOVNI SUSTAV I OBRAZOVANJE ZA PODUZETNIŠTVO

Budući da je poduzetništvo jedan od ključnih faktora za uspješnost svake nacionalne ekonomije, od osobitog značaja je poticati edukaciju usmjerenu na poticanje što je moguće većeg broja poduzetnika.

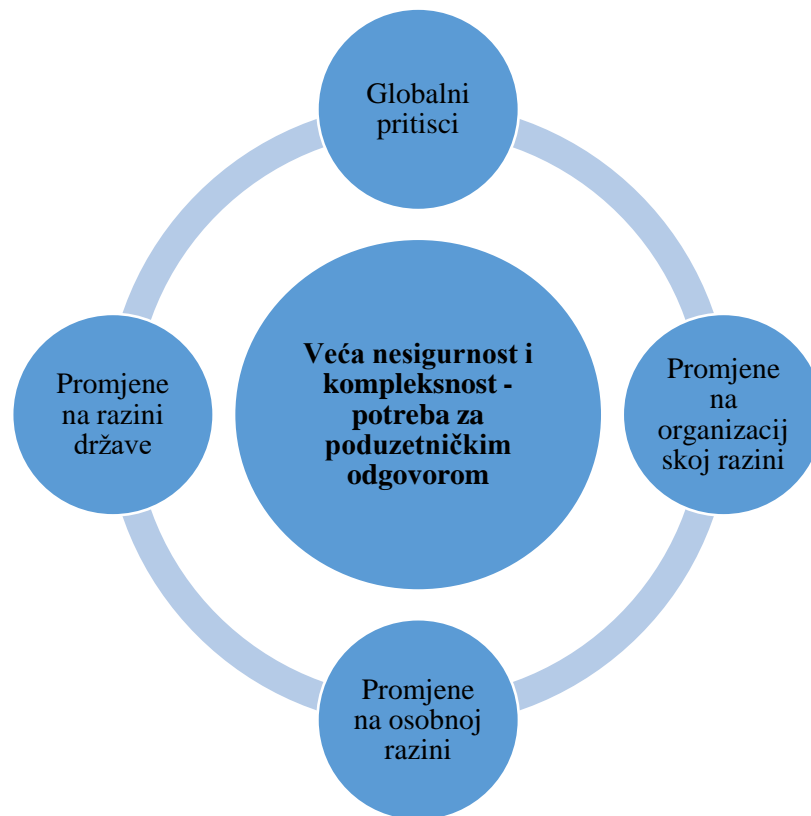
Ukoliko želi imati konkurentno gospodarstvo, zadatak je svake države poticati što pozitivnije poduzetničko okruženje i stvaranje povoljne poduzetničke klime. Uz to, nužno je i poticati stvaranje većeg broja visokoobrazovnih institucija koje će svoje studijske programe usmjeriti na poticanje poduzetništva, odnosno barem do određene mjere poticati afirmaciju poduzetničkog ponašanja.

U posljednjih stotinu godina, a uslijed izražene globalizacije, svijet se značajno izmijenio, a pojedinci su izloženi sve većemu pritisku u poslovnom i privatnom životu. Neizvjesnost i kompleksnost opstanka i života u takvim uvjetima doveli su do nužnog promišljanja o promjeni načina obrazovanja i pogleda na život. Vještine koje zahtijevaju poslovi današnjice tijekom deset godina neće značiti previše, stoga je potrebno formirati obrazovne programe koji će stvarati pojedince koji će moći opstati i prilagoditi se brzim promjenama tehnološkog razvoja.

Pritisak globalizacije na pojedince, organizacije, a posljedično i na cjelokupno društvo, stvaraju sve kompleksnije strukture međusobnih djelovanja te donose neizvjesnost i nesigurnost na svim razinama, što je prikazano na slici 13. U takvome društvu samo najsposobniji pojedinci i organizacije imaju šansu za uspjeh i prosperitet, a opstanak im u značajnoj mjeri ovisi o tome koliko i na koji način su se spremni i sposobni nositi s navedenim izazovima. Organizacije osjećaju promjene kroz potpuno drugačije mogućnosti poslovnih odnosa, kroz brži protok informacija, brže promjene u navikama potrošača, kraći životni ciklusi proizvoda, prihvaćanje različitih međunarodnih standarda i sl. Ovakvi uvjeti prilika su za novi rast i razvoj, no istovremeno donose značajno izraženiju neizvjesnost i kompleksnost na svim razinama donošenja poslovnih odluka. Državne organizacije osjećaju pritiske u smislu rasta ekološke svijesti i brige za okoliš u svim segmentima društva, izraženih stavova i osjetljivosti prema „manjima“, ranjivim skupinama, potrebe za jačanjem regulacije u pojedinim industrijama uz istovremeni pritisak na jačanja deregulacije u nekim drugim industrijskim granama.

U kontekstu svih promjena i izazova današnjice, pokazalo se da su poduzetničke vještine i poduzetničko ponašanje na svim razinama društva ključni za odgovore na aktualne izazove i suočavanje s neizvjesnom budućnošću (Gibb, 2002).

Slika 13 Obrazovanje u svijetu promjena



Izvor: Gibb, Cotton, 1998.

Većina stanovnika neke zemlje nisu – i vjerojatno ne bi ni trebali biti - poduzetnici, ako pod pojmom „poduzetnika“ podrazumijevamo one koji pokreću nove poslovne poduhvate. Međutim, svi ljudi bi trebali znati gledati na probleme kao prilike da stvore dodanu vrijednost rješavanjem tih problema. Jednako tako trebaju biti educirani da poboljšaju svoje sposobnosti stvaranja dodanih vrijednosti. S ovakvoga aspekta, svi ljudi mogu biti – i trebali bi biti – poduzetnici (Thomas, Kelley, 2011). Poduzetnička edukacija je cjeloživotni proces čiji cilj treba biti razvijanje poduzetničkih vještina i stavova prema svim stanovnicima bez obzira na životnu dob.

Poduzetnička edukacija mora uključivati sve skupine ljudi bez obzira na životnu dob i na socijalni status ukoliko nacionalno gospodarstvo želi održati stečenu razinu životnog standarda, a ukoliko se želi suočiti s bolestima koje nam donosi suvremeno društvo (Thomas, Kelley, 2011).

„Kompanije u današnjem gospodarstvu temeljenom na uslugama sve više i više obrađuju informacije, a ne sirovine. U informacijskom gospodarstvu vještine naučene na fakultetu preduvjet su za dobro plaćen posao. Osoba koja nema srednjoškolsko obrazovanje općenito je u znatno nepovoljnijem položaju na tržištu poslova. Čak i ako trebate posuđivati za svoje

obrazovanje, odgoditi godine isplativog zaposlenja, živjeti daleko od kuće i plaćati hranu i knjige, vaša životna zarada od zanimanja koja se nude samo fakultetski obrazovanim osobama vjerojatno će nadoknaditi troškove“ (Samuelson, Nordhaus, 2011: 256).

Tijekom povijesnog razvoja čovječanstva, ljudska bića u svojoj nesavršenosti cijeloga su života otvorena za učenje i stjecanje novih znanja i spoznaja. Učenje započinje već rođenjem djeteta koje oponašajući odrasle stječe određeno znanje, a nastavlja se formalnim i obveznim obrazovanjem u školama te u konačnici i neobveznim obrazovanjem na visokim školama ili sveučilištima. U današnjim uvjetima i sukladno potrebama tržišta možemo reći da je visoko obrazovanje postala nužna pretpostavka za ekonomski rast. Naime, „neoklasični model ekonomskog rasta (Solow-Swan) odlazi korak dalje, definirajući ekonomski rast neke zemlje kao funkciju: rada, kapitala, prirodnih resursa, ali i nematerijalnih čimbenika, to jest znanja“ (Škrtić, Mikić, 201: 290). Prema navedenoj definiciji tvorci neoklasičnog modela ekonomskog rasta ustanovili su da se oko 75 % ekonomskog rasta može pripisati obrazovanju kao jednom od oblika ljudskog kapitala. Stoga ne iznenađuje činjenica da se bogatim zemljama smatraju one koje posjeduju kvalitetan ljudski potencijal i koriste ga u rješavanju međunarodnih i globalnih svjetskih problema (Pastuović, 1999).

Prema stupnju organiziranosti edukacije moguće je razlikovati školovanje od neškolskog obrazovanja i odgoja koje može biti formalno i neformalno. Takva se konceptualizacija temeljnih pojmova cjeloživotnog obrazovanja i odgoja danas drži opće prihvaćenom“ (Pastuović, 1999; prema Dohmen, 1996).

Znanje i obrazovanje su važni za svaki oblik gospodarske aktivnosti, bez obzira o kojemu sektoru se radi. Znanje se stječe ili jača učenjem i iskustvom, no u današnjem i budućem vremenu možemo očekivati da će prioritetno biti ono prvo - učenje (Vajić, 1994).

Kada govorimo o obrazovanju poduzetnika, tu se prvenstveno misli na visokoškolske institucije koje su svoje obrazovne programe usmjerile na područja ekonomije, menadžmenta i poduzetništva, koje pružaju teorijsko i praktično znanje, čime se stječe dobar preduvjet za buduće poduzetnike.

Sukladno navedenom, obrazovanje za poduzetničke kompetencije ima visoki prioritet i u politikama Europske unije, kao ključna komponenta jačanja kapaciteta poduzetničkog ponašanja, te je definirano i ključnom cjeloživotnom kompetencijom. Međusobnu povezanost poduzetničke aktivnosti i osposobljenosti za poduzetničko djelovanje potvrđuju i podatci o tome kako su obrazovanije osobe češće poduzetnički aktivne od manje obrazovanih (Singer i sur., 2019).

„Veza između poduzetništva, produktivnosti rada i životnog standarda je jednostavna. Svake godine, ukupna vrijednost dobara i usluga koje neko gospodarstvo proizvede jednaka je isplatama za sve faktore proizvodnje, uključujući plaće, najam kapitala, te profit tvrtki. Međutim, na kraju potrošači primaju te isplate faktora u obliku nadnica, plaća, dividendi ili kamata. Posljedica toga je da svi potrošači zajedno mogu dugoročno povećati svoju potrošnju samo povećanjem ukupne razine proizvodnje“ (Pindyck, Rubinfeld, 2005: 189).

Nacionalno vijeće za konkurentnost izradilo je dokument „55 preporuka za povećanje konkurentnosti Hrvatske“ (2004)³⁷ na temelju kojega je moguće uočiti da se preporuke od 1 do 11 odnose isključivo na obrazovanje za rast i razvoj.

Obrazovanje u svojim najrazličitijim oblicima svakako je najzaslužnije za napredak ljudske vrste i za život kakav živimo. Obrazovanje nam je omogućilo da danas živimo bolje i dulje nego ikad prije te nam je otvorilo prilike za poboljšanje života. Obrazovanje (obrazovna struktura stanovništva i znanje), najveća je komparativna prednost ili nedostatak svakog društva odnosno države.

Postotak pristupa širih društvenih slojeva programima višega i visokoga obrazovanja djelomični su pokazatelj stupnja u kojem stanovništvo usvaja vještine visokoga stupnja i znanja potrebne na tržištu rada u ekonomiji znanja (Flego, 2003: 11).

Prema zadnjem popisu stanovništva Republike Hrvatske iz 2011. srednjoškolsku maturu je položilo oko 58 % građana, što uključuje i osobe s visokim obrazovanjem. Od navedenog broja Republika Hrvatska imala je samo 17,7 % visokoobrazovanih. U isto vrijeme, 42 % stanovništva ima samo osnovnu školu i manje.³⁸ Uspoređujući to sa zemljom koja je slična Hrvatskoj po broju stanovnika, Irska je po broju visokoobrazovanih (s 33,3 %), gotovo dvostruko bolja od Hrvatske.

Obrazovanje za poduzetništvo, osim toga što je značajno kao način poticanja mladih osoba na pokretanje vlastitih poslovnih pothvata, značajno je i kao dobar poticaj mladim ljudima u ostvarenju njihovih ciljeva koji nužno ne moraju biti vezani za pokretanje i vođenje vlastitih poslovnih pothvata. Kako navodi Europski pakt za mlade, koji je 2005. godine usvojilo Vijeća Europe, promicanje poduzetništva i poduzetničkog načina razmišljanja među mladim ljudima mora biti u središtu obrazovanja na svim razinama jer će im se na taj način omogućiti lakše ostvarenje zacrtanih ciljeva, bez obzira na to kakvi oni bili (European Commission, 2006).

³⁷ <http://konkurentnost.hr/wp-content/uploads/2018/01/NVK-55-Preporuka.pdf> (9. 6. 2020.)

³⁸ www.dzs.hr (15.10. 2018.)

Kako bi podučavanje imalo svoj potpuni smisao, kod uspješnog obrazovanja veoma je važno odabrati adekvatne metode poučavanja, odnosno načine ne koje će učenici i studenti najbolje usvojiti obrazovne sadržaje. Vrijeme predavanja *ex chatedra* (lat. s katedre, sa stolice)³⁹ davno je iza nas, s obzirom na to da je praksa pokazala da takav način podučavanja ima najmanji efekt. Već je davne 1963. Edgar Dale s pomoću svog stošca iskustva potvrdio koliki učinak ima pojedini način podučavanja i koliko je dug vremenski rok trajanja određene informacije koju primimo.

³⁹ <http://www.enciklopedija.hr> (19. 6. 2019.)

Slika 14: Stožac iskustva

Stožac iskustva		
Nakon dva tjedna sjećamo se		Način uključenosti
90 % od onoga što govorimo i činimo	Stvarno djelovanje	Aktivno
	Simuliranje stvarnog iskustva	
	Držanje dramatične prezentacije	
70 % od onoga što govorimo i činimo	Držanje govora	
	Sudjelovanje u raspravi	
50 % od onoga što čujemo i vidimo	Promatranje što se radi na licu mjesta	
	Promatranje pokusa	
	Gledanje primjera za vrijeme pokusa	
	Gledanje filma	
30 % od onoga što vidimo	Gledanje slika	
20 % od onoga što čujemo	Slušanje (riječi)	
10 % od onoga što pročitamo	Čitanje	

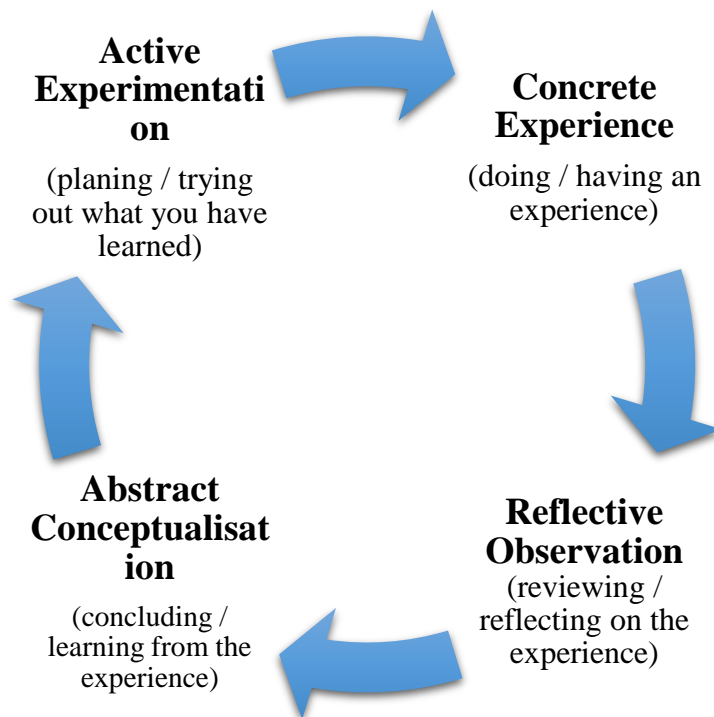
Izvor: Kiyosaki, R.T. (2017), *Bogati otac, Siromašni otac*, Katarina Zrinski d.o.o., Varaždin, prema Dale, E. (1969). *Audio-visual methods in teaching* (3rd ed.). New York: Holt, Rinehartand Winston.

U skladu s navedenim prikazom, moderno podučavanje zahtijeva primjenu metoda aktivnog učenje vlastitim iskustvom i djelovanjem u stvarnom okruženju. Za kvalitetno učenje nužno je, „korisno i prijeko potrebno da student na sebi iskusi lutanja između različitih didaktičkih pristupa, koristi se refleksivnom diskusijom, razvija vlastiti koncept učenja“ (Buljubašić-Kuzmanović, 2007: 158), kako bi u potpunosti savladao vještinu i znanje koje može biti primjenjivo. Studenti nabolje uče aktivno, odnosno stvarnim djelovanjem ili simuliranjem stvarnog iskustva.

Značajan doprinos razvoju teorije poduzetničke edukacije može se promatrati i kroz Kolbov ciklus učenja. On se zasniva na principu učenja na iskustvu, što pomaže u razvoju vještina i učenja (Kolb, 1984).

Teorija se sastoji od 4 nivoa učenja, kružno povezanih, koji se izmjenjuju određenim redoslijedom.

Slika 15: Kolbov ciklus učenja



Izvor: Kolb, D.A. (1984), *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Nije dovoljno samo imati iskustvo kako bi se učenje dogodilo, već je neophodno reflektirati se na to iskustvo kako bi se došlo do generaliziranja i stvaranja koncepata koji se onda mogu primijeniti na nove situacije. Naučeno se mora testirati u novim situacijama kako bi bili sigurni da je naučeno zaista i usvojeno. Osoba koja uči mora napraviti vezu između teorije i prakse primjenom planiranja, djelovanja i refleksije, a nakon toga praktično znanje mora ponovno povezati s teorijskim.

Osim toga što je potrebno poticati mlade ljude koji se tek obrazuju ili završavaju svoje fakultetsko obrazovanje, važno je poticati i osobe starije životne dobi na samostalno pokretanje poduzetničkih pothvata. I dalje ostaje dilema o životnoj dobi osoba koje će se značajnije poticati na pokretanje vlastitih poslovnih pothvata, osobito onih koji će rezultirati boljim učinkom. Empirijski dokazi znanstvenih istraživanja upućuju na činjenicu da se značajnija korist poduzetničke edukacije može postići u zrelijoj životnoj dobi određene osobe (Fenton, Barry, 2011). Međutim, optimalno vrijeme kada bi se moglo procijeniti ima li netko potencijala u svojoj budućnosti postati poduzetnik trebalo bi se događati već od kraja osnovnoškolskih i početka srednjoškolskih razdoblja života određene osobe, u trenucima u kojima osobe odlučuju o budućim karijerama i životnim pozivima (Rasheed, 2000).

Formalno obrazovanje u poduzetništvu je izrazito važno, ali nikako nije presudno za uspješnost vođenja poduzeća. Namjera poduzetničkog djelovanja, formalno obrazovanje i motivi pokretanja poduzetničkog pothvata impliciraju potencijalno bolju pripremljenost za pokretanje poslovnog pothvata i veći optimizam koji se temelji na prepoznatoj prilici, a samim time i uspješno upravljanje poduzetničkim pothvatom (Singer i sur., 2017).

Potvrđeno je da studenti s diplomom iz poduzetništva, u usporedbi sa studentima koji su diplomirali na nekim drugim smjerovima, pokazuju viši stupanj poduzetničke namjere i poduzetničke samodjelotvornosti (Kolvereid, Moen, 1997; Noel, 2001).

5.1. Ciljevi poduzetničkog obrazovanja

Značaj i ciljevi odgoja su višeslojni i ovisni o kontekstima u kojima se pitanje postavlja te o političkim i osobnim vrijednostima onoga tko odgovara. Najprošireniji pedagoški cilj svakako predstavlja prijenos postojećeg znanja s generacije na generaciju (Pastuović, 1999).

S filozofskog aspekta, postoje dvije škole mišljenja o tome što su ultimativni ciljevi učenja:

1. prenošenje kulture (običaja, konvencija, normi, vrijednosti, uloga, jezika) s prethodne generacije na sljedeću – esencijalizam – drži da je cilj odgoja specijalizacija mladih za sudjelovanje u zajedničkoj kulturi. Odgoj postoji da bi prenosio kulturu, vrijednosti i znanja s jedne generacije na drugu, osiguravajući na taj način kontinuitet te kulture. Djeca bi trebala završiti formalno obrazovanje sa solidnim razumijevanjem „bitnih“ znanja i stečenih sposobnosti kako bi pridonosila društvu kojemu pripadaju. Učenje je zahtjevan posao koji traži ustrajnost i nastavnika-stručnjaka određenog predmeta koji uspješno vodi učenika u

obrazovnom procesu. Izgrađujući se na temeljnim sposobnostima, učenik će steći sustavno i detaljno znanje „tradicionalnih“ predmeta kao što su matematika, znanost (prirodoslovlje) i književnost.

2. poticanje učenika na shvaćanje vječnih i univerzalnih istina – perenijalizam – polazi od zamisli da postoji objektivna stvarnost i da je znanje o tomu prisutno u našem shvaćanju. Iako mogu postojati razlike unutar i između kultura, postoje apsolutne i nepobitne istine. Nastavnikova je uloga omogućiti učenicima da razumiju vječna načela koja su zajednička svim ljudima, prije nego specifična i kulturalno ograničena znanja ili „činjenice“. Perenijalisti nastoje podržati učenike u njihovom osobnom razvoju otkrivanjem istina sadržanih u velikim radovima iz književnosti, umjetnosti, filozofije i religije (Duffour, Curtis, 2012: 79).

Možemo tako navesti nekoliko ciljeva edukacije za poduzetništvo:

- podizanje poslovnih i karijernih aspiracija pojedinca
- ohrabrivanje pojedinaca da preuzmu odgovornost i vlasništvo nad svojim učenjem i obrazovanjem
- podizanje svjesnosti i potpomaganje procesa kulturalne transformacije kako bi se stvorila poticajna okolina za razvoj poduzetništva
- promocija socijalnog poduzetništva s ciljem jačanja društva
- uspostavljanje principa slobodnog društva u kojem je osnivanje poduzeća pravo svih građana
- poboljšanje prilika za ekonomski rast, tj. smanjenje socioekonomskih problema kroz potencijalno povećavanje broja poduzetnika i poduzetnih pojedinaca
- povećanje organizacijskih kapaciteta korištenjem poduzetničkih vještina, osobina i ponašanja zaposlenika. (Jones, Iredale, 2006).

Uz navedene, pojedini autori poduzetničko obrazovanje sagledavaju kroz prizmu još nekoliko ciljeva (Garavan, O'Conneide, 1994:5):

- steći znanja o poduzetništvu
- steći vještine u korištenju tehnika prilikom analiziranja poslovnih situacija i definiranja akcijskih planova
- identificirati i stimulirati poduzetnički duh, talent i vještine
- eliminirati averziju prema riziku, koja je prisutna u brojnim analitičkim tehnikama
- razviti empatiju i podršku za sve posebne aspekte poduzetništva
- razviti stav prema promjeni

- ohrabrivati osnivanje novih poduzeća i drugih poduzetničkih pothvata.

Prema modernim i progresivnijim aspektima, cilj odgoja trebao bi biti jačanje posebnih kvaliteta učenika. Obrazovni sustav ne bi trebao djecu podučavati sadržaju, odnosno tome „što misliti“, već bi obrazovanje trebalo biti podučavanje načinu mišljenja, odnosno tome „kako misliti“. Posebice se to mora odnositi na obrazovanje budućih poduzetnika.

S obzirom na činjenicu da poduzetništvo ne podrazumijeva isključivo osnivanje i vođenje malog poduzeća, ciljevi poduzetničkog obrazovanja ni u kojem slučaju se ne smiju isključivo vezati uz poticanje studenata na pokretanje i vođenje vlastitog posla. Cilj obrazovanja općenito, pa tako i cilj poduzetničkog obrazovanja, mora biti u funkciji ohrabivanja ljudi na lateralno razmišljanje, održavanja otvorenog i radoznalog uma te sagledavanja postojećih stvari na nov način (Kirby, 2004).

Ni jedna obrazovna institucija ne može podučiti buduće poduzetnike svim informacijama i činjenicama koje će kasnije koristiti u svome profesionalnom radu. Ovo je jednostavno iz razloga što je to nemoguće. Nemoguće je predvidjeti sve poslovne situacije koje će se dogoditi tijekom jednoga radnog vijeka i dati univerzalna rješenja za njih. Nužno je podučiti ih tehnikama razmišljanja te načinima i mogućnostima stvaranja novih znanja na jednostavniji i efikasniji način. Cilj obrazovanja je usvajanje teorijskih i praktičnih znanja, a cilj odgoja mladih je njihovo kultiviranje kako bi postali samouvjereni i aktivni. Odgoj ima središnju važnost za zdrav i stalan napredak društva. Razvijajući sposobnosti i osobine aktivnih građana, škole trebaju stvarati mlade koji su sposobni u potpunosti sudjelovati u demokratskom životu (Dewey, 1997). Takvo stajalište zastupao je i ekonomist Georg Pratt Shultz još davne 1975. godine, navodeći kako se pojmovi poduzetništva i poduzetnosti ne mogu ograničiti samo na ekonomiju i poslovne ljude (Shultz, 1975.; prema Kuip i Verheul, 2003.), već je potrebno u obrazovanje uključivati i razvoj poduzetnosti širih društvenih slojeva kako bi mogli funkcionirati u sve kompleksnijim društvenim odnosima koje nameće suvremeno globalizirani svijet. Uključivanje poduzetnosti u obvezno obrazovanje znači modifikaciju suvremenog koncepta poduzetništva, što implicira osobine ličnosti, znanja, vještine i stavove pojedinca koje mu omogućuju kreiranje i realiziranje prilika u promjenjivom i nesigurnom profesionalnom i društvenom okruženju. „Današnje diskusije o pojmu poduzetništva, koje se odvijaju u kritičkom odnosu spram njegovog užeg tradicionalnog razumijevanja, idu u smjeru i terminološke promjene, tj. zamjene pojma poduzetništva pojmom poduzetnosti kako bi se i na semantičkoj razini izrazilo njegovo širenje izvan ekonomije na sva ostala područja ljudskog i

društvenog života, te spomenuti pomaci u njegovim sadržajnim komponentama“ (Baranović i sur., 2007: 340-341).

Što se tiče ciljeva poduzetničkog obrazovanja, prije uspostave bilo kakvog obrazovnog programa, potrebno je razlučiti što želimo postići tim obrazovanjem. Tako se mogu identificirati dvije vrste poduzetničkog obrazovanja:

- obrazovanje za poduzetništvo
- obrazovanje o poduzetništvu (Levie, 1999).

Ovakvu podjelu nužno je napraviti kako bi se razdvojili ciljevi svakog pojedinog obrazovnog programa i kako bi se na pravi način formirale metode za svaki cilj. Ukoliko će se osoba obrazovati za poduzetništvo, veći naglasak mora se staviti na stvarnu poduzetničku aktivnost i što je više moguće povezati studente sa stvarnim poduzetnicima s pomoću interakcije, uvježbavanja prezentacijskih i komunikacijskih vještina, izrade poslovnih planova, studija slučajeva i sl.

Ukoliko se kao cilj obrazovanja postavlja obrazovanje o poduzetništvu, naglasak će se stavljati na proučavanje teorijskih i znanstvenih spoznaja o poduzetništvu na tradicionalniji način, s pomoću predavanja i učenja iz udžbenika.

Slijedom navedenog je zamišljena i podjela na stručne i sveučilišne studije u sustavu visokog obrazovanja na način da će stručni studiji veći naglasak stavljati na obrazovanje za poduzetništvo, a sveučilišni na obrazovanje o poduzetništvu. Međutim, ova granica je u velikom dijelu sustava Republike Hrvatske dosta nejasna, što možda implicira i rezultate obrazovanja poduzetnika ispod razine potrebnih i očekivanih.

Ipak, većina obrazovnih institucija poduzetničko obrazovanje promatra Gibbovim konceptom poduzetničkog obrazovanja, koji se može sažeti u tri cilja, te na taj način kreiraju svoje obrazovne programe (Hytti, O'Gorman, 2004):

- **Naučiti razumjeti poduzetništvo**
 - Što poduzetnici rade?
 - Što je poduzetništvo?
 - Zašto su poduzetnici potrebni?
 - Koliko poduzetnika trebamo?
- **Naučiti biti poduzetan**
 - Trebam preuzeti odgovornost za svoje obrazovanje.
 - Trebam preuzeti odgovornost za svoju karijeru i život.

- Kako to napraviti?
- **Naučiti biti poduzetnik**
 - Mogu li postati poduzetnik?
 - Kako se postaje poduzetnikom?
 - Kako voditi posao?

Prvi cilj namijenjen je širem krugu populacije i možemo ga povezati s teorijom obrazovanja o poduzetništvu. Na ovaj se način stvara pozitivan stav i mišljenje o poduzetništvu i poduzetnicima kao osobama, temeljnim nositeljima gospodarskih aktivnosti. Unaprjeđuje se poduzetnički ekosustav u pozitivnom smjeru putem različitih medijskih i obrazovnih kampanja na svim razinama obrazovanja.

Drugi cilj se odnosi na osposobljavanje pojedinaca za samostalno preuzimanje kontrole nad svojim obrazovanjem, izborom karijere i životom općenito. Tu se prvenstveno misli na stvaranje aktivnih pojedinaca, članova društvene zajednice koji će promišljati o različitim životnim aspektima na područjima na kojima djeluju bez obzira na to radi li se o ekonomiji, medicini ili nekom drugome području.

Treći cilj odnosi se na pripremanje pojedinca da postane nositelj poduzetničkog pothvata te ga se nastoji naučiti vještinama i upravljanja vlastitim poduzećem. Ovakvi programi učenja za poduzetništvo okrenuti su praktičnim vještinama, simuliranju poslovnog okruženja, stvaranje simuliranih poslovnih pothvata i sl. kako bi se u što je većoj mjeri razvile poduzetničke kompetencije.

5.2. Stvaranje poduzetnika pomoću obrazovnog sustava

„Učenje se može definirati kao relativno trajna promjena u načinu ponašanja koja je rezultat vježbe, iskustva, obrazovanja ili usavršavanja. Promjene u ponašanju uključuju usvajanje vještina, znanja i sposobnosti“ (Certo, Certo, 2008: 444). Akademska zajednica sve više prihvaća tezu kako ekonomije koje su bogatije imovinom znanja i nacionalnim intelektualnim kapitalom ostvaruju višu razinu rasta i gospodarskog napretka (Malhotra, 2003: 1).

Obrazovanje za poduzetništvo prvi put je započelo na Harvard Business School 1945. godine, kada se provodio prvi tečaj na kojemu su se studenti educirali o pojedinim oblicima poduzetničkog ponašanja (Mwasalwiba, 2010). Od tada se i u ostalim poslovnim školama i sveučilištima započelo predavati poduzetništvo kao jedan od predmeta (Fayolle, 2013).

Kako bi se potaknulo poduzetništvo, potrebno je mijenjati obrazovnu strukturu cjelokupne populacije, usmjeravajući mlade ljude s pomoću sustava obrazovanja da upisuju srednje škole i fakultete za koje će nakon završetka biti potrebe na tržištu rada. „Danas djeca žele biti poznati sportaši, filmske zvijezde, pjevači, kraljice ljepote ili izvršni direktori kompanija, zato što se tamo nalazi slava, novac i prestiž. Iz tog razloga danas je jako teško motivirati djecu za školu. Znaju da profesionalni uspjeh više nije isključivo povezan s akademskim uspjehom, kao što je nekada bio.“ (Kiyosaki, 2017 :73)

Pokušaj predviđanja društvenih promjena koje će se dogoditi u sljedećih pedeset do stotinu godina veoma je težak i nezahvalan te ujedno i mnogo teži od predviđanja napretka znanosti i tehnologije te njihovih utjecaja na ljudsku egzistenciju. Koja znanja bi trebali usvojiti budući poduzetnici danas kako bi u budućnosti mogli koristiti tehnologiju na adekvatan način i s pomoću nje stvarati nove tehnološki inovativne proizvode nije moguće jednoznačno odrediti i propisati određenim kurikulumom. Od većine društvenih podsustava obrazovanje je možda i najstroženiji, posebice ako obrazovanje prihvatimo kao cjeloživotnu kombinaciju formalnog, neformalnog i informalnog učenja.

Unatoč mišljenju i ekonomskih stručnjaka i političara kako je obrazovanje za poduzetništvo značajno s aspekta ekonomskog i društvenog razvoja te kako se jedino ulaganjem u obrazovanje upravo poduzetništva može postići konstantan ekonomski napredak, postoje mišljenja da je ulaganje napora u poduzetničko obrazovanje samo floskula i da se postati poduzetnik ne može naučiti na fakultetu. Cilj većine programa pokrenutih u svrhu edukacije poduzetnika je poticanje poduzetničkog duha među studentima. Međutim, postavlja se pitanje mogu li se na takav način uistinu prevladati deficiti u poduzetničkom razmišljanju i djelovanju što je inherentno velikom broju industrijaliziranih zemalja svijeta. Tako norveški ekonomist Arndt Lautenschläger s University of Applied Sciences Jena Heiko Haase donosi sedam argumenata koji govore da se poduzetništvo ne može naučiti na visokim učilištima: (Lautenschläger, 2011).

Nedostatak ujednačenosti u ciljevima, sadržaju i pedagogiji - Analiza većeg broja posebnih programa obrazovanja za poduzetništvo pokazuje da postoji veoma mala ujednačenost o definiciji, ciljevima, sadržaju i pedagogiji. Navedeno proizlazi iz toga da ne postoji jedinstveno stajalište o tome što bi takva edukacija zapravo trebala biti i što predstavlja poduzetništvo kao nastavni predmet. Jednako tako analize su pokazale da postoji razlika između ponude poduzetničke edukacije i očekivanja studenata od takvog oblika edukacije. Edukacija za poduzetništvo u najvećem broju slučajeva promatra se dvojako: s jedne strane, govori se o obrazovanju o poduzetništvu, koje se odnosi na proučavanje poduzetništva kao

fenomena i teoriju koju se može izučavati. S druge strane, može se govoriti o obrazovanju za poduzetništvo koje se bavi prijenosom znanja i vještina kako bi se postalo poduzetnikom. Obrazovanjem profesori i istraživači teorije poduzetništva pripremaju poduzetne pojedince za pokretanje poduzetničkog pothvata. Kako god se fokus edukacije za poduzetništvo promatrao, metode poučavanja koje se primjenjuju u svakom od tih načina znatno se razlikuju.

Pristup temeljen na vlastitim osobinama (karakteristikama) – unatoč brojnim pokušajima definiranja i konfiguriranja edukacije za poduzetništvo, i dalje ostaje otvorena temeljna rasprava o tome je li poduzetništvo urođena sposobnost. Drugim riječima, jesu li pojedinci „rođeni“ kao poduzetnici? Rasprava se uglavnom temelji na takozvanom „pristupu osobinama“ koji se bavi osobnim karakteristikama poduzetnika iz psihosociološke perspektive. U brojnim istraživanjima potvrđena je važnost razmatranja karakteristika poduzetnika za poslovni uspjeh. Također, u novijoj znanstvenoj literaturi pojavljuje se porast istraživanja osobina ličnosti. Glavna pretpostavka „pristupa temeljena na vlastitim osobinama“ je pretpostavka da poduzetnici imaju jedinstven skup stabilnih, inherentnih i trajnih osobina ličnosti koje favoriziraju poduzetničke aktivnosti. Ove osobine trebale bi biti trajne i ostati konzistentne u vremenu i kontekstu. Identifikacija mogućnosti kao jedan od ključnih koncepata poduzetništva ne uključuje samo poduzetnička znanja, već i manje opipljive oblike, primjerice budnost, kreativnost, inovativnost, proaktivnost, sklonost preuzimanju rizika i potreba za postignućem. Prema nekim stajalištima, poduzetnička budnost je urođena sposobnost i ne može se naučiti. U novije vrijeme znanstvena zajednica kaže da sama edukacija za poduzetništvo ne može nadoknaditi nedostajuće karakteristike kao što su talent i temperament.

Dilema poučavanja – u teorijskom razmatranju učenja poduzetničkog ponašanja određeni autori navode da se barem neki aspekti poduzetništva mogu uspješno poučavati, odnosno postoje neke relativno lako razumljive činjenice koje se mogu i naučiti (primjerice, poslovno i upravljačko funkcionalno znanje, poslovni plan) te one koje se ne mogu lako podučiti (poput kreativnosti i inovativnosti). Zbog svoje bliskosti s edukacijom o poslovnom upravljanju, poduzetničko učenje može lako podučiti o tvrdim činjenicama o stvaranju poslovanja kao što su financiranje poslovnog pothvata, računovodstvo, marketing, upravljanje i razvoj poslovnih planova. Međutim, značajan i bitan dio poduzetničke ekspertize je prešutan i temelji se na znanju; to je „sastojak“ koji razlikuje poduzetnika od drugih pojedinaca, a to bi trebao biti fokus poduzetničkog učenja. Ipak, uključivanje elemenata „izgradnje znanja“ u programe učenja za poduzetništvo još je uvijek slabo. Prema nekim autorima, učenje za

poduzetništvo se više fokusira na tehničke aspekte poduzetništva, a prema nekima fokus je na razvoju poduzetničkih vještina, atributa i ponašanja. Kritika ide prema sadašnjem obrazovnom sustavu koji nije u potpunosti sposoban razvijati motivaciju učenika, kompetencije i vještine vezane za poduzetništvo. Sveučilišta nisu ovladala potrebnim metodama učenja, pedagoškim procesima i okvirima za poduzetnički edukaciju. Ustvari, kada se uspoređuju potrebne kompetencije i kvalifikacije za poduzetnike s najnovijim edukacijom za poduzetništvo iz pregleda literature i praktičnog iskustva, „nova škola“ ili „poduzetni način učenja“, koji su predložili edukatori progresivnog poduzetništva, ni na koji način nije zamijenio tradicionalnu poduzetničku edukaciju, nego je to još uvijek dominantan koncept.

Nedostatak mjerenja o ukupnom utjecaju – bez obzira na rasprave o tome može li se poduzetništvo naučiti ili ne, nekoliko istraživača pokušalo je obuhvatiti i izmjeriti utjecaj različitih oblika poduzetničke edukacije, odnosno poduzetničkih programa i tečajeva. Mjerenje znači definiranje zajednički dogovorenih ili standardnih pokazatelja uspješnosti. Zbog nedostatka usklađenosti s onim što nastavnici žele postići primijenjenim pedagoškim pristupima, postoji velika raznolikost mjera i načina mjerenja. Doista, postoji značajna rasprava o najprikladnijim metodama evaluacije edukacije za poduzetništvo. „Utjecaj“ se može tumačiti kao promjena u raznim aspektima vezanim za poduzetništvo, kao što su namjera, želja, uvjerenje, spremnost, percepcija, stav, procjena rizika, izvedivost, povjerenje, vještine, sposobnosti i znanje kao varijable pedagoškog učinka. Važno je primijetiti da učinak može značiti i postizanje izvjesnosti o nezapočinjanju poslovanja otkrivanjem nedostataka unutar prethodno spomenutih stavki. S druge strane, postoje i opipljiviji učinci, tj. ekonomski ishodi koji mjere poduzetnički uspjeh. Određeni autori naglašavaju da bi ciljevi poduzetničke edukacije trebali biti „prvenstveno ekonomski“ i kao takvi, pravi način mjerenja bi uključivao broj novoosnovanih tvrtki, ostvareni ukupan prihod i rast prihoda, stvaranje radnih mjesta i zadržavanje radnih mjesta, odnosno profitabilnost. Naravno, obje vrste učinaka ne mogu se ocjenjivati odvojeno, već postoji povezanost koja se proteže od pedagoškog do ekonomskog učinka. Prvi učinci ne dovode do izravnog povećanja blagostanja, ali su često preduvjet za ekonomske učinke.

Negativni odnos između poduzetničke obuke i poduzetničkih aktivnosti – što se tiče poduzetništva, Sjedinjene Države i njihov sustav visokog obrazovanja smatraju se uzorom. Mnoge zemlje poduzimaju značajne napore kako bi uspostavile slične programe te povećale stopu pokretanja poslovanja. Međutim, pogled na razinu poduzetničkih aktivnosti otkriva da

Sjedinjene Američke Države ipak nisu na vrhu poduzetničkih zemalja, bez obzira na izrazito dobar obrazovni sustav. Iako poduzetnička aktivnost u ranoj fazi (tj. populacija u dobi od 18 do 64 godine koja je ili početnik ili vlasnik/vlasnik novog posla) iznosi 10,8 % za Sjedinjene Države, neke zemlje (kao što su Urugvaj, Peru, Angola, Indija, i Meksiko) otkrivaju mnogo veću razinu poduzetničke aktivnosti. Općenito, već nekoliko godina, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ukazuje da su samozapošljavanje i stope novih poduzetnika u odnosu na broj stanovnika u zemljama u razvoju ili tranzicijskim zemljama značajno pretekli industrijalizirane zemlje, posebno one koje ulažu mnogo napora u visoko obrazovanje. U tom kontekstu posebna tema GEM-a 2008. bila je upućena edukaciji za poduzetništvo. Utvrđeno je da je odnos između osposobljavanja studenata za osnivanje poduzeća i poduzetničkih stavova, aspiracija i aktivnosti općenito pozitivan, ali varira s obzirom na faze ekonomskog razvoja. Zanimljivo je da analiza također pokazuje da je unutar ekonomija koje svoj razvoj temelje na inovacijama vidljivo nekoliko negativnih korelacija. Iz navedenog proizlazi zaključak da vlade država s niskom razinom poduzetničke aktivnosti više ulažu u poduzetničko obrazovanje i osposobljavanje u nastojanju da povećaju poduzetničku aktivnost, ali stoji i činjenica da je u nekim industrijaliziranim gospodarstvima obrazovni sustav okarakteriziran na način da sprječava mlade ljude da razvijaju poslovne ideje i započinju pothvat.

Edukacija za poduzetništvo ograničena je na visokoškolske ustanove – unatoč uspostavi edukacije za poduzetništvo na svim razinama obrazovanja tijekom posljednjih desetljeća, najveći dio svih tečajeva i programa odvija se u sektoru visokog obrazovanja. Edukacija za poduzetništvo na fakultetima i u srednjim strukovnim školama dio je stalnih nastavnih programa i kurikula, međutim, velika većina teorije i prakse u znanstvenoj disciplini poduzetništva usredotočena je isključivo na sveučilišta. U tim okolnostima značajan udio stanovništva, a time i znatan dio potencijalnih osnivača poduzeća, isključeni su iz sudjelovanja u bilo kakvom obliku edukacije za poduzetništvo. Isključeni su svi oni koji nisu sposobni ili ne žele pohađati visokoškolske ustanove pa se tako većina edukacija za poduzetništvo nudi samo pojedincima koji ispunjavaju uvjete za upis na sveučilište. Međutim, refleksije podupiru ogroman poduzetnički potencijal izvan akademskog svijeta. Sama koncentracija jedne, iako važne, podgrupe u suprotnosti je sa smislom poduzetničke edukacije jer su drugi pojedinci prisiljeni ili preferiraju nastaviti poduzetničke aktivnosti bez formalne kvalifikacije što ima uvelike smanjuje šanse za uspjeh.

Paradoks svestranosti – poduzetnici moraju biti svestrani. To znači da moraju imati višestruke vještine i stručno znanje u značajnom broju predmetnih područja, posebno u svim aspektima upravljanja poslovnim subjektima, kao i kreiranju novih proizvoda ili usluga. Možemo istaknuti tri vještine koje poduzetnik treba znati i kojima treba ovladati: prodaju, upravljanje ljudima i stvaranje novog proizvoda ili usluge. Dakle, onaj tko želi biti uspješan poduzetnik, mora biti generalist sa sposobnošću povezivanja niza disciplina i talenata na praktičan način. Ipak, vrsta obrazovanja koja je jednostrano i jedinstveno usmjerena prema stvaranju novih poduzeća ne može „proizvesti“ generalizatore ili sveobuhvatne stručnjake. Edukacija za poduzetništvo stoga bi trebala biti osmišljena tako da obuhvati širok raspon poduzetničkih vještina i stručnosti koje će stvoriti poduzetnika.

Uvažavajući kritiku poduzetničke edukacije i stavove da se za poduzetništvo ne može obrazovati, mnogi autori daju drugačije viđenje o ovoj tematici.

Uloga obrazovanja u razvoju poduzetnosti pojedinca sve više dobiva na značaju pod utjecajem globalizacije i intenziviranjem traženih kompeticija na svjetskoj razini koja zahtijeva, i na individualnom i na nacionalnom nivou, osposobljenost za nošenje s teško predvidivim i izuzetno brzim promjenama u ekonomiji, tehnologiji, politici i društvenom životu općenito (Baranović, 2007). U tom kontekstu, poduzetničko obrazovanje ne može se promatrati isključivo uz pokretanje i vođenje poduzetničkog pothvata, budući da poduzetništvo nije isto što i osnivanje i vođenje poduzeća (Kirby, 2004).

„Menadžerski pristup poduzetničkom obrazovanju prvenstveno ističe menadžerske sposobnosti poduzetnika, znanje, vještine, iskustva, sposobnosti organizacije, vođenja i realiziranja poslovnih pothvata. Prema tom pristupu, poduzetništvo predstavlja niz naučenih aktivnosti koje se prije svega usredotočuju na vođenje poduzeća. Iz toga slijedi da je menadžere i poduzetnike moguće stvoriti izobrazbom i vježbom“ (Heptonstall i sur., 2002: 17). Poduzetnik je oduvijek morao biti osoba koja posjeduje širinu znanja, komunikativnosti i razumijevanje društvenih kretanja i međudnosa. Još je u 15. stoljeću naš poznati „otac trgovine i dvojnog knjigovodstva“ Benedikt Kotruljević (2009: 440) ustvrdio da kakvom širinom znanja mora raspolagati tadašnji trgovac da bi postigao poslovni uspjeh. Osim što mora biti sposoban prodavati svoju robu i kretati se u širokim društvenim slojevima, mora nešto znati o računovodstvu, pravu, financijama te svim oblicima usmene i pisane komunikacije, što svakako uključuje i poznavanje minimalno jednog stranog jezika. Takve vještine i znanja mogu se steći isključivo organiziranom i ciljanom edukacijom čiji je cilj stvoriti što je moguće potpuniju osobu obogaćenu komplementarnim znanjima.

„Naravno, nije čak ni renesansni poduzetnik bio u stanju postati idealan *homo universalis*, pa se to ne može očekivati niti od današnjeg poduzetnika, ali više znanja i više sposobnosti često je koreliralo s boljim poslovnim uspjehom. Budući da je poduzetnikov uspjeh uvijek bio rezultat njegove hrabrosti i kreativnosti, prirodna nadarenost često je supstituirala nedostatak formalne naobrazbe, no ipak, samo poduzetnički talent nikad nije bio dostatan“ (Cingula i sur., 2010). Ekonomija znanja iziskuje visoko obrazovane i stručne pojedince, ali i timove, te na taj način obrazovanje sudjeluje u povećanju konkurentnosti gospodarstva osiguranjem potrebne kvalitete ljudskoga kapitala (Sundać, Krmpotić, 2009).

Ukoliko razmorimo širi kontekst i pomaknemo se korak dalje od menadžerskog pristupa da je poduzetničko obrazovanje mnogo šiti pojam od pokretanja poduzetničkog pothvata, fokus se proširuje u smjeru ohrabrivanja pojedinaca na lateralno razmišljanje i promatranje stvari na potpuno nov način odnosno poticanje na održavanje otvorenog i radoznalog uma (Kirby, 2004). To se može postići tehnikama poticanja timskog rada i projektnih zadataka, kao temeljnim funkcioniranjem svih suvremenih organizacija u kojima pojedinac mora djelovati spontano poduzetnički u različitim poslovnim situacijama (Hytti, O'Gorman, 2004). To su svakako elementi poduzetničkog ponašanja koji se mogu naučiti i potaknuti edukativnim metodama.

Poduzetničko obrazovanje trebalo bi stavljati naglasak na osposobljavanje pojedinaca za snalaženje u neizvjesnom i kompleksnom okruženju, nošenje s problemima i pronalaženju rješenja što zahtjeva vještinu kreativnosti i inovativnosti (McMullan, Long, 1987), što su vještine koje se kroz specifične oblike edukacije mogu usvojiti i/ili razviti (Kirby, 2004). Iz navedenog proizlazi, a što je i stav značajnog dijela autora (Gibb, Cotton, 1998; Holmgren, Fromm, 2005), da se na razvoj poduzetničkog ponašanja kroz kvalitetno strukturirane obrazovne programe, može značajno utjecati te da obrazovne institucije daju svoj doprinos, što je jednim dijelom dokazala i predmetna disertacija.

5.3. Razvoj poduzetničkih kompetencija

Pojam samoefikasnosti (SE) odnosi se na uvjerenje da smo sposobni izvršiti određenu akciju. To je subjektivna procjena vlastitih vještina, znanja i sposobnosti u određenoj situaciji (Bandura, 1997). U okviru poduzetničkih kompetencija, samoefikasnost zauzima izrazito značajno mjesto jer se može promatrati u kontekstu poduzetničkih kompetencija u užem smislu, tj. vještina osnivanja i vođenja poduzeća. Međutim, može se promatrati i u kontekstu poduzetnosti općenito, što je jedan od ciljeva poduzetničkog obrazovanja. Samoefikasnost se

može promatrati kao prediktor izvršenja određenog konkretnog ponašanja i učinkovitosti takvog ponašanja, dok će veća razina samoefikasnosti biti pretpostavka značajnije motivacije za izvršenje tog istog zadatka, ulaganje više truda u njegovo ispunjenje te više upornosti prilikom nailaska na prepreke prilikom njegove realizacije (Chen i sur., 1998). Poduzetnička samoefikasnost promatra se kao prediktor poduzetničkih namjera, poduzetničkog ponašanja, a kasnije i uspjeha u vođenju osnovanog poduzeća (Otuya i sur., 2013).

Samoefikasnost se počela intenzivnije ispitivati 90-ih godina prošlog stoljeća kao najznačajniji pojedinačni prediktor poduzetničkog ponašanja te se stavlja u fokus obrazovnog sustava koji želi razvijati poduzetničke kompetencije. Razvijanjem uvjerenja u vlastitu samoefikasnost obrazovna institucija može odrediti kako se osoba osjeća, misli, motivira i ponaša te usmjeriti njezino djelovanje u budućim razdobljima. No da bi školovanjem mogli utjecati na razvoj poduzetničke samoefikasnosti ključno je poznavanje mehanizama njena nastanka.

Prema Albertu Banduri (2007), razvoj samoefikasnosti može se potaknuti s pomoću 4 različita izvora.

- Prvim se izvorom smatra **osobno iskustvo**. U kontekstu poduzetništva to bi značilo imati prijašnje uspješno iskustvo u poduzetništvu, mada mnogi smatraju da je i neuspjeh dobar način kako bi se steklo značajno iskustvo te steklo uvid u pogreške koje se ne bi smjele ponavljati u budućnosti. U kontekstu obrazovanja to bi svakako značilo da je važno što ranije moguće tijekom obrazovanja omogućiti studentima započinjanje nekog oblika poduzetničke aktivnosti, makar i fiktivne, ali pod stručnim mentorstvom. Takvo iskustvo može biti od neprocjenjivog značaja prilikom suočavanja s izazovima koji ih mogu očekivati u stvarnome životu. Tu se svakako podrazumijevaju studijski programi i nastavne metode koje u sebi imaju integrirane elemente poput izrade poslovnog plana, obavljanje stručne prakse, upravljanje fiktivnim poduzećima, tehnike igranja uloga i sl. Iako je izrazito značajan, odnos osobnog iskustva i posljedične samoefikasnosti nikako nije jednoznačan.

A. Bandura pretpostavlja da će on ovisiti o brojnim faktorima poput:

1. *prijašnjih pretpostavki o vlastitim sposobnostima* – ako netko za sebe smatra da nema nikakve sklonosti ni sposobnosti za poduzetništvo, tu će sliku vjerojatno održati i nakon što je doživio uspješno poduzetničko iskustvo, pripisujući taj uspjeh faktorima izvan svoje kontrole. Zadatak nastavnika je omogućiti širi spektar mogućih načina dolaska do uspjeha vlastitim postupcima kako se uspjeh nikako ne bi mogao pripisati slučajnosti.

2. *percipiranoj težini zadatka* – ako osoba percipira da je osnivanje ili vođenje poduzeća težak posao, a svejedno je u njemu ostvarila uspjeh, tada će to pretpostavljeno utjecati na povećanje posljedične samoeфикаsnosti. Nastavnici nužno moraju postavljati zadatke koji su zahtjevni, ali uz određeni napor i dostižni.
3. *okolnostima izvedbe* – ako osoba percipira da je imala veliku pomoć u osnivanju odnosno vođenju poduzeća ili je na njenu izvedbu općenito utjecalo puno vanjskih faktora, tada to iskustvo ima manju dijagnostičku vrijednost za njenu samoeфикаsnost. Iz tog razloga potrebno je preferirati više individualne nego grupne aktivnosti i zadatke te se što više fokusirati na rješavanje nestrukturiranih problema u uvjetima nesigurnosti i rizika. Na taj način će se potaknuti učenikovu svjesnost o vlastitim mogućnostima i sposobnostima.
4. *vremenskom obrascu uspjeha i neuspjeha* – ako je osoba imala višestruko iskustvo osnivanja i vođenja poduzeća, tada nije svejedno kojim redosljedom je doživjela uspjeh odnosno neuspjeh. Rane povratne informacije ključne su za ustrajnost u aktivnosti, što i u obrazovnom kontekstu znači da se za razvoj poduzetničke samoeфикаsnosti treba što ranije uključiti u edukaciju te da nastavne aktivnosti trebaju biti primjerene težine, odnosno u početku lakše, a kasnije sve teže. Ukoliko se poduzetnička ili bilo koja druga vještina usvaja tijekom dužeg vremenskog razdoblja, tada je važno i kako će se rekonstruirati redosljed iskustava. Ovo je važna smjernica za planiranje obrazovnih programa za poduzetništvo, odnosno rasporeda kolegija po godinama studija na način da se kolegije koji pružaju praktične informacije izvodi na završnoj godini studija.
5. *strukturi postojeće samospoznaje* – ljudi s općenito visokim samopouzdanjem će s doživljenim uspjehom povećati uvjerenje u vlastite sposobnosti, dok će oni koji sumnjaju u svoju eфикаsnost uspjeh pripisati uloženom trudu, teškom radu. Kada pojedinac svoj neuspjeh pripiše lošim strategijama, umjesto da ih pripisuje stabilnim unutarnjim faktorima, onda i taj neuspjeh može povećati samoeфикаsnost, odnosno potiče vjerovanje pojedinca da će sljedeći put, u pravim okolnostima, sigurno uspjeti. Obrazovni program poduzetništva mora osnaživati pojedinca na različitim poljima, a posebice omogućavati razvoj samopouzdanja i vjerovanja u vlastite sposobnosti.

- Drugi izvor samoeфикаsnosti prema Banduri (Bandura, 2007) je **vikarijsko iskustvo ili učenje po modelu**, zasnovano na opažanju ponašanja druge osobe i posljedica tog ponašanja. Temeljni proces u podlozi vikarijskog učenja jest socijalna usporedba, odnosno procjena jesmo li u određenoj aktivnosti bolji, lošiji ili prosječni u odnosu na druge, a posebice u odnosu na opažani model.

U poduzetničkom obrazovanju koriste se različiti pristupi odgojno-obrazovnim aktivnostima koji mogu potaknuti ovakvo učenje: organizirane posjete uspješnom poduzetniku, poznati poduzetnici kao gosti predavači, studije slučaja uspješnih poduzetnika, intervjui s poduzetnicima, čitanje i analiza njihovih biografija, gledanje videozapisa ili filmova, obavljanje stručne prakse pod mentorstvom uspješnog poduzetnika itd. No da bi učenje po modelu bilo u potpunosti efikasno, potrebno je zadovoljiti određene uvjete:

1. *sličnost opažača s modelom* – osoba ili model za koji procjenjujemo da nam je sličniji, odnosno nešto bolji od nas, imat će veći utjecaj na našu samoefikasnost. Pritom se ta sličnost može procjenjivati po različitim atributima, ovisno o našim motivima, stavovima, vrijednostima. Kada je u pitanju poduzetništvo, to može biti inteligencija, energičnost, samodiscipliniranost, sposobnost vođenja, entuzijizam itd. Pri primjeni ovog alata učenja nužno je upoznavanje studenata sa što širim dijapazonom uspješnih poduzetnika prema različitim sociodemografskim i drugim karakteristikama kako bi značajan dio njih pronašao zajedničke atribute s kojima se može identificirati.
2. *pouzdanje modela u vlastitu samoefikasnost* – što veću poduzetničku samoefikasnost model ima, to će potaknuti i veći razvoj iste kod opažača. Iz navedenog razloga, izrazito je važno kakvi se modeli prezentiraju studentima. Uz to značajna može biti i činjenica da su predavači poduzetništva i sami uspješni poduzetnici ili makar evidentno poduzetne osobe, odnosno da imaju iskustva u nekome od oblika poduzetničke djelatnosti. Tako će studentima zanimljivije biti predavanje o nekome vlastitom događaju i iskustvu doživljenom od strane profesora a koje ima veze s tematikom o kojoj se govori na satu, nego puko prepričavanje teorije ili primjera koji su navedeni u literaturi i nemaju određenu dozu osobnosti.
3. *količina neizvjesnosti o vlastitoj učinkovitosti* – što je veća, to je osoba sklonija povjerovati tuđem iskustvu i generalizirati ga na sebe. Ukoliko nismo sigurni imamo li sami poduzetničke kompetencije, a osobe oko nas su u tome uspješne, pretpostavit ćemo da i sami možemo slično. Iz navedenog razloga, od izrazitog je značaja što ranije ciljano utjecati na poduzetničku samoefikasnost, dok osoba još nema nikakvih predrasuda o poduzetništvu i vlastitim kompetencijama.
4. *manjak vještine* – ukoliko percipiramo da na nekom planu ionako imamo manje vještine, pa potom još opažamo model kako ne uspijeva u toj aktivnosti, tada će nas to iskustvo samo dodatno učvrstiti u vjerovanju kako ni sami ne možemo uspjeti. Navedeno ističe značaj pokazivanja pozitivnih primjera iz prakse te naglašavanje uspješnih poduzetničkih priča. Ovaj se naputak može povezati sa stvaranjem pozitivnog poduzetničkog okruženja u samome društvu od strane medija i šire javnosti, jer izrazito negativno percipiranje

poduzetnika i poduzetništva isključivo u negativnom kontekstu kriminala, pronevjere i propasti u značajnoj mjeri doprinosi i negativnom stavu onih koji su razmišljali o tome da se upuste u pokretanje vlastitih poduzetničkih pothvata.

5. *model koji uz samu aktivnost opažača podučava i predviđivosti te kontrolabilnosti može pojačati samoefikasnost opažača* – poticanje razvoja vještine kod studenata o tome da je moguće kontrolirati i utjecati na procese vlastitim sposobnostima. Na navedeno ukazati osobnim primjerom i vlastitim pozitivnim iskustvom.

- Treći pretpostavljeni izvor samoefikasnosti je **verbalna persuazija**. Povećanje samoefikasnosti proizlazi iz situacije kada nam druga osoba, koju smatramo vjerodostojnom, pruža realnu podršku ili ohrabrenje za određenu aktivnost te iz tog razloga postajemo skloniji ulagati više truda u tu aktivnost. Ako u toj aktivnosti, unatoč ohrabrenju okoline i povećanom vlastitom trudu, doživljavamo same neuspjehe, tada našu „navijačku skupinu“ počinjemo smatrati nemjerodavnom, odnosno diskreditiramo ju. Primjerice, ukoliko na prijedlog obitelji ili pojedinog člana obitelji započnemo poslovni pothvat i doživimo neuspjeh, postoji mogućnost da ćemo tu osobu smatrati nemjerodavnom. Verbalna persuazija, kako bi bila učinkovita, mora biti pažljivo artikulirana. Dugoročno je bolje isticati sposobnosti studenata nego uloženi trud. Ako od navijačke skupine koju mogu činiti prijatelji, mentori, roditelji odnosno nastavnici dobivamo poruku kako smo talentirani ili sposobni za poduzetništvo, to će dugoročno biti poticajnije za našu poduzetničku samoefikasnost nego ako dobivamo poruku da ćemo tek uz puno truda uspjeti (Miettinen, 2006). Unatoč tomu što će u realnosti trud imati veći utjecaj na uspjeh našeg pothvata od samog talenta, za pravilno poticanje želje za poduzetništvom veći učinak će imati pohvale i isticanje talenta. Nadalje, kada nam „navijačka skupine“ pruži povratne informacije, naglasak bi se trebao staviti na pomak koji je osoba ostvarila u odnosu na prijašnju fazu umjesto toga da se osobi prezentira koliko još treba učiniti da bi došla do određene razine uspješnosti (Penca Palčić, 2008, prema Wiggins 2004). U svakome slučaju, pozitivna podrška, čak i ona nerealno pozitivna, generalno gledajući trebala bi biti učinkovitija i može dati poticaj i usmjeravanje prema željenoj aktivnosti.

- Četvrti izvor samoefikasnosti jest **procjena tjelesnih indikatora**, odnosno popratnih fizioloških i afektivnih stanja pojedine aktivnosti. Njihova procjena osobito je važna u domenama koje uključuju tjelesno postignuće, zdravlje i suočavanje sa stresom. Takve situacije uključuju praćenje i interpretaciju fizičkih znakova koje nam odašilje vlastito tijelo, iz čega se može zaključiti koliko smo u stanju normalno funkcionirati pod stresom i koju razinu stresa

tijelo može izdržati. Određene osobe drugačije percipiraju neizvjesnost, sklonost riziku i stres koji donosi poduzetništvo te se iz tog razloga za njega odlučuju ili ne odlučuju. Uloga obrazovne institucije u ovome kontekstu je što je više moguće povećati psihičku spremnost pojedinca da se nosi s rizikom, stresom i neizvjesnošću poduzetništva. Od osobitog značaja je osvijestiti buduće poduzetnike o razini stresa i neizvjesnosti koju im donosi poduzetništvo kako bi sami studenti, poznavajući vlastite mogućnosti, mogli donijeti ispravnu odluku žele li uopće započinjati s takvom avanturom.

5.4. Nastavnici i profesori kao čimbenik edukacije za poduzetništvo

Temeljna pretpostavka kvalitetnog učenja za poduzetništvo te poticanja i motiviranja studenata da postanu poduzetnici svakako su i profesionalnost i stručnost profesora i mentora tijekom obrazovanja. Svakoj osobi koja je prošla kroz sustav formalnog obrazovanja u sjećanju ostaju pojedini učitelji ili nastavnici koji su ostavili trag u njihovom životu. Učitelji su od najranijeg djetinjstva uzori i prema njima se u značajnoj mjeri oblikuje ponašanje i u budućnosti. Na visokoobrazovnim razinama utjecaj u odgojnom segmentu zasigurno je znatno manji nego što je to u osnovnoškolskom ili srednjoškolskom periodu, no nikako nije zanemariv, kao što se ni odgojna komponenta ne smije prepustiti slučaju prilikom željenog oblikovanja ponašanja studenata u budućem razdoblju (Potlimbrzović, 2012).

„Obrazovanje je najmoćnije oružje kojim možemo promijeniti svijet“ (Mandela, 2011: 250) - poznata je rečenica Nelsona Mandele koja pred učenike stavlja izrazitu odgovornost prema znanju koje stječu, ali ih čini i aktivnim sudionicima u procesu kreiranja i stjecanja toga znanja.

„Tradicionalno se na učenike gledalo kao na pasivne agense njihova vlastitog učenja, koji jednostavno upijaju znanje koje im je nastavnik ispredavao. Međutim, taj je mehanicistički pogled na učenje prevladan putem jedne više kognitivne paradigme. Prema njoj, učenik je aktivni sudionik u svom vlastitom učenju, u konstrukciji znanja, sposobnosti i načina razumijevanja“ (Duffour, Curtis, 2012: 162) .

Profesori i predavači, uz temeljna znanja, vještine i stručnost u pojedinom području, moraju imati i određene vrijednosti koje usmjeravaju njihovo djelovanje. Dobro i kvalitetno podučavanje ne može biti svedeno na tehniku, dobro poučavanje proizlazi iz identiteta i integriteta samih učitelja (Palmer, 1997). Dobri predavači uvijek bi trebali biti u stanju

kombinirati različite suvremene i tradicionalne metode s ciljem postizanja izvrsnih rezultata na testovima, ali i razvoja osobnih poduzetničkih vještina kod studenata (Gibb, Cotton, 1998).

Nastavnici moraju biti svjesni vlastitog profesionalnog identiteta i nužno ga moraju razvijati tijekom svog radnog vijeka putem socijalne komunikacije. Suradnja i interakcija s prvenstveno profesionalnom zajednicom, ali i sa socijalnim okruženjem u značajnoj će mjeri utjecati na razvoj profesionalnog identiteta, a samim time i na kvalitetnije ispunjavanje svoje društvene uloge – stvaranje novih poduzetnika, odnosno stvaranje poduzetnih pojedinaca. Mnogi autori naglašavaju razvoj identiteta nastavnika iz perspektive cjeloživotnog profesionalnog razvoja te ističu ulogu ličnosti u formiranju identiteta i vlastitog i kolektivnog (samo)djelovanja nastavnika u razvoju profesionalnog identiteta. Prema Videk Vizović (Videk Vizović, 2011), brojne analize o profesionalnom razvoju nastavnika, možemo sažeti na sljedeći način:

- Profesionalni identitet nastavnika je stalan proces interpretacije i reinterpretacije iskustava, što je u skladu sa stavom da profesionalni razvoj nikada ne prestaje, odnosno da je cjeloživotni proces. Drugim riječima, iz perspektive profesionalnog razvoja, to znači da formiranje profesionalnog identiteta nije samo traženje odgovora na pitanje „Tko sam sada?“, već je odgovor na pitanje „Tko želim postati?“ To je povezano s tzv. funkcijom anticipirane refleksije. Razumijevanje nastanka identiteta kao neprekidnog, trajnog procesa upućuje na to da je on dinamičan konstrukt.
- Profesionalni identitet nastavnika uključuje i osobu i kontekst. Od nastavnika se očekuje profesionalno ponašanje putem prisvajanja profesionalnih karakteristika kao što su propisana znanja i vještine. Međutim, nastavnici se razlikuju na način na koji interpretiraju profesionalne karakteristike s obzirom na vlastite vrijednosti i uvjerenja. U svezi s tim, valja upozoriti na to kako ne postoji jedinstvena kultura poučavanja svih nastavnika unutar iste institucije, odnosno svaki nastavnik, iako limitiran radnim kontekstom, može do neke mjere razviti vlastitu kulturu poučavanja.
- Profesionalni identitet nastavnika sastoji se od subidentiteta koji su manje ili više harmonizirani. Važno je da oni nisu u međusobnom neskladu ili čak u konfliktu, već da su dobro izbalansirani. Konflikti u subdimenzijama identiteta mogući su u situacijama obrazovnih reformi ili u promjenama radne okoline.
- Djelovanje je važan element profesionalnog identiteta nastavnika, što znači da su nastavnici aktivni u procesu vlastitog profesionalnog razvoja. Za djelovanje na vlastiti identitet važna je sposobnost refleksije, odnosno samorefleksije. S pomoću samorefleksije nastavnici dovode u odnos iskustva sa svojim znanjem i osjećajima, i mogu integrirati ono što je

socijalno relevantno u sliku o sebi kao nastavniku, ali i planirati vlastiti razvoj. (Videk Vizović, 2011: 28)

Kad govorimo o poduzetničkom obrazovanju te ga promatramo kao obrazovanje „O“ poduzetništvu i obrazovanje „ZA“ poduzetništvu, profesori „ZA“ poduzetništvu češće bi trebali imati poduzetničko iskustvo, za razliku od profesora koji podučavaju „O“ poduzetništvu (Levie, 1999). „O“ poduzetništvu će lakše predavati profesori čije znanje proizlazi i znanstvenih spoznaja i mogu dati znanstveni pogled na poduzetništvu.

S druge strane, problem akademske nelegitimnosti poduzetništva kao znanstvene discipline u većoj je mjeri uz osobe koje se bave poduzetništvom, nego uz samo poduzetništvu. Stoga postoji potreba za znanstvenicima i predavačima koji će se primarno baviti poduzetništvom, ali koji će biti u mogućnosti na pravi način povezivati poslovni i znanstveni svijet te biti sposobni podučavati „ZA“ poduzetništvu, a u isto vrijeme istraživati „O“ poduzetništvu, i to na razini koja zahtijeva poštovanje ostalih znanstvenika (Levie, 1999).

U ulozi osobe koja svojim profesionalnim identitetom usmjerava učenike, nastavnik prenosi i dio sebe i dio svojih vrijednosti na formiranje budućih ponašanja i budućih vrijednosti kojima će se voditi učenici nakon završetka svog obrazovanja. Zato je u učenju za poduzetništvu osobito važno posjedovati visoku fleksibilnost i pažnju posvetiti individualnom učeniku i njegovim kapacitetima te ih na pravi način usmjeravati. Osim toga, potrebno je i vlastitim primjerom svjedočiti o što je moguće većoj osobnoj odgovornosti za vlastiti i kontinuirani profesionalni razvoj.

U tom kontekstu, Jones i Iredale razlikuju tradicionalni i poduzetnički način učenja:

Tablica 5: Razlika između tradicionalnog i poduzetničkog načina učenja

Tradicionalni način učenja	Poduzetnički način učenja
Usmjeren na sadržaj	Usmjeren na proces
Prilagođen nastavniku	Prilagođen učeniku
Nastavnik je ekspert	Nastavnik je facilitator
Zna ŠTO	Zna KAKO
Pasivno reaktivan učenik	Generirajuće znanje
Programirane lekcije	Fleksibilnost planiranja
Nametnuti ciljevi učenja	Dogovoreni ciljevi učenja
Naglasak na teoriji	Važnost primjene teorije
Jedan predmet	Interdisciplinarnan pristup
Strah od pogreške	Učenje na pogreškama
Nepogrešiv nastavnik	Nastavnik koji uči
Jednosmjerna komunikacija	Interaktivna nastava

Izvor: Jones, B., Iredale, N. (2006.). Developing an entrepreneurial life skills summer school. Innovations in Education and Teaching International, 43.

Nastavnici u svrhu unaprjeđenja profesije i procesa edukacije nužno moraju na odgovoran i proaktivan način pristupati poslu kojim se bave. Iznalaziti nova rješenja i metode poučavanja i prenošenja znanja te aktivno sudjelovati u društvenim događanjima u zajednici kako bi ih na adekvatan način temeljem vlastitog iskustva mogli prenositi na učenike.

Kvalitetni profesori poduzetništva su oni koji su sposobni procijeniti koliko „vlasništva“ i kontrole nad učenjem u konkretnom slučaju dati studentu te oni koji razvijaju motivaciju i predanost studenata u cjelovitom sagledavanju problema i preuzimanju kalkuliranog rizika. Takvi profesori potiču studente na umrežavanje, preuzimanje odgovornosti i traženje prilika i rješenja na inovativne načine. Međutim, kako bi učenje dalo rezultat, poželjno je da su i sami dobri u tome (Gibb, Cotton, 1998).

„Za kvalitetno promišljanje i unaprjeđivanje profesije i razvoj nastavničkog profesionalnog identiteta može poslužiti okvir koji se sastoji od sljedećih elemenata (Videk Vizović prema Sachs, 2004: 31-35): učenje, uključenost, partnerstvo, suradnja i aktivizam.“

Učenje je srž novog promišljanja nastavničkog profesionalizma. Kao individualni i kolektivni cilj, nastavnici trebaju prakticirati vrijednosti učenja zajedno sa svojim kolegama i sa svojim učenicima. Ako nastavnici razumiju sebe kao cjeloživotne učenike, socijalni odnosi među obrazovnim institucijama, međusobni odnosi nastavnika, odnosno nastavnika i učenika, nastavnika i lokalne zajednice temeljito će se promijeniti. Učiti radije nego poučavati – ovo treba postati temeljna aktivnost u životu nastavnika i učenika u školi. Učenje nastavnika se mora poticati i njegovati unutar institucije. Nastavnici će moći ispuniti svoje obrazovne svrhe samo ako su dobro pripremljeni za profesiju i ako unaprjeđuju svoje kompetencije s pomoću cjeloživotnog učenja. Unaprjeđivanjem vlastitog znanja i vještina nastavnici se mijenjaju, to jest transformira se ono što jesu i ono što su u stanju činiti.

Uključenost. Novi socijalni odnosi u obrazovanju zahtijevaju aktivno sudjelovanje nastavnika, učenika te lokalne i šire društvene zajednice. To zahtijeva pomak u organizaciji institucija, što determinira različite odnose među ljudima. Na organizacijskoj razini treba uvesti nove strukture koje omogućuju da svi članovi obrazovne zajednice imaju mogućnosti doprinijeti raspravi o obrazovnoj politici i praksi. Takva strategija se može temeljiti jedino na povjerenju među svim sudionicima. To znači i prihvaćanje rizika u traženju novih rješenja. Razvoj profesionalizma nastavnika participacijom zahtijeva da nastavnici vide sebe same kao aktivne nositelje vlastite profesije. Participativni pristup nastavničkom profesionalizmu ne može zaživjeti ako nije

prihvaćen kao temeljna vrijednost i ako nije podržan strategijom koju su izradili svi odgovorni za obrazovanje.

Partnerstvo. Kolaboracija ima dvije važne dimenzije: unutarnju i vanjsku. Unutarnja dimenzija odnosi se na zajedništvo, suradnju i dijalog unutar obrazovne institucije, elemente koji osiguravaju profesionalno učenje i razvoj. Zajednički timski rad doprinosi profesionalnom razvoju i promjeni pojedinaca i skupina. Vanjska dimenzija uključuje partnerstvo i zajednički rad sa zainteresiranima izvan obrazovne institucije. To može uključivati lokalnu zajednicu, sveučilišta, ali i druge organizacije. Takvo partnerstvo pruža mogućnost za razvoj novih vrsta ekspertnosti svih sudionika u nekom procesu.

Suradnja. Suradnja s drugima i zajednička refleksija o praksi pomažu napuštanju individualizma i izolacije. Ovakav oblik suradnje najbolje se može realizirati sudjelovanjem na konferencijama i drugim znanstvenim i stručnim skupovima u zemlji i inozemstvu gdje se razmjenjuju mišljenja o pojedinim temama relevantnim za profesionalno područje djelovanja svakog nastavnika.

Aktivizam. Biti aktivan znači baviti se problemima koji se izravno i neizravno odnose na obrazovanje i na specijalnost svakog nastavnika. Aktivizam uključuje participaciju, zajedništvo i suradnju unutar i izvan profesije (Videk Vizović, 2011).

Temeljem navedenog, proizlazi da edukacija profesora postaje kritični element u razvoju uspješnih poduzetničkih programa, stoga profesori trebaju kontinuiranu edukaciju u svojoj karijeri kako bi na kvalitetan i primjeren način mogli pratiti i primjenjivati nove metode podučavanja (Hytti, Gorman, 2006).

Istraživanja su pokazala da „dobri“ profesori vrlo lako prihvaćaju poduzetnički koncept te ga ubrzo počinju promatrati kao glavni obrazovni cilj. S obzirom na to da poduzetnički koncept u obrazovanju ipak zahtijeva određenu razinu znanja i vještina, njegovo uvođenje predstavlja jasan izazov za razvoj ove profesije (Gibb, Cotton, 1998).

Unatoč tomu, i najbolji studijski programi ne mogu potaknuti studente na pokretanje vlastitih poduzetničkih pothvata, ukoliko oni već od ranije nemaju predispozicije i afinitet prema poduzetništvu (Kourilsky, 1995). Empirijska istraživanja ukazuju na to da je uvjerenje o pokretanju novog pothvata donekle i pitanje strukture ličnosti i odnosa prema poduzetništvu (Brockhaus, Horwitz, 1986). Obrazovanje za poduzetništvo stoga neće imati isti učinak na sve učenike. Važno je napomenuti da je zapravo moguće obrazovati čak i studente koji u početku ne ispunjavaju tražene kriterije, ali imaju u sebi urođene karakteristike koje su potrebne (Franke, N., Lüthje, C., 2002). Stoga možemo zaključiti da bi, s obzirom na cijenu studiranja i

ograničena sredstva na većini javnih učilišta, oportunistički način edukacije bio takav da se edukacija primarno usmjeri na „prave“ studente, odnosno na one za koje se već unaprijed može ustvrditi da imaju poduzetničke karakteristike.

5.5. Obrazovanje kao faktor uspješnosti poduzetnika

Formalno obrazovanje poduzetnika od izrazitog je značaja za uspješno vođenje i upravljanje poduzećem, usprkos činjenici da veliki broj uspješnih poduzetnika nema formalnu naobrazbu. Česti primjer koji se spominje kao reprezentativan je slučaj osnivača tvrtke *Microsoft*, Bila Gatesa, koji se ispisao s Harvarda i osnovao tvrtku vrijednu milijarde dolara. Mark Zuckerberg osnivač i vlasnik Facebooka, također je prekinuo svoje obrazovanje na Harvardu te razvio trenutno najveću tvrtku na svijetu. Od poznatih osoba koje su prekinule školovanje da bi se posvetile razvoju svog poslovanja, izrazito uspješnima se smatraju: Ralph Lauren, Ted Turner, Steve Jobs. Prema podacima Forbesove liste, od 400 milijardera na svjetskoj razini, njih 63 nema fakultetsku diplomu nego samo srednjoškolsko obrazovanje.⁴⁰ U Republici Hrvatskoj jedan od najpoznatijih i najuspješnijih Hrvata koji u trenutku pokretanja svojih tvrtki nije imao fakultetsko obrazovanje svakako je Emil Tedeschi, vlasnik Atlantic grupe, koji je fakultetsku diplomu stekao tek nakon što je stvorio uspješnu tvrtku. Ipak, ovi primjeri više su izuzetak no pravilo. Prema podacima United States Census Bureau⁴¹ za 2017. u SAD-u 2,5 milijuna ljudi ima završen doktorat, a prema Forbesu, broj milijardera s doktoratima je 21. Iako je broj milijardera s doktoratima značajno manji od broja onih bez fakultetske diplome, znatno je i veći broj milijardera koji su završili neki od fakulteta u odnosu na one bez završenog fakulteta. Ukoliko je osoba završila bilo koji fakultet, u prosjeku će ipak imati značajno veća primanja nego osobe bez završenog fakulteta, a i prema podacima Forbesa, veća je i šansa da će postati milijarder.

Za uspješno pokretanje poduzetničkog pothvata važna je namjera poduzetničkog djelovanja i dobra ideja, a ako uz navedeno postoji i formalna naobrazba, šanse za uspjeh se značajno povećavaju. Namjera poduzetničkog djelovanja, formalno obrazovanje i motivi pokretanja poduzetničkog pothvata impliciraju potencijalno bolju pripremljenost za pokretanje poslovnog pothvata i veći optimizam koji se temelji na prepoznatoj prilici, a samim time i

⁴⁰ www.forbes.com (19. 12. 2018.)

⁴¹ <https://www.census.gov/search-results.html?searchType=web&cssp=SERP&q=college%20education> (19. 12. 2018.)

uspješno upravljanje poduzetničkim pothvatom (Singer i sur., 2017). Ukoliko poduzetnik ima formalnu naobrazbu, to mu nikako neće biti garancija da će i biti uspješniji od nekoga tko nije stekao formalno obrazovanje. Međutim, programi poduzetničkog obrazovanja značajno utječu na oblikovanje pozitivnog stava o poduzetništvu (Souitaris i sur., 2007; Mueller, 2011).

Dobra poduzetnička ideja u kombinaciji s poduzetničkim osobinama koje bi trebala posjedovati osoba koja želi biti poduzetnik i s formalnim obrazovanjem svakako će povećati šanse za uspješnije pokretanje i vođenje poslovnog pothvata. Uz navedeno, namjera poduzetničkog djelovanja je ipak faktor koji će pokrenuti budućeg poduzetnika da krene u realizaciju svoje poslovne ideje. Prema GEM istraživanju (Singer i sur., 2017), u Republici Hrvatskoj je gotovo izjednačen broj poduzetnika koji su pokrenuli posao iz nužde i onih koji su pokrenuli posao zbog prepoznavanja poduzetničke prilike. Prosjek EU pokazuje takav odnos u kojemu je četiri puta veći broj onih poduzetnika koji pokreću posao zato što imaju poduzetničku ideju i zato što su prepoznali priliku, a ne zato što su se upustili u poduzetništvo iz nužde. Prema istome istraživanju značajan broj poduzetnika nema formalno obrazovanje kojim je stekao znanje kako na ispravan način voditi poduzeće (Singer i dr., 2017), stoga takva poduzeća uspješno funkcioniraju i rastu do određene razine, sve dok ne prerastu kapacitete vlasnika. U početku su takvi poduzetnici bez formalnog obrazovanja i uspješni jer posao vode instinktivno i prema nekakvim svojim nahođenjima koja su u značajnoj mjeri i ispravna i učinkovita. Međutim, kad posao počne rasti iznad prosječne razine, on zahtijeva stručna znanja i vođenje temeljem znanstvenih postulata, što takav poduzetnik ne prihvaća ili nije u stanju prihvatiti jer se dosad ponašao onako kako on misli da je ispravno. Rezultat toga je stagniranje velikog broja malih i srednjih poduzeća, odnosno nerazvijanje u dovoljnoj mjeri i korištenje njihovih punih potencijala. Ovo je čest problem u RH, što je vidljivo i iz različitih ekonomskih istraživanja o korelaciji razvijenosti pojedine regije ili županije i stupnja obrazovanja poduzetnika koji egzistiraju na tome području. „Što je stupanj obrazovanja poduzetnika veći, to je i regija razvijenija, a poduzeća uspješno nastaju, rastu i razvijaju se“ (Ribić, Pleša Puljić, 2018: 38).

5.6. Obrazovanje poduzetnika budućnosti

Kako će izgledati budućnost, koja znanja će biti potrebna budućim zaposlenicima, koje vještine će biti dominantne na tržištu rada pitanja su na koja obrazovni sustav treba ponuditi određeni odgovor. Može li se kreirati obrazovni sustav koji će sadašnje generacije naučiti obavljati poslove i zadatke potrebne za 30 ili 40 godina za koliko se pretpostavlja da bi trebao

trajati radni vijek određene osobe? Mogu li to sadašnje studente naučiti generacije učitelja, profesora i nastavnika koji su svoje znanje stjecali prije 30 godina u vrijeme dok nije bilo ni Interneta ni današnjih oblika komunikacije koji se podrazumijevaju i čine platformu za daljnji razvoj inovacija i novih tehnologija? Navedeno predstavlja veoma težak izazov obrazovnom sustavu i danas poznatim oblicima učenja i stjecanja znanja. I površnim poznavateljima materije jasno je da će se već u samo nekoliko idućih godina stanje značajno izmijeniti i već se mijenja pred našim očima.

Prema predviđanjima Future of jobs report do kojih je došao Svjetski ekonomski forum, drastično će se izmijeniti najtraženije vještine na tržištu rada i to u sljedećih desetak godina. Prema navedenom istraživanju, sve manje će se tražiti ručni rad i fizička spremnost, a naglasak će biti na sposobnosti analitičkog mišljenja i inovativnosti te sposobnost aktivnog učenja. Iako se može činiti da su to vještine na kojima se već inzistira, u sljedećih desetak godina naglasak će se još više intenzivirati te će se stvarati još veća razlika koja će se očitovati i u plaćama i ostalim benefitima zaposlenika s navedenim vještinama.

Tablica 6: Usporedba traženih vještina danas i predviđanja za 2022. godinu.

Tražene vještine danas	Tražene vještine 2022. godine.	Vještine koje će se sve manje tražiti 2022. godine.
<ul style="list-style-type: none"> • analitičko razmišljanje i inovacija, • kompleksno rješavanje problema, • kritičko razmišljanje i analiza, • strategije aktivnog učenja i učenja, • kreativnost, originalnost i inicijativa, • pažnja na detalje, • pouzdanost, • emocionalna inteligencija, • razmišljanje, • rješavanje problema i ideje, 	<ul style="list-style-type: none"> • analitičko razmišljanje i inovativnost, • aktivno učenje i strategije učenja • kreativnost, originalnost i samoinicijativnost, • tehnološki dizajn i programiranje, • kritičko razmišljanje i analitičnost, • rješavanje složenih problema, • vođenje i društveni utjecaj, • emocionalna inteligencija, 	<ul style="list-style-type: none"> • ručna spretnost, izdržljivost i preciznost, • pamćenje, verbalne, slušne i prostorne sposobnosti, • upravljanje financijskim, materijalnim resursima, • instalacija i održavanje tehnologije, • čitanje, pisanje, matematika i aktivno slušanje, • upravljanje osobljem, • kontrola kvalitete i svijest o sigurnosti, • koordinacija i upravljanje vremenom,

<ul style="list-style-type: none"> • vodstvo i društveni utjecaj, • koordinacija i upravljanje vremenom 	<ul style="list-style-type: none"> • rasuđivanje, smišljanje ideja i rješavanje problema, • analiza sustava i ocjenjivanje 	<ul style="list-style-type: none"> • vizualne, slušne i govorne sposobnosti, • korištenje tehnologije, • praćenje i kontrola
---	--	---

Izvor: The future of jobs report, World economic forum, str. 12

Prema izvještaju „The future of jobs report 2018.“, koji je objavio Svjetski ekonomski forum, predviđa se da će robotizacija, automatizacija i umjetna inteligencija u sljedećih pet godina učiniti nepotrebni 75 milijuna radnih mjesta.⁴² Izvještaj istovremeno predviđa da će u istom razdoblju četvrta industrijska i tehnološka revolucija otvoriti 133 milijuna radnih mjesta, iz čega proizlazi plus od 58 milijuna radnih mjesta. Nažalost, ne postoji globalni dogovor koliko će novih radnih mjesta pripasti kojoj zemlji na globusu. Raspodjela radnih mjesta ne određuje se kvotama ni dekretima vlada ili poslovnih zajednica. Individualci i formalne ili neformalne skupine osuđene su boriti se same da ne postanu gubitnice sve žešće i brže tehnološke revolucije koja je već jednom nogom na ulasku.

Kako bi cjelokupno društvo moglo pratiti razvoj tehnologije kako bi svojim članovima omogućilo kvalitetan život u skladu s tehnološkim i civilizacijskim dostignućima, potrebno je proaktivno djelovanje nositelja gospodarske i političke vlasti. Budućnost će zasigurno donijeti brojne društvene i tehnološke promjene, što će značajno utjecati na karijere pojedinaca i na cjelokupno tržište rada. U skladu s time, obrazovni sustav mora dati svoj odgovor na navedene promjene, prije svega usklađivanjem metoda i načina poučavanja, ali i bržim i fleksibilnijim izmjenama obrazovnih programa koji će u potpunosti biti integrirani u tržište rada i u permanentne promjene koje se na njemu događaju.

⁴² <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018> (18. 10. 2018.)

6. VISOKO OBRAZOVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ I U GOSPODARSKI NAJRAZVIJENIJIM ZEMLJAMA SVIJETA

Poznato je da obrazovanje odražava dominantnu politiku društvenih institucija i stoga ima veliku ulogu u održavanju i perpetuiranju postojećeg društvenog poretka. Škole postoje da bi služile, barem dijelom, interesima političkih elita u društvu, ali to nije jedina njihova zadaća (Duffour, Curtis, 2012).

Odgojno-obrazovni sustav neke zemlje može se promatrati kao „skup svih ustanova koje sudjeluju u ostvarivanju odgojno-obrazovnih programa te u postizanju odgojno-obrazovnih zadaća i same svrhe odgajanja. Taj sustav obuhvaća školstvo pojedine zemlje sa svim školama: osnovnim, srednjim, višim i visokim, kao i općeobrazovnim, strukovnim i umjetničkim (normalnim i specijalnim) školama, koje su međusobno povezane u cjelinu“⁴³.

U svojoj naravi obrazovanje se može promatrati kao skup znanja i sposobnosti, dok je znanje skup činjenica i generalizacija. S druge strane, sposobnost pojedinca uključuje razmišljanje, istraživanje, projiciranje, modeliranje, zaključivanje, uočavanje, logičko povezivanje, pa sve do najvišeg oblika sposobnosti – znanstvene spoznaje.

Sustav obrazovanja u Republici Hrvatskoj uređen je prema najvišim svjetskim i europskim standardima i osigurava obrazovanje svim građanima pod jednakim uvjetima⁴⁴.

Prema članku 65. Ustava Republike Hrvatske osnovno školovanje je obvezatno i besplatno, a srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje svakom je dostupno, pod jednakim uvjetima u skladu s njegovim sposobnostima⁴⁵.

Sustav obrazovanja sastoji se od⁴⁶:

- **Ranog predškolskog odgoja i obrazovanja** - obuhvaća odgoj, obrazovanje i skrb o djeci predškolske dobi, za djecu od šest mjeseci do polaska u školu.
- **Osnovnog obrazovanja** - obvezno je i besplatno za svu djecu u dobi od šeste do petnaeste godine, a za učenike s višestrukim teškoćama u razvoju najdulje do 21. godine života.

⁴³ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44734> (12. 9. 2019.)

⁴⁴ https://www.azoo.hr/images/AZOO/Ravnatelj/RM/Hrvatski_obrazovni_sustav.pdf (28. 10. 2020.)

⁴⁵ Ustav Republike Hrvatske (NN 56/90, 135/97, 8/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14)

⁴⁶ <https://mzo.gov.hr/istaknute-teme/odgoj-i-obrazovanje/109> (11. 9. 2019.)

- **Srednjoškolskog obrazovanja** - nakon završetka osnovnoškolskog odgoja i obrazovanja, omogućava stjecanje znanja i sposobnosti za rad i nastavak školovanja, svakome prema njegovim sposobnostima.
- **Visokog obrazovanja** – nakon završetka srednjoškolskog obrazovanja svima u skladu s njihovim sposobnostima i preferencijama, uz pomoć sveučilišta, veleučilišta i visokih škola.

Godine 2014. Sabor Republike Hrvatske usvojio je dokument „Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije“ kojim se obrazovanje i znanost ističu kao razvojni prioriteti koji joj jedini mogu donijeti dugoročnu društvenu stabilnost, ekonomski napredak i osiguranje kulturnog identiteta. Strategijom se nameće odgovornost države da razvija obrazovni sustav i upravlja njime u suradnji s privatnim sektorom. Kao temelj obrazovanja nameće se **cjeloživotno učenje** koje potiče pojedinca iz bilo koje dobne skupine na različite oblike učenja i omogućuje mu stalan pristup obrazovanju. Cjeloživotno obrazovanje, znanost i inovacije čine trokut znanja kojemu država pruža uvjete za djelotvorno funkcioniranje⁴⁷.

Glavni ciljevi postavljeni u Strategiji obrazovanja su sljedeći:

- Opće osnovno obrazovanje bit će obvezno.
- Bit će osigurana horizontalna i vertikalna prohodnost sustava.
- Sve osobe, napose marginalizirane i podzastupljene skupine, bit će uključene u sustav obrazovanja koje će biti utemeljeno na znanstvenim spoznajama.
- Svi djelatnici u sustavu bit će kompetentni i poštovat će profesionalnu etiku.
- Odluke će se donositi na demokratski način uz sudjelovanje svih ključnih čimbenika.
- Škole i nastavnici bit će samostalni u osmišljavanju svojeg rada.
- Poštovat će se interkulturalizam i europska dimenzija obrazovanja.

Najvažniji zakoni kojima se uređuje sustav odgoja i obrazovanja su Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi, Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju te Zakon o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju⁴⁸.

⁴⁷ <https://vlada.gov.hr/strategija-obrazovanja-znanosti-i-tehnologije/151> (10. 9. 2019.)

⁴⁸ Zakon o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju (NN 45/09)

Zakonom o odgoju i obrazovanju uređuje se djelatnost osnovnog i srednjeg odgoja i obrazovanja u javnim ustanovama. Tu spadaju osnovne škole, srednje škole, učenički domovi i druge javne ustanove.⁴⁹

Zakonom o znanstvenoj djelatnosti uređuje se sustav znanstvene djelatnosti i visokog obrazovanja. Znanstvena djelatnost i visoko obrazovanje predstavljaju djelatnosti od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku i sastavni su dio međunarodnog, posebno europskog, znanstvenog, umjetničkog i obrazovnog prostora⁵⁰.

Zakonom o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju uređuje se osiguravanje i unapređivanje kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju postupcima inicijalne akreditacije reakreditacije i ostalih metoda nadzora i vrednovanja. Jednako tako, navedenim Zakonom uređuje se status, djelatnost i ustrojstvo Agencije za znanost i visoko obrazovanje te uloga ostalih tijela koja brinu o osiguravanju i unapređivanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju⁵¹.

6.1. Visoko obrazovanje u Republici Hrvatskoj

Visoko obrazovanje u Republici Hrvatskoj provodi se na sveučilišnim i stručnim studijima. Sveučilišni studiji su, putem svojih sastavnica (fakulteta i umjetničkih akademija), namijenjeni osposobljavanju studenata za obavljanje poslova u znanosti i visokom obrazovanju, u poslovnom i javnom sektoru te ih se osposobljava za primjenu i razvoj znanja i znanstvenih dostignuća. Sveučilišno obrazovanje pruža studentima mogućnosti daljnjeg znanstvenog usavršavanja i rada na kreiranju novih znanja, iako ne isključuje neposredno uključivanje u radne procese na tržištu rada. Stručni studiji stvoreni su kako bi se studenti odmah nakon završetka studija uključili na tržište rada i u radne procese primjenjujući stečena znanja i vještine praktične razine i primjenjive u realnim tržišnim uvjetima⁵².

Znanost i visoko obrazovanje na poseban se način uspostavljaju i uređuju Zakonom o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru. Njime se uređuje sustav kvalifikacija visokog obrazovanja, utvrđuje se povezivanje s Europskim kvalifikacijskim okvirom i kvalifikacijskim okvirom Europskog prostora visokog obrazovanja, a posredno i s nacionalnim kvalifikacijskim

⁴⁹ Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi (NN 87/08, 86/09, 92/10, 105/10,90/11, 5/12, 16/12, 86/12, 126/12, 94/13, 152/14, 7/17) čl. 1. i čl. 2.

⁵⁰ Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju (NN 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15) čl. 1. i čl. 2.

⁵¹ Zakon o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju (NN 45/09) čl. 1.

⁵² Zakon o akademskim i stručnim nazivima i akademskom stupnju (NN 107/07, 118/12)

sustavima drugih zemalja Europske unije.⁵³ To znači da se na jedinstven način povezuju kvalifikacijski sustavi svih zemalja Europske unije radi ujednačavanja standarda, ishoda učenja te verifikacije i priznavanja diploma na cjelokupnom Europskom prostoru.

Preduvjet za upis neke od visokoobrazovnih institucija su najmanje četiri završene godine srednje škole. U većini visokoobrazovnih institucija upis je uvjetovan polaganjem državne mature koja je jedinstvena za čitavo područje Republike Hrvatske i provodi se dvaput godišnje pod nadzorom Nacionalnog centra za Vanjsko vrednovanje obrazovanja. Srednje obrazovanje učenika gimnazijskih programa obrazovanja završava polaganjem državne mature. Prema pravilniku o polaganju državne mature⁵⁴, ispite državne mature mogu polagati i učenici u strukovnim i umjetničkim programima obrazovanja koji traju najmanje četiri godine i čije srednje obrazovanje završava izradom i obranom završnoga rada u organizaciji i provedbi škole. Ispite državne mature mogu polagati i pristupnici koji su najmanje četverogodišnje srednje obrazovanje završili u Republici Hrvatskoj te pristupnici koji su izvan Republike Hrvatske završili srednje obrazovanje usporedivo s četverogodišnjim srednjim obrazovanjem u Republici Hrvatskoj⁵⁵.

Završetkom srednjoškolskog obrazovanja, prema Hrvatskom kvalifikacijskom okviru učenici dostižu 4. stupanj obrazovanja, čija razina je ujednačena na čitavome prostoru Europske unije. Nakon toga upisuju jedan od studija na kojima mogu stjecati kvalifikacije do razine 8.

Najniži stručni studij razine 5 traje od 2 do 2,5 godine, čijim završetkom se stječe akademski naziv „stručni pristupnik“. Za sada u Republici Hrvatskoj postoje samo dva učilišta koja nude takve programe, a to su: studij ljevarstva Sveučilišta u Zagrebu te studij politehnike Visoke tehničke poslovne škole u Puli.

Razina 6 prema HKO-u su preddiplomski stručni studiji ili preddiplomski sveučilišni studiji koje nudi većina visokoobrazovnih institucija. Završetkom tih studija stječe se akademski naziv „stručni prvostupnik“ za stručne studije, odnosno „sveučilišni prvostupnik“ za sveučilišne studije.

Razina 7 prema HKO-u za stručne studije stječe se završetkom diplomskog stručnog studija, obično u trajanju od 1 ili 2 godine, nakon čega se stječe akademski naziv „stručni specijalist“. Kod sveučilišnih studija, razina 7 stječe se završetkom diplomskog sveučilišnog

⁵³ Zakon o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru (NN 22/13, 41/16) čl.1 i čl.2.

⁵⁴ <https://www.ncvvo.hr/kategorija/drzavna-matura/pravilnik-o-polaganju-drzavne-mature/> (28. 10. 2020.)

⁵⁵ http://dokumenti.ncvvo.hr/Drzavna_matura/2013-01-07/pravilnik_polaganja_dm_2013.pdf (10. 9. 2019.)

studija u trajanju od 2 godine, čime se stječe akademski naziv „magistar struke“, odnosno doktor za studije medicine, stomatologije ili veterine.

Neka od sveučilišta su, zbog svojih specifičnosti, osnovala integrirane sveučilišne studije koji se upisuju nakon srednje škole i traju od 5 do 6 godina i na kojima se stječe najmanje 300 ECTS bodova.⁵⁶ Kao primjer takvih integriranih studija, može se navesti studiji medicine, stomatologije i prava⁵⁷.

Završetkom razine 7, moguće je upisati poslijediplomsku razinu specijalističkih studija, čijim završetkom se stječe akademski naziv „sveučilišni specijalist“, što je također razina 7 prema HKO-u, a studij obično traje od 1 do 2 godine.

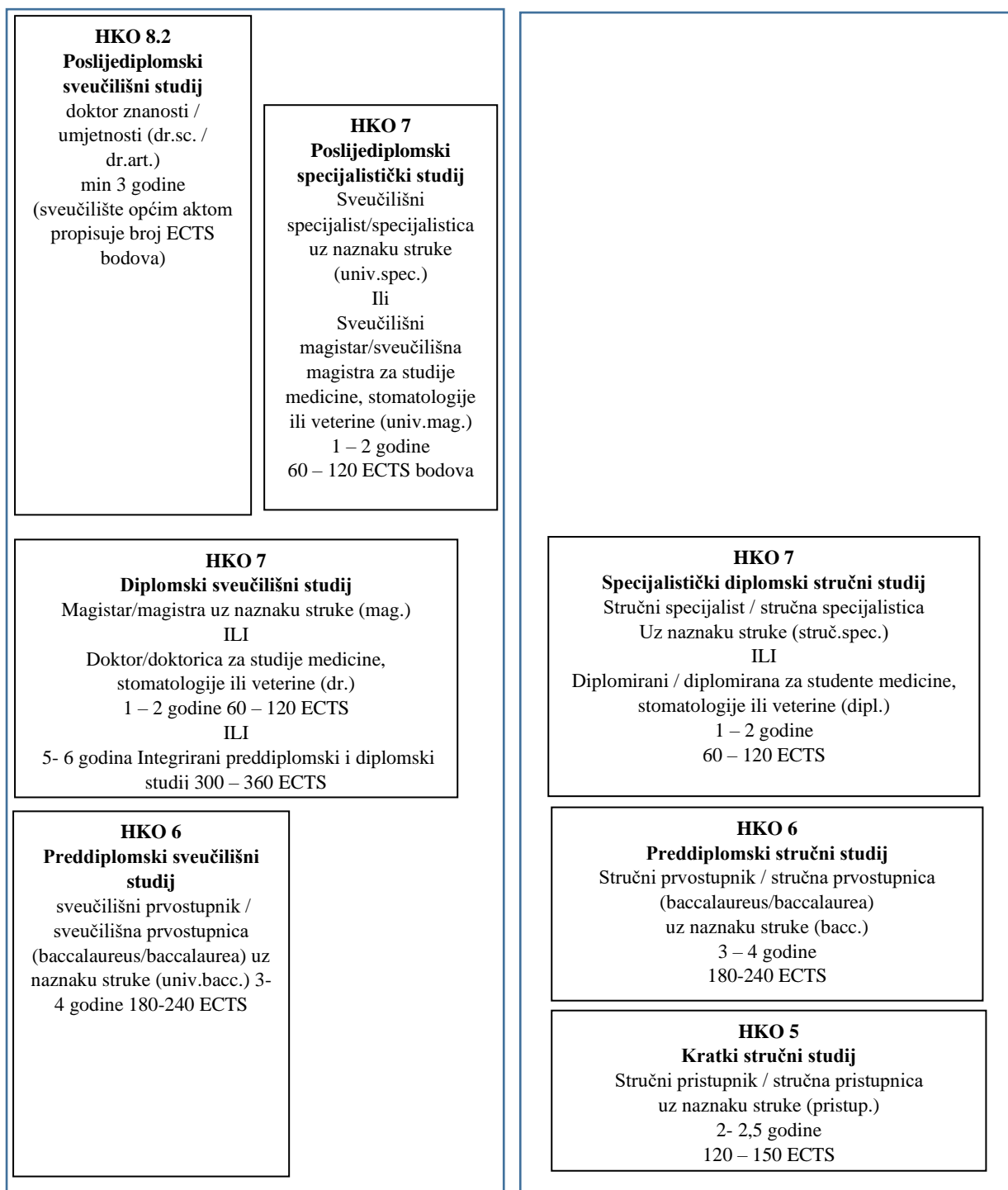
Kao druga opcija poslijediplomske razine su poslijediplomski doktorski studiji u trajanju od minimalno 3 godine, čijim završetkom se stječe akademski stupanj „doktor znanosti“ i čini najvišu razinu HKO-a, razinu 8.

Na slici 16 prikazana je shema visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj iz koje su vidljive sve razine visokog obrazovanja i tijekom studiranja te nazivi i titule koje se stječu završetkom pojedinog studija.

⁵⁶ <https://www.azvo.hr/hr/component/seoglossary/1-priznavanje-inozemnih-visokoskolskih-kvalifikacija/23-magistar> (28. 10. 2020.)

⁵⁷ <http://www.unizg.hr/studiji-i-studiranje/studiji/integrirani-studiji/>

Slika 16: Shema visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj.



Izvor: Agencija za znanost i visoko obrazovanje, www.avzo.hr, (5. 3. 2019.)

Prema podacima Agencije za znanost i visoko obrazovanje, u Republici Hrvatskoj trenutno aktivno djeluje 119 visokoobrazovnih institucija. Od toga je 8 javnih sveučilišta, 2 privatna sveučilišta, 68 fakulteta i umjetničkih akademija te 1 sveučilišni centar na javnim

sveučilištima; 4 privatna veleučilišta, 11 javnih veleučilišta, 22 privatna koledža i 3 javna koledža. Od svih institucija, njih 45 nudi programe iz društvenih znanosti, polja ekonomija. U 19 visokih učilišta nude se programi poduzetništva ili nekog oblika edukacije za poduzetništvo⁵⁸.

Ako promatramo samo preddiplomske stručne studije, samo 7 veleučilišta ili visokih škola ima studijski program koji se odnosi na poduzetništvo, od kojih su 6 s područja društvenih znanosti, a to su: Veleučilište Rijeka, Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću, Veleučilište „Marko Marulić“ Knin, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici i Visoka škola „Nikola Šubić Zrinski“, dok je jedno sa područja biotehničkih znanosti, a to je Veleučilište „Marko Marulić“ Knin.⁵⁹

Tablica 7: Broj visokih učilišta prema gradovima i županijama u Republici Hrvatskoj

Grad	Županija	Broj visokih učilišta
Zagreb	Zagrebačka	50
Split	Splitsko dalmatinska	20
Rijeka	Primorsko goranska	17
Osijek	Osječko baranjska	17
Dubrovnik	Dubrovačko neretvanska	2
Pula	Istarska	2
Slavonski Brod	Brodsko posavska	2
Varaždin	Varaždinska	2
Bjelovar	Bjelovarsko bilogorska	1
Čakovec	Međimurska	1
Đakovo	Osječko baranjska	1
Gospić	Ličko senjska	1
Karlovac	Karlovačka	1
Knin	Šibensko kninska	1
Koprivnica	Koprivničko križevačka	1
Krapina	Krapinsko zagorska	1
Križevci	Koprivnički križevačka	1
Opatija	Primorsko goranska	1

⁵⁸ www.azvo.hr (5. 9. 2018.)

⁵⁹ www.azvo.hr (5. 9. 2018.)

Požega	Požeško slavonska	1
Sisak	Sisačko moslavačka	1
Šibenik	Šibensko kninska	1
Velika Gorica	Zagrebačka	1
Virovitica	Virovitičko podravska	1
Vukovar	Vukovarsko srijemska	1
Zadar	Zadarska	1
Zaprešić	Zagrebačka	1

Izvor: Izrada autora prema: Agencija za znanost i visoko obrazovanje, www.avzo.hr, (10. 9. 2019.)

Prema teritorijalnoj rasprostranjenosti vidljivo je da je najveći broj visokoobrazovnih institucija smješten u Gradu Zagrebu. Brojni instituti i znanstveno istraživačke organizacije najvećim dijelom su također smještene u Zagrebu, što na određeni način stavlja ostale dijelove Republike Hrvatske u neravnopravan položaj u smislu pristupa takvim obrazovnim i istraživačkim institucijama i dodatno pridonosi neravnomjernom razvoju svih dijelova države. To je problem na čijemu rješavanju se radi u posljednjih 20-ak godina, od kada su se stvari znatno izmijenile. Otvaranjem veleučilišta i visokih škola u manjim mjestima, najčešće sjedištima županija, omogućio se pristup visokom obrazovanju širem krugu ljudi, što se dokazuje i povećanim brojem visokoobrazovanih osoba u zadnjih 20 godina.

Nakon Zagreba, visokoobrazovne institucije su najvećim dijelom smještene oko sveučilišnih centara Splita, Osijeka i Rijeke. Teritorijalni raspored sveučilišnih centara uspostavljen je vrlo kvalitetno i u skladu s gospodarskim razvojem i brojem stanovnika koji njima gravitiraju.

U ostalim gradovima, najčešće se radi o sjedištima županija, smještene su po jedna ili dvije visokoobrazovne institucije koje svoj doprinos mogu dati u podizanju razine stupnja obrazovanja svih stanovnika Republike Hrvatske, a time i poboljšanju životnog standarda i ubrzanju gospodarskog rasta. Uglavnom se tu radi o stručnim studijima, direktno vezanim za tržište rada, što otvara mogućnosti za efikasnost visokog obrazovanja pružajući većem broju ljudi studiranje blizu mjesta stanovanja uz što je moguće niže troškove. Istodobno, mjesta uz takve institucije se dodatno razvijaju, stvarajući istraživačke i akademski značajne poluge razvoja manjih sredina na način da se čvršće povezuju sa zajednicom u kojoj djeluju i da imaju sposobnost učenja od zajednice (Oberman Peterka, Alpeza, 2013), što posljedično utječe na kvalitetu života i standard svih njezinih stanovnika.

Rast kvalitete obrazovanja i strukture obrazovanih stanovnika vidljiv je u popisima stanovništva koji se obavljaju redovno, svakih 10 godina.

Tablica 8: *Obrazovna struktura stanovništva Republike Hrvatske starijeg od 15 godina*

Razina obrazovanja	1981. godine	1991. godine	2001. godine	2011. godine
Bez škole	45,39 %	29,80 %	18,62 %	9,52 %
Osnovna škola	19,22 %	23,37 %	21,75 %	21,30 %
Srednja škola	28,28 %	35,97 %	47,08 %	52,63 %
Viša škola ili stručni studij	2,74 %	4,05 %	4,07 %	5,84 %
Fakultet/akademija/sveučilišni ili poslijediplomski studij	3,63 %	5,29 %	7,81 %	10,55 %
Nepoznato	0,74 %	1,52 %	0,67 %	0,16 %

Izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1582.pdf (11. 9. 2019.)

Prema statističkim pokazateljima od prvih popisa stanovništva, vidljiv je pomak u strukturi obrazovanja na području Republike Hrvatske. Od 1981. godine, kada je u ukupnoj populaciji starijoj od 15 godina 45,39 % osoba bilo bez završene osnovne škole, do 2011. godine kada je bez završene osnovne škole bilo 9,52 %, sustav obrazovanja je evidentno napredovao. Većinom se tu radi o starijim osobama koje nisu završile ni osnovnu školu i za očekivati je da će se taj broj i dalje značajno smanjivati.

Što se tiče visokoobrazovanih osoba, i tu je vidljiv izrazit pomak: od 3,63 % visokoobrazovanih 1981. godine postotak visokoobrazovanih u 2011. godini se popeo na 10,55 %. Prema nekim procjenama u 2019. godini taj broj iznosi oko 22 %, no stvarno stanje će se saznati na sljedećem popisu stanovništva 2021. godine.

To su svakako dobri pokazatelji jer broj visokoobrazovanih osoba značajno raste, a broj osoba bez završene osnovne škole ili onih koji su završili samo osnovnu školu drastično pada.

U usporedbi s ostalim zemljama Europske unije, Hrvatska se prema podacima iz 2011. godine i prema procjenama iz 2018. godine nalazi negdje na sredini što se tiče osoba s najnižom razinom obrazovanja.. Prema procjenama Eurostata, u Hrvatskoj je 2018. godine bilo 18,7 % osoba s najnižim obrazovanjem. Zemlje s najvećim brojem najniže obrazovanih osoba između 15 i 64 godine starosti, prema podacima iz 2018. godine, su Portugal s 49,8 % i Malta s 44,7 %, a zemlje s najmanjim brojem najniže obrazovanih osoba su Litva s 11,7 %, Češka s 12,1 % i Poljska s 13,5 %. Prosjek 28 zemalja članica Europske unije bio je 25,5 %.

Kada se uspoređuju visokoobrazovani prema procjenama Eurostata za 2018. godinu, prosjek za 28 zemalja članica Europske unije iznosio je 28,7 % visoko obrazovanih stanovnika od 15 do 65 godina. Broj visokoobrazovanih u 2018. u Republici Hrvatskoj iznosio je 22 %. Kao zemlje na najmanjim brojem visokoobrazovanih izdvajaju se Rumunjska s 15,5 %, Italija sa 17,1 %, dok se kao najuspješnije zemlje prema broju visokoobrazovanih ističu Irska s 40,5 %, Cipar s 39,4 % te Velika Britanija s 39,3 %.⁶⁰

Broj visokoobrazovanih svakako se može staviti u korelaciju s gospodarskim razvitkom zemlje (Leeuven, 2007), što može biti dobar pokazatelj kreatorima gospodarske politike u Republici Hrvatskoj na koji način preraspodijeliti financijska sredstva i u kojemu smjeru pokrenuti svoje napore kako bi se ojačalo gospodarstvo i ostvarilo ekonomski napredak.

6.2. Kvaliteta visokog obrazovanja

Kvalitetu obrazovanja možemo promatrati u užem i u širem smislu. „U širem smislu kvaliteta predstavlja usklađenost visokog obrazovanja sa zahtjevima i potrebama korisnika, ciljevima, normama i standardima. U užem smislu kvaliteta podrazumijeva usklađenost procesa i rezultata pripreme visokoobrazovnih stručnjaka sa potrebama, ciljevima, normama i standardima države, poslodavca i društva u cjelini“ (Horvat Novak, Hunjet, 2015: 463).

Kako se od obrazovnih institucija očekuje puno, rezultati su često ispod tih očekivanja i djeluju razočaravajuće. Uvriježeno je mišljenje da je obrazovanje rješenje većeg dijela društvenih izazova, uključujući i one o produktivnosti na radnom mjestu, konkurentnost države, socijalnu pravednost, kulturu ponašanja, razvoj tehnologije i učinkovitost demokracije (Pastuović, 1999).

Kvalitetu visokog obrazovanja možemo promatrati kao kompleksni koncept u čijem nastanku, održavanju i razvijanju sudjeluju država, nastavnici, administrativno osoblje, poslodavci, studenti i ostale interesne, pretežno profesionalne skupine, što potiče neprekidnu borbu u prevladavanju uočenih slabosti (Mencer, 2005).

Da bi se razvijale kompetencije i vještine za proaktivno djelovanje, potrebno je razvijati obrazovanje aktivnostima, a ne samo klasičnim školskim (knjiškim) učenjem. Isključivo na taj način je moguće prevladavati dualizam između znanja i djelovanja, što je uvelike posljedica jednostranog intelektualizma i verbalizma u obrazovanju (Vujčić, 2016).

⁶⁰ <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (12. 9. 2019.)

Obrazovanje je potrebno promatrati kroz prizmu investicije za budućnost, a ne kao trenutnu stavku potrošnje koju je potrebno reducirati na svaki mogući način. Kako na razini Republike Hrvatske, tako i na svjetskoj razini brojni autori već odavno naglašavaju kako je javno obrazovanje među prvim žrtvama javnih financija. U vremenu u kojem se od nastavnika očekuje mnogo, oni dobivaju manje potpore, manje uvažavanja i manje prilika da budu kreativni, fleksibilni i inovativni nego ranije. Od njih se očekuje da budu vodeći katalizator informatičkog društva, dok su istovremeno jedna od njegovih prvih žrtava. To je dnevni izazov za same nastavnike i profesore te izazov za politiku koja želi reformirati i unaprijediti poučavanje (Hargreaves i Lo, 2000).

Svjetska banka na godišnjoj razini izračunava Indeks ljudskog kapitala za 157 država svijeta čiji je najznačajniji dio kvaliteta obrazovanja neke države. Indeks izračunava doprinos zdravlja i obrazovanja na produktivnost sljedeće generacija radnika, a sadašnjih učenika. Ljudski kapital središnji je pokretač održivog rasta i smanjenja siromaštva, a kvaliteta obrazovanja omogućuje ljudima, budućim radnicima, da poboljšaju svoje vještine te postanu produktivniji, fleksibilniji i inovativniji.⁶¹ Prema tom indeksu za 2018. godinu, dijete rođeno u Hrvatskoj danas ima 72 posto šanse dosegnuti svoj puni potencijal u smislu obrazovanja. Indeks smješta Republiku Hrvatsku na 36. mjesto među 157 država, što ju po efikasnosti svog obrazovnog sustava čini prilično dobrom u odnosu na regiju i prilično dobrom u odnosu na druge države koje imaju srednji prosjek primanja i s kojima se može uspoređivati.⁶² Na prvome mjestu je Singapur s indeksom od 0,88, zatim Južna Koreja s 0,84, Japan 0,84, Hong Kong 0,82, Finska 0,81 itd.⁶³

U svrhu reforme i unaprjeđenja visokog obrazovanja, 1999. godine Europska unija pokrenula je tzv. „Bolonjski proces“ u Bologni u Italiji na sastanku ministara 29 europskih zemalja. Republika Hrvatska je također pristupila tom sporazumu na ministarskoj konferenciji 2001. godine, dok su od akademske godine 2005./2006. studijski programi usklađeni s ciljevima Bolonjske deklaracije te je upisana prva generacija studenata u novi sustav visokog obrazovanja.

Osnovni ciljevi Bolonjske deklaracije i procesa su⁶⁴:

1. usvajanje sustava lako prepoznatljivih i usporedivih stupnjeva
2. usvajanje sustava obrazovanja podijeljenog u dva ciklusa

⁶¹ <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30498> (10. 9. 2019.)

⁶² https://databank.worldbank.org/data/download/hci/HCI_2pager_HRV.pdf (10. 9. 2019.)

⁶³ <https://www.worldbank.org/en/publication/human-capital> (10. 9. 2019.)

⁶⁴ <http://www.unizg.hr/studiji-i-studiranje/cjelozivotno-obrazovanje-i-usavsavanje/podrska-nastavnicima/ucenje-i-poucavanje-u-visokom-obrazovanju-upravo/bolonjski-proces/> (10. 9. 2019.)

3. uvođenje ECTS bodovnog sustava
4. promicanje mobilnosti studenata i nastavnika
5. povećanje kvalitete visokog obrazovanja
6. promicanje europske dimenzije u visokom obrazovanju.
7. uvođenje koncepta cjeloživotnog obrazovanja u visoko obrazovanje
8. uvođenje trećeg ciklusa poslijediplomskih studija
9. uspostava zajedničkog europskog istraživačkog prostora (European Research Area - ERA)
10. uvođenje nacionalnih kvalifikacijskih okvira usporedivih s krovnim kvalifikacijskim okvirom EHEA (A Framework for Qualifications in the EHEA)
11. definiranje ishoda učenja za sva tri ciklusa u skladu s Dublinskim deskriptorima
12. osiguranje kvalitete u skladu s europskim standardima kvalitete (Standards and Quidelines for Quality Assurance in the European higher Education – ESG)
13. priznavanje stranih diploma i drugih visokoobrazovnih kvalifikacija u skladu s Konvencijom Europskog vijeća / UNESCO o međunarodnom priznavanju.

Na taj način želi se postići ujednačavanje kvalitete sustava visokog obrazovanja na čitavome prostoru Europske unije te priznavanje kvalifikacija stečenih u jednoj zemlji, kao kvalifikacije stečene u bilo kojoj od zemalja Europske unije. Time se postiže bolji protok i sloboda tržišta radne snage, prepoznatljivost kvalifikacije, poboljšanje kvalitete obrazovanja, a posljedično i dodatna razina konkurentnosti Europske unije.

Kako bi se postigla određena razina kvalitete visokog obrazovanja, a sve s ciljem ujednačavanja kriterija na čitavom europskom prostoru, razvijeni su standardi i smjernice kojih bi se trebala držati sva visoka učilišta (Glanville, 2006):

1. interes studenata i poslodavaca te društva uopće za kvalitetno visoko obrazovanje
2. važnost autonomije visokih učilišta koja snose glavnu odgovornost za kvalitetu i njeno osiguranje
3. potreba za vanjskim osiguranjem kvalitete mora odgovarati svrsi, tj. ostvarenju njihovih ciljeva
4. kvaliteta akademskih programa mora se razvijati i poboljšavati u korist studenata i drugih korisnika visokog obrazovanja
5. moraju postojati uspješne i učinkovite organizacijske strukture koje će pružati akademske programe

6. transparentnost i korištenje vanjske ekspertize važni su u procesima osiguravanja kvalitete

7. potrebno je poticati kulturu kvalitete unutar visokih učilišta.

Navedene standarde i smjernice, tzv. ESG, Republika Hrvatska preuzela je potpisom Bolonjske deklaracije, a iz njih proizlaze tri osnovne komponente sustava osiguranja kvalitete u visokom obrazovanju (Predojević, Kolanović, 2015):

- unutarnje osiguravanje kvalitete
- vanjsko osiguravanje kvalitete
- osiguravanje kvalitete putem agencija za osiguravanje kvalitete

Unutarnje osiguranje kvalitete značilo bi određenu „samoprocjenu“, odnosno razvijenost određenih postupaka kojima visoka učilišta samostalno, vlastitim resursima održavaju i poboljšavaju dostignute standarde kvalitete. Drugim riječima, to zahtijeva od visokih učilišta da imaju (Ivošević i sur., 2006):

1. utvrđenu politiku i postupke za osiguranje kvalitete
2. mehanizme za odobravanje, periodičnu prosudbu i praćenje programa i zvanja
3. utvrđene kriterije, propise i postupke za ocjenjivanje studenata
4. načina za provjeru kvalificiranosti i sposobnosti nastavnog osoblja
5. osigurane resurse koji su na raspolaganju za pomoć studentima u učenju
6. informacijski sustav za prikupljanje, analiziranje i korištenje odgovarajućih informacija
7. odgovornost: osigurati najnovije, nepristrane i objektivne informacije javnosti.

U praksi je veoma teško odrediti kolika je kvaliteta pojedine institucije i kolika je kvaliteta znanja studenata koji izađu nakon stjecanja diplome na određenoj instituciji. U tu svrhu određuju se standardi i podatci koji su egzaktno usporedivi te mogu na određeni način dati informaciju o kvaliteti obrazovnog procesa određene visokoobrazovne institucije.

Najčešći parametri na temelju kojih se definiraju parametri kvalitete su:

- ukupan broj upisanih studenata
- broj studenata na prvoj godini
- broj studenata koji su diplomirali
- prosječna duljina studiranja
- prosječna ocjena studiranja
- odustajanje studenata

- broj zaposlenih u znanstveno-nastavnim zvanjima
- ukupne nastavne obveze studenata (Horvat Novak, Hunjet, 2015).

Kolika je kvaliteta navedenih parametara kako bi uistinu davale stvarnu sliku o određenoj instituciji ostaje upitno, ukoliko smo svjesni mogućnosti manipulacije posebice u hrvatskom uvjetima pada broja studenata, a povećavanja upisnih kvota na pojedinim visokim učilištima. Navedena problematika svakako bi zahtijevala daljnju analizu i razmatranje, međutim, to nije predmet ove disertacije.

Kod vanjskog vrednovanja visokih učilišta uzimaju se u obzir opći dokumenti/programi potrebni za uređivanje znanstvenog i nastavnog rada na visokom učilištu te kvantitativni i kvalitativni elementi koji obilježavaju rad visokih učilišta. Njihov sadržaj i kvalitetu prosuđuje stručno povjerenstvo za vanjsko vrednovanje visokog učilišta koje imenuje Nacionalno vijeće za visoko obrazovanje (Predojević, Kolanović, 2015).

Kako je već prethodno navedeno, za sustav osiguranja kvalitete nadležan je Zakon o osiguranju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju u kojemu su propisani postupci koje visoko učilište mora proći kako bi moglo dobiti dopusnicu za rad.

Postupci se odnose na⁶⁵:

Inicijalnu akreditaciju - postupak vanjskog vrednovanja kvalitete novih predmeta vrednovanja i/ili novih studijskih programa kako bi se utvrdilo ispunjava li predmet vrednovanja nužne postavljene uvjete i standarde u kojem postupku se donosi akreditacijska preporuka u svrhu izdavanja dopusnice visokim učilištima za obavljanje djelatnosti i/ili izvođenje studijskih programa te izdavanja dopusnice znanstvenim organizacijama za obavljanje djelatnosti.

Reakreditaciju - postupak vanjskog vrednovanja kvalitete postojećih predmeta vrednovanja i/ili studijskih programa u kojem se donosi akreditacijska preporuka s ocjenom i preporukama za poboljšanje radi potvrde ispunjavanja uvjeta za nastavak obavljanja djelatnosti i/ili izvođenje studijskih programa visokih učilišta te potvrde ispunjavanja uvjeta za nastavak obavljanja djelatnosti znanstvenih organizacija.

Tematsko vrednovanje - provodi se radi provjere, ocjene i razvoja kvalitete ustrojstvene jedinice i/ili studijskoga programa predmeta vrednovanja, odnosno utvrđivanja kvalitete djelatnosti istovrsnih predmeta vrednovanja.

⁶⁵ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_04_45_1031.html (12. 9. 2019.)

Vanjsko neovisno periodično prosuđivanje unutarnjeg sustava osiguravanja kvalitete, tzv. audit - postupak prosudbe stupnja razvijenosti i učinkovitosti unutarnjega sustava osiguravanja kvalitete predmeta vrednovanja.

Vrednovanje visokoškolskih institucija je postupak kojemu je cilj utvrditi kvalitetu i svrsishodnost studijskih programa te utvrditi njihovu primjerenost s ciljem poboljšanja kvalitete stjecanja znanja studenata (Dolaček-Alduk i sur., 2008).

S pomoću navedenih postupaka Republika Hrvatska osigurava ujednačenost standarda kvalitete visokoobrazovnih institucija te ispunjava svoju zadaću pružanja prilika obrazovanja svim svojim stanovnicima pod jednakim uvjetima u skladu sa svojim sposobnostima. Razina znanja koje je dosegla civilizacija u 21. stoljeću eksponencijalno raste, što zahtijeva sve duži period trajanja obrazovanja i usvajanja dovoljno znanja kako bi pojedinac mogao egzistirati u uvjetima globalnog informatički umreženog svijeta današnjice.

6.3. Poduzetničko obrazovanje u Europskoj uniji i gospodarski najrazvijenijim zemljama svijeta

Brojni autori već duže vremena naglašavaju sve izraženiju potrebu za poduzetničkim ponašanjem i djelovanjem u svim aspektima života, dok presudnu ulogu u stvaranju poduzetničkog društva i poduzetničke kulture ima obrazovanje (Gibb, 2002, Kirby, 2004, Henry i sur., 2005, Galloway i sur., 2005). Osobito je važno pronaći adekvatan način na koji usmjeravati mlade ljude da razvijaju poduzetnički način razmišljanja na svim razinama, bez obzira na to misle li se ili ne misle upuštati u avanturu zvanu poduzetništvo.

Prve naznake poduzetničkog obrazovanja javljaju se nakon Drugog svjetskog rata u Sjedinjenim Američkim Državama, dok svoj puni razvojni potencijal dostižu ranih 80-ih prvenstveno na područjima Sjedinjenih Američkih Država i Velike Britanije. Nakon tog razdoblja u posljednjih 30-ak godina širi se diljem razvijenog svijeta, prvenstveno zapadne Europe, zatim Azije i Latinske Amerike (Haase, Lautenschlager, 2011).

Ulaganje u znanost i obrazovanje prioritet su svake razvijene zemlje, a izdvajanje za znanost iz udjela BDP-a značajan je pokazatelj kretanja gospodarstva u tekućem razdoblju, ali i dobar pokazatelj kojim se može procijeniti buduće gospodarsko kretanje određenog gospodarstva. Republika Hrvatska za znanost i Visoko obrazovanje u 2018. godini izdvaja tek 0,7 % svog BDP-a, što je, kada usporedimo s ostalim europskim zemljama izrazito malo, a ni

proračun za 2020. godinu ne predviđa značajno povećanje. Prema podacima Eurostata,⁶⁶ za znanost i visoko obrazovanje u Europskoj uniji najviše izdvaja Finska s 3,17 % BDP-a, slijede ju Švedska s 3,16 %, Danska s 3,08 %, Austria 2,99 %, Njemačka 2,84 %, Belgija 2,46 %, Slovenija 2,39 %, i tako dalje. Ukoliko Republika Hrvatska i dalje nastavi izdvajati ovako mali postotak BDP-a za obrazovanje, u bližoj budućnosti se ne mogu ni očekivati značajnije stope gospodarskog rasta. Odavno su sva ekonomska istraživanja dokazala da je obrazovanje temelj gospodarskog razvoja, a da se poduzetnička znanja i vještine mogu podučavati i razvijati pod uvjetom da se osiguraju odgovarajuća okolina i infrastruktura (Gibb, 2005).

Poduzetničko obrazovanje pruža pojedincima osjećaj neovisnosti, autonomije i samopouzdanja, dok obrazovanje i stvaranje poduzetnih pojedinaca osvještava ljude o alternativnim izborima za karijeru. Takvo obrazovanje širi horizonte pojedinaca, čime se ljudi bolje pripremaju za percepciju prilika i pruža im znanje koje pojedinci mogu koristiti za razvoj novih poduzetničkih mogućnosti (Reynolds i sur., 1999).

Kvalitetnim se obrazovanjem može izgraditi poduzetnički kapacitet (Hannon, 2006) koji će posljedično dovesti do gospodarskog rasta i napretka. Razvijene zemlje su to davno shvatile te su usmjerile sve svoje kapacitete u stvaranje kvalitetnih institucija koje će takvo obrazovanje moći i pružiti.

6.3.1. Europska unija i poduzetničko obrazovanje

U Europskoj uniji se obrazovni sustavi razlikuju i po kvaliteti i po metodama poučavanja, ovisno o količini financijskih sredstava koja se ulažu u obrazovanje. Budući da je i jedna od osnovnih zadaća Europske unije jače povezivanje među državama članicama kako bi se omogućila veća mobilnost posebice radne snage, ali i šireg stanovništva, potrebno je što je više moguće ujednačavati kvalitetu i učinkovitost obrazovanja općenito, kao i kvalitetu poduzetničkih programa.

U većini europskih zemljama obrazovanje za poduzetništvo na razini primarnog, ali i srednjoškolskog obrazovanja ima sljedeće komponente (Baranović, i sur., 2007; prema European Commission, Directorate General for Enterprise, 2004.; European Commission, 2006/962/EC; Attainment targets in the primary and basic secondary education, The

⁶⁶ ec.europa.eu/eurostat/statistics (9. 1. 2019.)

Netherlands, 2005; The Structure and Balance of the Curriculum – 5-14 national guidelines, Scotland, 2000; National Core Curriculum for Basic Education 2004, Finland):

- razvoj osobina ličnosti koje omogućuju razvoj poduzetnog stava učenika u svakodnevnom životu, uključujući radne, odnosno školske aktivnosti (naglasak je na razvoju inicijativnosti, kreativnosti, autonomnosti u radu, spremnosti na preuzimanje rizika, razvoju samopouzdanja učenika i sl.).
- stjecanje početnog znanja i kontakata s poslovnim svijetom (poput razumijevanja uloge poduzetnika u zajednici, upoznavanja s različitim zanimanjima i uspješnim pojedincima i sl.). Na razini srednjeg obrazovanja (nižeg srednjeg obrazovanja) obrazovanje za poduzetnost širi se i fokusira na razvoj svijesti učenika o poduzetništvu kao mogućoj profesionalnoj opciji (svijest o mogućnosti samozapošljavanja, uključujući stjecanje osnovnih znanja i vještina o pokretanju biznisa).

Tako Izvješće Europske komisije o ciljevima obrazovanja iz 2006. donosi još uvijek aktualne korake koje je potrebno poduzeti kako bi se poboljšale kvaliteta i relevantnost te nadogradilo studentsko iskustvo u obrazovanju budućih poduzetnika:

- veća jasnoća u pogledu svrhe poduzetničkog obrazovanja
- uzeti u obzir lokalni kontekst prilikom oblikovanja, razvoja i isporuke programa poduzetničkog obrazovanja
- razvijati kritičnu masu nastavnika poduzetništva širokog raspona znanja s različitim područja
- veća mobilnost i razmjena iskustava osobito u dijelu primjerenih modela učenja za poduzetništvo te razmjene primjera dobre prakse međusektorskih znanja izvan nacionalnih granica (European Commission, 2006)

Razvidno je da Europska unija s pomoću obrazovnog sustava, tijekom čitavog obrazovnog vijeka mladih osoba, naglasak stavlja na poduzetničko obrazovanje u smislu kreiranja i obrazovanja poduzetnih pojedinaca koji će biti u stanju prilagođavati svoje ponašanje i uspješno graditi karijere bez obzira na to hoće li se realizirati kao poduzetnici ili graditi karijeru na neke druge načine.

Na europskoj razini postoje različiti pogledi na mogućnost i stupanj razvoja poduzetničkog ponašanja kod pojedinca. Ovakve podvojene stavove na zanimljiv način izrekao je Heebol (1996): „Englezi su protiv stava o poduzetničkoj edukaciji pa tvrde da poduzetnici

nastaju kao dlake – ili jesi ili nisi. Nijemci su za stav da se poduzetnici stvaraju kroz ciljno orijentiran i naporan rad na dobro strukturiranim tečajevima, dok su Francuzi veoma argumentirano razgovarali o tom pitanju i pronašli mu i prednosti i mane“ (Heebol, 1996: 3).

Ipak, razvijanje i promicanje poduzetničkog obrazovanja već su dugi niz godina neki od ključnih ciljeva politika Europske unije i država članica. Poduzetničko obrazovanje važno je za oblikovanje načina razmišljanja mladih, ali i za razvijanje vještina, znanja i stavova koji su neophodni za razvijanje poduzetničke kulture (Europska komisija, 2016).

U kojoj mjeri obrazovanje o poduzetništvu predstavlja prioritet nacionalne politike u državama članicama EU-a moguće je procijeniti postojećom strategijom države članice koja je najbliže povezana s poduzetničkim obrazovanjem. Tako postoje sljedeće vrste strategija: zasebne strategije poduzetničkog obrazovanja, šire strategije u području obrazovanja povezane s poduzetničkim obrazovanjem i šire strategije ekonomije koje uključuju poduzetničko obrazovanje (Huđek, Širec, 2019).

Samo šest država članica ima zasebnu strategiju poduzetničkog obrazovanja. To su: Belgija (Francuska, Njemačka i Flamanska zajednica), Estonija, Wales (Ujedinjeno Kraljevstvo), Finska te Švedska. Devet država članica nema nacionalnu strategiju za poduzetničko obrazovanje, a one su: Engleska (Ujedinjeno Kraljevstvo), Portugal, Italija, Malta, Cipar, Luksemburg te Hrvatska⁶⁷, dok ostale zemlje članice imaju širu strategiju povezanu s poduzetničkim obrazovanjem (Huđek, Širec, 2019).

Otprilike polovica država koristi definiciju poduzetničkog obrazovanja iz Europskih ključnih kompetencija, a otprilike trećina država koristi svoje definicije. U većini definicija (europskih i nacionalnih) uloga i svrha poduzetničkog obrazovanja, osim konteksta posla, odražava i općenitiji kontekst života pojedinaca, što podrazumijeva obrazovanje u smislu kako naučiti biti poduzetan (Europska komisija, 2016).

U Velikoj Britaniji vidljiv je trend razvoja i poboljšanja edukacije za poduzetništvo. Danas se na tržištu obrazovanja nudi sve od kraćih, uže specijaliziranih i neformalnih tečajeva do poslijediplomskog obrazovanja. Negdje je veći naglasak na vještinama poput samozapošljavanja, vođenja, razvoja novih proizvoda i kreativnog razmišljanja, a drugdje na znanjima poput znanja o izvorima kapitala za pokretanje posla, zaštite ideja, tehnološkim inovacijama, izazovima vezanima sa svakom pojedinom fazom razvoja poduzeća itd. (Pittaway, Cope, 2007).

⁶⁷ Republika Hrvatska imala je strategiju poduzetničkog obrazovanja koja je vrijedila do 2014. godine, a nakon toga nova strategija za buduće razdoblje nije donesena, što na određeni način ukazuje na odnos prema poduzetništvu.

U desetogodišnjem GEM istraživanju u Velikoj Britaniji u kojemu su se sa stručnjacima s područja poduzetništva pokušali identificirati ključni faktori potrebni za poticanje poduzetništva i poboljšanje poduzetničke klime, većina ih se složila da je upravo obrazovanje za poduzetništvo ključan faktor za daljnji gospodarski napredak. Samo se značajna manjina struke složila oko toga da obrazovanje za poduzetništvo nema smisao (Levie, Hay, Reynolds, 1999).

Uzevši u obzir sva istraživanja i mišljenja recentnih stručnjaka za poduzetništvo 1997. godine, Odbor za visoko obrazovanje britanske vlade donosi nekoliko preporuka kako bi se omogućilo proširenje i poboljšanje područja obrazovanja za poduzetništvo. U preporuci stoji da visoka učilišta razmotre načine prakticiranja poduzetništva i opseg poticanja istog inovativnim pristupima izrade adekvatnih programa na specijalističkim i poslijediplomskim razinama. Pažljivo se razdvajaju postojeći programi koji educiraju studente kako upravljati postojećim malim i srednjim poduzećima od onih programa koji uključuju edukaciju o tome kako pokrenuti poslovanje, što se smatra pružanjem specifičnog poduzetničkog fokusa. Konstatira se da pokretanje novog poslovnog pothvata zahtijeva niz vještina i vjerojatnije je da će student uspjeti ako je svjestan mogućih zamki te kako izbjeći pojedine zamke (Levie, 1999).

Tijekom 1998. godine, Ured za znanost i tehnologiju odobrava budžet od 25 milijuna funti za osnivanje 8 novih instituta za poduzetništvo diljem Velike Britanije kao bi se dala podrška daljnjem nastavku edukacije za poduzetništvo i potaknula konkurentnost čitavog gospodarstva.

Od njemačkog gospodarstva, koje se smatra najjačim unutar Europske unije te se nalazi među 7 najrazvijenijih gospodarstava svijeta, očekivalo bi se da ima i najrazvijeniju poduzetničku klimu. Međutim, relevantna istraživanja pokazuju da to baš i nije tako. Njemačko gospodarstvo posjeduje izrazito kvalificiranu radnu snagu s visokom razinom stručnosti u proizvodnji i visokoj tehnologiji, što daje temeljni doprinos snazi njezinog gospodarstva. Ipak, kada su u pitanju poduzetničke aktivnosti njezinih građana, prema GEM istraživanju Njemačka se nalazi tek na 12. mjestu (Singer i sur., 2018) među zemljama Europske unije. Kada se promatraju svjetski razmjeri, Njemačka je tu tek na 37. mjestu po poduzetničkoj aktivnosti. Prema istraživanima, 1 od 12 njemačkih poduzetnika je rođeno izvan Njemačke, što se odražava i na pokretanje novih poduzeća. Poduzetnički način razmišljanja Nijemaca otežan je kulturnim neodobravanjem poduzetnih pojedinaca što se nastoji izmijeniti putem obrazovnog sustava i pozitivnim utjecajem na studentsku populaciju (Welter, 2004). Ovi pokazatelji na određeni način narušavaju sliku Njemačke i Nijemaca kao nacije poduzetnika koji se rađaju kao poduzetnici. S druge strane, istraživanja upravo u njemačkim visokotehnološkim *spin-off*

tvrtkama, pokazala su da je potencijalnim poduzetnicima zapravo potrebna sloboda djelovanja i dovoljno vremena bez institucionalnog pritiska da razviju svoj tim i svoje ideje, te da prihvate činjenicu da su upravo timovi bez formalne poduzetničke naobrazbe ostvarili nabolje rezultate (Dorre, Neis, 2009).

Uz visoko obrazovanje u formalnim obrazovnim institucijama, Njemačka stavlja izraziti naglasak na cjeloživotno obrazovanje, posebice na obrazovanje postojećih poduzetnika. Svjesni činjenice da u velikom broj slučajeva poduzetnici nisu u stanju samostalno prevladati sve izazove upravljanja malim i srednjim poduzećima, osobiti naglasak stavlja se na potporne institucije. Država u okviru vlastitih aktivnosti za mala i srednja poduzeća raznim savjetovanjima, trgovačkim udruženjima, gospodarskim i trgovačkim komorama pruža usluge savjetovanja u poslovanju na svim razinama. Cilj je postići promišljeno i kvalificirano savjetovanje usklađeno s aktualnim gospodarskim i političkim okruženjem pomoći poduzetnicima u prevladavanju izazova koje vlastitim kapacitetima nikako ne bi mogli savladati (Škrtić, 2006).

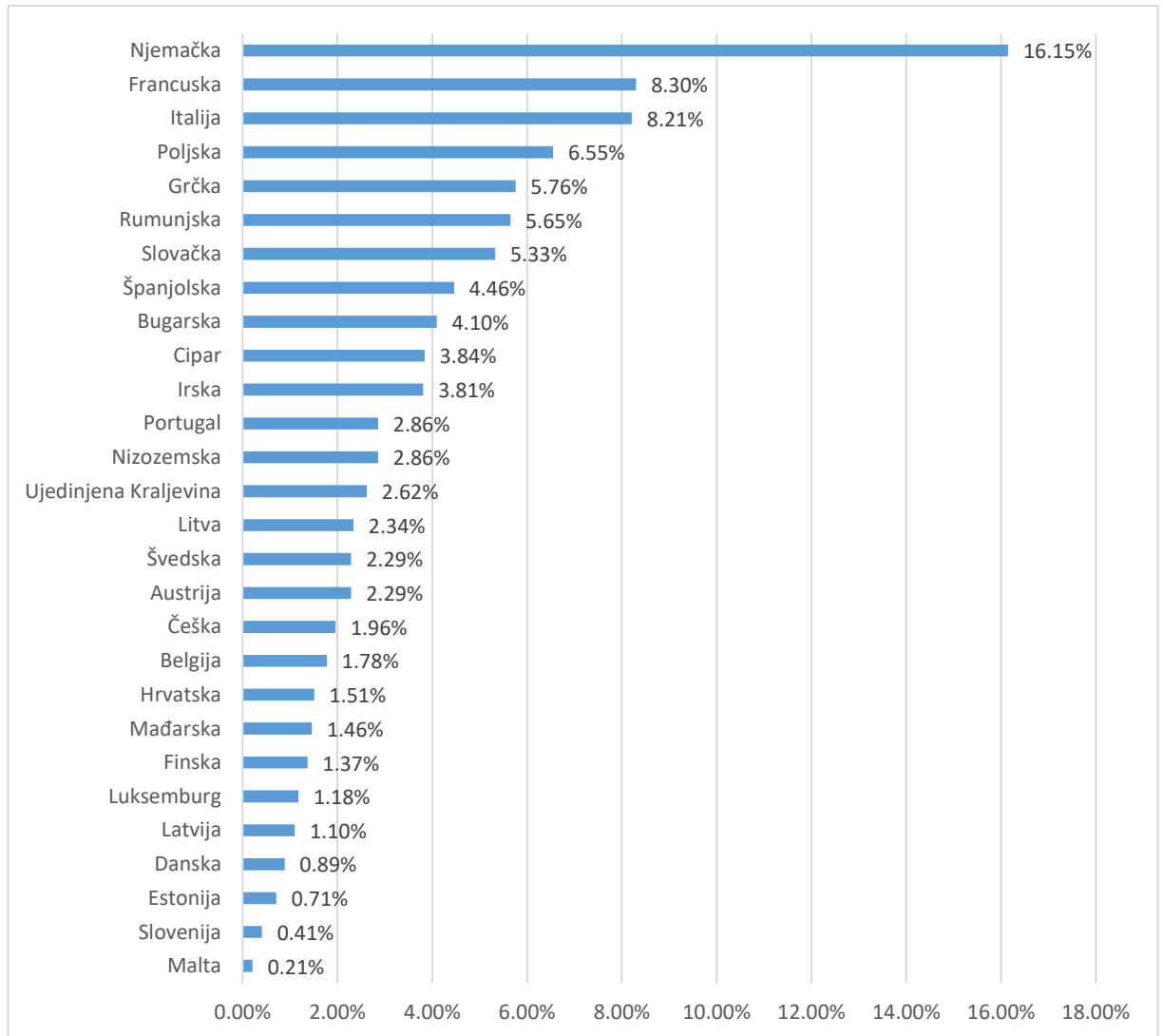
U svrhu što je mogućeg kvalitetnijeg povezivanja europskog prostora, 1987. godine na inicijativu Europske unije pokrenut je ERASMUS program. Jedan od ciljeva programa je s pomoću promjene perspektive života i studiranja upravo poticati kreativnost i drugačiji pogled na socijalno okruženje te kod mladih ljudi potaknuti proaktivni stav, a u skladu s time ih usmjeravati ih na razmišljanje o tome kako biti poduzetniji u osobnom razvoju i razvoju svoje karijere (Feyen, Krzaklewska, 2013).

Erasmus program osmislila je i potiče Europska komisija, a on omogućuje mobilnost studenata na način da studenti tijekom svog obrazovanja studiraju na nekom od visokih učilišta izvan svoje matične zemlje. Na taj način studentima se omogućuje stjecanje međunarodnog iskustva i prakse prije završetka studija, povezuju se visoka učilišta i razmjenjuju znanje i iskustvo sa drugim zemljama, a sve s ciljem poboljšanja vlastitih metoda učenja i poboljšanja kvalitete znanja koje dobivaju studenti (Feyen, Krzaklewska, 2013). Erasmus i međunarodna razmjena značajan su pokazatelji koliko zemlja ostvaruje međunarodnu povezanost s ostalim zemljama Europske unije te na taj način poboljšava kvalitetu svog obrazovanja.

Na slici 17 prikazani su podatci o broju studenata svih članica Europske unije koji studiraju u nekoj drugoj zemlji članici, što je značajan pokazatelj kvalitete obrazovanja pojedine zemlje jer takvi studenti koji odlaze u inozemstvo, vraćajući se u svoju matičnu zemlju donose bogata iskustva i znanja zemlje u kojoj su studirali. Erasmus je odlična prilika za *networking* koji u kasnijem razdoblju poslovnog života može donijeti značajnu prednost pri traženju

poslovnih partnera na inozemnim tržištima, ali i u primjeni stečenih znanja pri boravku u inozemstvu.

Slika 17: Postotak studenata država članica EU koji studiraju u nekoj drugoj državi članici, po državi domaćinu



Izvor: Eurostat, https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/living_hr#tab-4-1
(27. 2. 2019.)

Erasmus iskustvo također je značajan element europskih nastojanja kako bi se učenje za poduzetništvo podignulo na jednu višu razinu, a pritom doprinijelo jačem povezivanju europskih država i značajnijoj integraciji europskog gospodarstva.

U zajedničkoj europskoj politici obrazovanje općenito, ali i poduzetničko obrazovanje ulaze u središte političkog interesa, dok cjeloživotno učenje dobiva važnu ulogu u društvu

znanja. Nastojanja idu u smjeru korištenja tuđih iskustava u smjeru modernizacije i europeizacije cjelokupnog obrazovnog sustava (Žiljak, 2005).

Poduzetničko obrazovanje u državama Europske unije varira u kvantiteti i kvaliteti, ovisi u velikoj mjeri o vladama država, to jest ministarstvima, kreatorima politika te se još uvijek ne tretira sustavno u nastavnom planu i jako se oslanja na entuzijazam i predanost pojedinih učitelja i škola (Europska komisija, 2016).

6.3.2. Poduzetničko obrazovanje u svijetu

Godine 1900. u visokoškolske ustanove širom svijeta bilo je upisano otprilike 500.000 studenata što je predstavljalo sitni udio od 1 % visokoobrazovanih osoba ljudi (Banke, 2001). Do 2000. godine taj broj je narastao po dvoznamenkastim stopama na oko 100 milijuna ljudi, što predstavlja oko 20 % prosječnog rasta na svjetskoj razini. Rast upisa na visokoškolske institucije ubrzano se penjao te je u nekima industrijaliziranim zemljama dosegao čak i 50 - 80 %, predviđajući mogućnost da visoko obrazovanje postane standard u bliskoj budućnosti.⁶⁸

Sjedinjene Američke Države, kao jedna od najrazvijenijih zemalja na svijetu s izrazito dugom tradicijom poduzetništva i slobodnog tržišta, educirati poduzetnike započela je znatno kasnije nego što se samo poduzetništvo i razvilo. Prvi formalni tečaj održan za poduzetnike na visokoobrazovnoj instituciji održao je Myles Mace na Harvardskoj poslovnoj školi 1947. godine, i privukao je 188 tadašnjih studenata koji su pokazali interes za temu (Cruikshank, 1998).

U Sjedinjenim Američkim Državama prvi programi, odnosno predmeti vezani uz poduzetništvo oformljeni su još 60-ih godina prošlog stoljeća. Prvi tečajevi poduzetništva na preddiplomskoj razini predaju se na Babson Collegeu 1967. godine⁶⁹, a 1971. je osnovan i prvi MBA studij na Univerzitetu Južne Kalifornije. U 80-ima se na ovom području događa nevjerojatna ekspanzija da bi do 90-ih godina čak 1050 obrazovnih institucija u SAD-u podučavalo poduzetništvo. O osnovama poduzetništva uči se već u osnovnim školama, a srednjoškolicima se nude izborni predmeti poput pisanja poslovnog plana, analize konkurencije, nastupa na domaćem i inozemnom tržištu, prepoznavanja prilika i prijatnji itd. Na sveučilištima

⁶⁸ www.unesco.com (29. 11. 2018.)

⁶⁹ <http://www.babson.edu/academics/centers-and-institutes/the-arthur-m-blank-center-for-entrepreneurship/history/> (27. 3. 2019.)

se pak nude interaktivni programi koji pokrivaju sve faze pokretanja i vođenja poduzeća. Konačno, studente se potiče da se kao budući poduzetnici uključe u proces cjeloživotnog obrazovanja (Katz, 2003.). Prema podacima Ewing Marion Kauffman Foundation⁷⁰, trenutno više od 2000 obrazovnih institucija nudi neki od oblika poduzetničkih obrazovnih programa ili programa upravljanja malim i srednjim poduzećima.

Kao što je već prethodno rečeno, akademska istraživanja ne mogu sa sigurnošću tvrditi da obrazovanje ima izravan utjecaj na uspjeh startup poduzeća. Većina istraživanja usmjerena je na to koliko su uspješnija poduzeća čiji upravljač ima poduzetničko obrazovanje u odnosu na one čiji upravljač ili vlasnik nema poduzetničko obrazovanje. Tako veći broj istraživanja u Sjedinjenim Državama koja je proveo New York University⁷¹ pokazuje da su u dugoročnom smislu ipak uspješnija ona poduzeća čiji su upravljači prošli određenu poduzetničku naobrazbu.

Sva renomirana sveučilišta bivše studente smatraju izrazito važnim izvorom budućih poduzetnika u dinamičnom i inovativnom smislu. To je posebno vidljivo na područjima kao što su informacijska tehnologija i biotehnologija. Zapravo, uspješna sveučilišta u SAD-u ističu važnu ulogu akademskih institucija kao katalizatora za visokotehnološke startupove. Tako poznato sveučilište MIT s ponosom ističe podatak od 4000 tvrtki koje su utemeljili njihovi diplomanti (Ayers, 1997). Jednako tako sveučilište Stanford se povezuje s velikim brojem najuspješnijih tvrtki Silicijske doline što u svim svojim predstavljajima s ponosom ističe (Pfeiffer, 1997).

Kina je, kao zemlja socijalizma i izraziti protivnik kapitalističkog i slobodnog tržišnog gospodarstva, dugo vremena odbijala bilo kakav oblik stvaranja slobodnog poduzetništva. U skladu s time i obrazovanje poduzetnika bilo je nepoznanica. Devedestih godina, uz zaokret u društvenom i gospodarskom smislu, omogućavajući slobodno poduzetništvo, značajne promjene su se dogodile i u smislu poticanja i razvoja poduzetništva.

Prva naznaka promišljanja o slobodnom poduzetništvu, po uzoru na Sjedinjene Države, u Kini se javljaju u svibnju 1998. godine organizacijom natjecanja u izradi poslovnih planova koje su organizirali sveučilište Tsinghua⁷² i časopis „Shanghai magazine“. Obrazovanje za poduzetništvo u Kini nije počelo sve dok tamošnje ministarstvo obrazovanja nije pokrenulo pilot-projekt obrazovanja za poduzetništvo u travnju 2002. na devet sveučilišta, kao što su

⁷⁰ <https://www.kauffman.org/what-we-do/entrepreneurship> (19. 12. 2018.)

⁷¹ <https://www.sba.gov/advocacy> (19. 12. 2018.)

⁷² Sveučilište Tsinghua smješteno je na sjeverozapadu Pekinga. Osnovano je 1911. godine, izvorno pod imenom „TsinghuaXuetang“. Škola je preimenovana u „Škola Tsinghua“ 1912., a sveučilište nazvano „Nacionalno sveučilište Tsinghua“ osnovano je 1928. (preuzeto sa: <https://www.tsinghua.edu.cn/en/index.htm>, 14. 7. 2020.)

Sveučilište Tsinghua, Pekinško sveučilište za aeronautiku i astronautiku, Sveučilište Heilongjiang, Sveučilište Shanghai Jiao Tong, Sveučilište financija i ekonomije u Nanjingu, Sveučilište Wuhan, Sveučilište Xi'an Jiao Tong i sjeverozapadni Polytech. Tek nakon toga kineska sveučilišta započinju kontinuirano promicanje poduzetničkog obrazovanja, nastojeći povećati profesionalnu kvalitetu i poduzetnost studenata te razvoj njihovih sposobnosti. Međutim, pitanja poput izrade kurikula ili obuke nastavnika i dalje predstavljaju značajan problem, s obzirom na veoma kratko razdoblje razvoja poduzetničkog obrazovanja koje je započelo na veoma niskom stupnju razvoja (Weiming Li, Chunyan Li, 2015).

Japan kao zemlja s dugom tradicijom poduzetništva, a posebice obiteljskog poduzetništva, formalno obrazovanje za poduzetništvo započinje relativno kasno. Pojedini autori (McMullan, Long, 1987) navode upravo Japan kao zemlju u kojoj je pokrenut prvi program za poduzetničko učenje, a pokrenuo ga je 1938. godine profesor emeritus Shigeru Fujii sa Sveučilišta Kobe. Prema tom izvoru, upravo bi se Japan istaknuo kao prva zemlja na svijetu koja je pokrenula neki od oblika poduzetničke edukacije. Prema nekim autorima, najstarija tvrtka na svijetu nalazi se upravo u Japanu. Obiteljska tvrtka Kongo Gumi, specijalizirana za izgradnju svetišta i hramova, osnovana je još 578. godine (O'Hara, 2004). Danas u Japanu posluje više od 19 000 tvrtki starijih od 100 godina, a 99 % njih su obiteljske tvrtke (Takeru Ohe, prema Teikoku Data bank, 2011). Unatoč tomu, obrazovanje za poduzetništvo provodilo se isključivo u okviru obitelji i okruženja obiteljske tvrtke. Formalno obrazovanje za poduzetništvo počelo se izvoditi 1992. osnivanjem poduzetničkog udruženja poznatog pod nazivom „Waseda Entrepreneurship Research Unit“ pod upravljačkom palicom profesora Shuichija Matsude. Dok je prvi preddiplomski studij poduzetništva osnovan 1995. godine u sklopu Sveučilišta Hosei u Tokiu (Thomas, Kelley, 2011).

U posljednjih 20-ak godina poduzetnička edukacija u Japanu značajno je napredovala tako da se razvijaju brojni programi edukacija od osnovnoškolskih razina pa sve do sveučilišnih. Obrazovanje budućih poduzetnika više se ne prepušta slučaju i nastojanjima da će isključivo u krugu obitelji budući poduzetnici steći najbolja znanja. Organiziraju se različiti kampovi za djecu od najranijeg djetinjstva gdje dobivaju prva znanja o poduzetništvu. Jedan od najpoznatijih je V-Kids program koji je osmislilo Sveučilište Waseda, a u kojemu djeca osnovnoškolske dobi u kampovima rade na simuliranim poduzetničkim aktivnostima - od učenja načina rješavanja problema, suradnje i timskog rada te razmišljanja na „poduzetnički način“ (Hirai, 2010). Od 2002. godine na Sveučilištu Waseda aktivno djeluje i „Sveučilišni poduzetnički inkubator Waseda“ koji objedinjuje tri strateške uloge: edukaciju, istraživanja i inkubaciju, a studentima budućim poduzetnicima pruža svu ostalu potrebnu infrastrukturu i

znanja potrebna studentima i budućim poduzetnicima⁷³. Organiziranom edukacijom budućih poduzetnika na sveučilišnoj razini Japan više ne prepušta poduzetničko obrazovanje tradiciji i obitelji, već primjerima najboljih praksi i metodološkim pristupom uspješno nadoknađuje zaostatak koji je imao za ostalim zemljama, posebice Sjedinjenim Državama (Thomas, Kelley, 2011).

Sve zemlje razvijenog svijeta u posljednjih su dvadesetak godina značajno unaprijedile svoje obrazovne programe u domeni poduzetničke edukacije. Neka visoka učilišta taj koncept obavljaju značajno bolje u odnosu na druga visoka učilišta, ovisno o tome što je primarni cilj poduzetničke edukacije. Uspješnost uvelike ovisi i o brojnim drugim faktorima kao što su: bogatstvo zemlje, tradicija, sociokulturni i mnogi drugi aspekti.

⁷³ www.waseda.jp/inst/inc/ (27. 3. 2019.)

7. EMPIRIJSKA ANALIZA UTJECAJA VISOKOOBRAZOVNE INSTITUCIJE NA POTICANJE I RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Svako nacionalno gospodarstvo, kako bi osiguralo svoj rast i razvoj, kao temeljni čimbenik mora stvarati pretpostavke za razvoj poduzetništva. Poduzetnička edukacija i obučavanje postojećih poduzetnika od izrazitog su značaja za ekonomski razvoj, posebice za povećanje kvantitete, ali i kvalitete sadašnjih i budućih poduzetnika (Hynes, 1996; De Faoite i sur., 2003).

„Ekonomski razvoj predstavlja kvalitativnu kategoriju koja sadrži i neke parametre koje nije moguće precizno izmjeriti ili pobliže odrediti, već se o njima može govoriti samo opisno. Pod ekonomskim razvojem, odnosno razvijenosti, prvenstveno se podrazumijevaju stvari poput obrazovne strukture, izdvajanja za znanost, istraživanja i razvoja, broja završenih studenata tijekom jedne godine, udjela fakultetski obrazovanog stanovništva u radnoj snazi, očekivanog trajanja života populacije.“ (Delač, 2014: 122) Razvijanjem kulture poduzetništva država može izravno utjecati na svoj gospodarski rast i razvoj. To može postići financiranjem visokoobrazovnih institucija i većim izdvajanjima za znanost, iz čega bi posljedično trebala proizaći veća kvaliteta obrazovnog sustava. Slijedom navedenog, kvalitetniji obrazovni sustav stvara veći broj kvalitetnijih upravljača i poduzetnika koji produktivnost svojih poduzetničkih projekata podižu na maksimalne razine koje imaju šansu konkurentno ući na nemilosrdnu tržišnu utakmicu globaliziranog gospodarstva.

„Veza između produktivnosti rada i životnog standarda je jednostavna. Svake godine, ukupna vrijednost dobara i usluga koje neko gospodarstvo proizvede jednaka je isplatama za sve faktore proizvodnje, uključujući plaće, najam kapitala, te profit tvrtki. Međutim, na kraju potrošači primaju te isplate faktora u obliku nadnica, plaća, dividendi ili kamata. Posljedica toga je da svi potrošači zajedno mogu dugoročno povećati svoju potrošnju samo povećanjem ukupne razine proizvodnje.“ (Pindyck i Rubinfeld, 2005: 189)

7.1. Model utjecaja visokoobrazovnih institucija na poticanje i razvoj poduzetništva

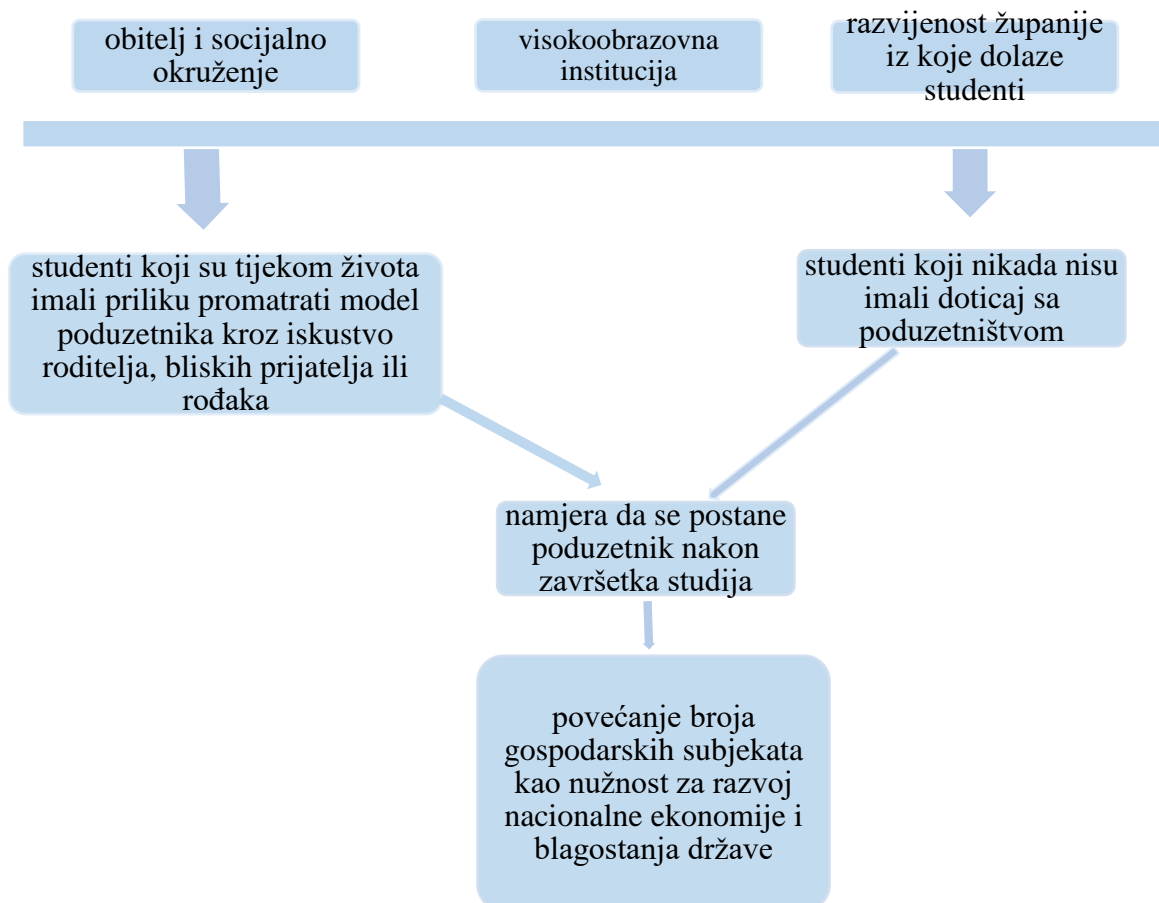
Rad je temeljen na istraživanju utjecaja čimbenika s tri razine koji imaju snažnu reperkusiju na rast nacionalne ekonomije. Ti čimbenici su visokoobrazovne institucije kao element na koji država može imati određene utjecaje i svojim regulatornim politikama ih može do određene razine oblikovati. S druge strane, tu je faktor okruženja prikazan u smislu gospodarskog razvoja pojedinih regija kao polazišne točke učenja, vrijednosti i stavova što ih studenti razvijaju prije upisa na fakultet, a u određenoj mjeri i u kasnijem životu i radu te oblikovanju budućih ponašanja imaju značajan utjecaj.

Konačno, tu je obiteljsko okruženje koje svojim utjecajima na mladu osobu ima za posljedicu formiranje njezinih budućih stavova, vjerovanja, ponašanja i izbora načina života. Koliki utjecaj ima pojedini čimbenik i u kojoj mjeri on oblikuje buduće ponašanje osobe, a koje bi za posljedicu trebalo imati želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata ili želju za nastavkom upravljanja poslovanjem koje je započeo netko prije njih, pokušat će se analizirati i ocijeniti ovim istraživanjem.

7.1.1. Prijedlog i analiza modela

U skladu s predmetom i ciljevima istraživanja razvijen je model iz kojega se jasno mogu iščitati hipoteze koje će se testirati u disertaciji.

Slika 18: Model utjecaja obrazovnih i gospodarskih čimbenika na razvoj gospodarstva



Izvor: izrada autora

Model je razvijen na pretpostavci o tri utjecajna čimbenika koji oblikuju ponašanje, motive i stavove osoba koje su na svome životnom i obrazovnom putu iskazuju namjeru pokretanja poduzetničkog pothvata.

Prvi čimbenik je visokoobrazovna institucija koja svojim programima, profesorima i svim ostalim metodama poučavanja može na kvalitetniji ili na malo manje kvalitetan način oblikovati stavove svojih studenata. Pretenciozno je za očekivati da će u svim institucijama rezultat biti 100 % uspješan i da će u svim institucijama biti jednako uspješan. Međutim, određeni utjecaj svakako mora biti vidljiv i mora rezultirati promjenom u vrijednostima i stavovima značajnijeg dijela studentske populacije. Jednako tako, pokazatelji uspješnosti određenih visokoobrazovnih institucija u Republici Hrvatskoj očituju se i u brojnim drugim faktorima, ne samo u pokazatelju koliko je studenata nakon završetka obrazovanja pokrenulo svoj poduzetnički pothvat, tako da navedeno ne može i ne smije biti jedini i ultimativni cilj. Ukoliko studenti nakon završenog studija postanu uspješni i kvalitetni menadžeri koji upravljaju cjelokupnim poslovanjem ili pojedinim dijelovima poslovanja za nekog poduzetnika i to s visokovrijednim rezultatima, također se može smatrati da je visokoobrazovna institucija ispunila svoju zadaću.

Drugi čimbenik koji će imati utjecaj je gospodarsko i materijalno okruženje u kojemu je osoba prije nego se upisala na fakultet živjela i s kakvim se utjecajima susretala. Propitivat će se i kakav je financijski i materijalni položaj osobe te njezini stavovi koji su se počeli formirati već od najranijeg djetinjstva, što kroz osnovnoškolsko, a što kroz srednjoškolsko obrazovanje. Gospodarsko okruženje koristit će se kao osnovni čimbenik u formiranju ciljeva disertacije, točnije, istraživat će se sam čimbenik, kao i to kakav je njegov utjecaj na stavove studenata. Kao relevantni faktor gospodarskog okruženja je razina razvijenosti regije, u ovome slučaju županije, iz koje dolaze studenti. Najkvalitetnije mjerilo stupnja gospodarskog okruženja određenog zemljopisnog područja svakako je visina ostvarenog bruto domaćeg proizvoda. Kao relevantni pokazatelj u svrhu ostvarivanja ciljeva istraživanja uzima se BDP *per capita* kako bi dobili usporedivu veličinu i mogli izmjeriti njezin utjecaj.

Treći čimbenik je sociokulturni i obiteljski utjecaj na formiranje budućih stavova i sustava vrijednosti. Koliko se student od svojeg najranijeg djetinjstva susretao s poduzetništvom, u kojoj mjeri je gledao uzore bliskih rođaka ili roditelja koji su (ili nisu) poduzetnici. Faktori koji oblikuju buduća ponašanja i stavove zasigurno se skrivaju u pitanju: Kakvi su obiteljski stavovi prema poduzetnicima i prema poduzetništvu te kakve su urođene i naučene vještine sklonosti i upravljanja rizikom? U skladu sa stavovima oblikuju se i ponašanje te izbor karijere i načina života. U ovaj segment utjecaja zasigurno možemo ubrojiti i medijsko oblikovanje javnog prostora te sve ostale elemente poduzetničkog ekosustava, što stvara percepciju šire društvene zajednice prema poduzetništvu. Razvijenost informacijskih tehnologija u današnjim tehnološkim uvjetima pojam medija stavlja u puno širi kontekst jer stvaranje medijskog sadržaja i javnog mijenja prelazi u ruke širih društvenih masa, posebice kroz društvene mreže. „Mediji

imaju presudnu ulogu pri posredovanju društveno poželjnih modela življenja kojima oblikuju spoznaje mladih o svijetu i socijalnoj okolini.“ (Livazović, 2009: 109). I ovaj faktor se ne smije izostaviti iz bilo kakvih razmatranja i mjerenja utjecaja jer njegov značaj sve više raste.

Na drugoj razini modela disertacije, možemo identificirati dvije skupine studenata s različitim obilježjima. S jedne strane su studenti koji se nikada do sada nisu susretali s poduzetništvom tijekom života. Takvi studenti nisu imali prigodu osobno vidjeti ili doživjeti izazove koje pruža način života jednog poduzetnika i izvan formalnog radnog vremena niti izazove koji se pojavljuju u svakodnevnim uobičajenim poslovnim i osobnim situacijama nekog poduzetnika. Uvid „s druge strane“ ili uvid „iznutra“ svakako ima svoj utjecaj na buduće formiranje želja i stavova takvih studenata. On može biti u pozitivnom ili negativnom smjeru, ali zasigurno determinira taj smjer. S druge strane, studenti koji imaju prigodu promatrati život i djelovanje poduzetnika u bliskom, možda svakodnevnom susretu sa roditeljem ili bliskim rođakom koji je poduzetnik, zasigurno će imati perspektivu koja će odrediti njegove stavove i namjere budućeg djelovanja u razvoju karijere i osobnog života.

Treća razina modela očituje se s pomoću razine želje i namjere poduzetničkog djelovanja studenata koje razvijaju ili ne razvijaju svojim obrazovanjem. Bez obzira na to jesu li ranije imali doticaj s poduzetništvom ili ne, oni će tijekom godina svoga obrazovanja bilo trogodišnjeg ako se radi o preddiplomskom studijima, bilo petogodišnjeg ako student završi i diplomski studij, formirati neki stav, koji će biti različit i mijenjati se s obzirom na to na kojoj godini studija se trenutno nalazili.

7.2. Hipoteze istraživanja

U skladu s prethodno prikazanim modelom, postavljene su tri glavne i jedna pomoćna hipoteza koje će se predmetnim istraživanjem prihvatiti ili odbaciti. Hipoteze su postavljene na način da se mogu istražiti i statističkim metodama dokazati.

H1: Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.

Edukacija stručnjaka za poduzetništvo mora biti dio sustavnog programa obrazovanja, što nužno mora uključivati tehnička, ekonomska, pravna, i informatička znanja, zajedno sa sposobnostima komunikacije na materinskom i stranom jeziku, a stječu se u procesima

redovitog školovanja do razine prvostupnika ili magistara (Cingula i sur., 2010). Uz to što ga mora naučiti, obrazovna institucija ima zadatak i dodatno motivirati studenta da zavoli i područje za koje ga priprema. Prilikom upisa na pojedini studij, razumno je za očekivati da studenti imaju određenu predodžbu o tome što će studirati i u kojem smjeru žele usmjeriti buduću karijeru, odnosno koje si zanimanje priželjkuju u budućnosti. Također je razumno za očekivati da, ako student upisuje studij poduzetništva, ima barem određenu razinu želje da postane poduzetnik nakon završetka svog obrazovanja. Ukoliko ta želja i nema signifikantan značaj, zadatak obrazovne institucije je da ju stvori ili pojača, odnosno da bude onaj „okidač“ koji će intenzivirati stvaranje poduzetničke namjere. Koliko u tome uspijeva i uspjeva li statistički značajno, pokušat će se dokazati predmetnim istraživanjem.

H2: Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.

Djeca već od najranije dobi uče oponašanjem koje će biti ključno za njihov razvoj, kako emocionalni, tako i profesionalni, te iz tog razloga roditelji moraju biti svjesni svoje uloge u njihovom odgoju (Friel, 2007). „Različitost oblika ponašanja može se pripisati utjecajima okoline koliko i genetskim utjecajima. Istraživanja u području genetike ponašanja napravila su korak naprijed u razumijevanju područja koje se bavi proučavanjem utjecaja nasljeđa i okoline na različitosti među pojedincima“⁷⁴. U slučaju roditelja koji obavljaju neki od oblika poduzetničke djelatnosti razumno je za očekivati da će nasljednika svoje djelatnosti prvenstveno tražiti u svojim potomcima. Ukoliko je zaista tako, za očekivati je da će svoje napore usmjeravati u poticanje djece na nastavak započetog poslovanja i od najranije dobi ih uvoditi u posao koji su samo započeli ili ga naslijedili od prethodnih generacija. Praksa je pokazala da često nasljednici i nisu zainteresirani za preuzimanje obiteljskog posla i da djeca pokazuju odbojnost prema tome poslu jer se od najranijeg djetinjstva susreću sa svim njegovim pozitivnim, ali i negativnim stranama.

Koliki je utjecaj roditelja na želju studenata, a koliki je utjecaj obrazovne institucije, i koji je značajniji, jedan je od ciljeva disertacije koji će se predmetnim istraživanjem pokušati i dokazati. U skladu s tim, postavljena je i hipoteza H2 koja će se pokušati dokazati ili odbaciti kao statistički nerelevantna.

⁷⁴ <http://www.pedagogija.hr/ekvilibrij/pdf/odgoj-ili-genetika.pdf> (22. 7. 2019.)

H3: U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH.

U formiranju stavova studenata na želju za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata nakon završetka studiranja, kao značajan faktor u postavljenom modelu, nalazi se faktor gospodarskog okruženja u kojemu je student odrastao. Okolina u kojoj dijete odrasta od najranije dobi determinira njegovo ponašanje i značajno utječe na formiranje stavova u budućnosti, bilo pozitivnih ili negativnih. Obrazac ponašanja koji dijete vidi u uzorima iz uže ili šire okoline formira se od najranijeg djetinjstva, odnosno koliko se dijete može poistovjetiti s određenim obrascem viđenog ponašanja, utoliko se taj obrazac više internalizira kao poželjan i moguć oblik reagiranja u određenim društvenim situacijama (Zgrabljic Rotar, 2005).

Kao relevantan faktor i mjera gospodarske razvijenosti i blagostanja ekonomske okoline, u modelu se uzima bruto društveni proizvod po glavi stanovnika. Lako je mjerljiv i pokazuje relativno konstantne međudnose po pojedinim regijama u Republici Hrvatskoj u duljem vremenskom razdoblju.

PH1: Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.

Određeni dio studenata prilikom upisa na visoko učilište bilo kojeg usmjerenja sigurno zna i ima dovoljnu razinu želje, odnosno predodžbu o tome čime se želi baviti u svome životu i u kojemu smjeru pokrenuti svoj život. Određeni dio nije baš toliko siguran u navedeno pa odabire visoko obrazovanje temeljem nekih drugih čimbenika (nagovor roditelja, prijatelja, preostala slobodna mjesta, limiti ocjena srednje škole i državne mature i sl.). Ovo je zasigurno lošiji način odabira budućih zanimanja i stila budućeg života i radnog vijeka.

Ukoliko studenti upisuju studije poduzetništva, razumno je za pretpostaviti da većina studenata sa sigurnošću može ustvrditi zašto su upisali takvo usmjerenje i zašto su odabrali upravo taj studij. Dio ih i ne može s tolikom sigurnošću to ustvrditi, što otvara mogućnosti tim visokoobrazovnim institucijama da ih na određeni način motiviraju i potaknu te u njima probude želju da im poduzetništvo uistinu postane životni poziv. Jedan od ciljeva ove disertacije je dokazati ispunjavaju li visokoobrazovne institucije taj svoj zadatak i motiviraju li u dovoljnoj

mjeri studente koji su upisani na studije poduzetništva da uistinu nakon završetka studija postanu poduzetnici i pokrenu vlastite poslovne pothvate, odnosno da ih preuzmu u nasljedstvo od svojih roditelja ili drugih predaka. Kako bi se dokazala ova uloga visokoobrazovnih institucija i izmjerio utjecaj, mjerit će se razina želje, odnosno intenzitet poduzetničkih namjera za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata po godinama studiranja te će se mjeriti raste li ona sa svakom višom godinom studiranja. U skladu s time, kreirana je pomoćna hipoteza PH 1: „*Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik*“ koja će se predmetnim istraživanjem pokušati potvrditi ili odbaciti.

7.3. Metodološki okvir empirijskog istraživanja

Predmeti istraživanja doktorske disertacije usmjereni su na analizu, intenzitet i smjer utjecaja visokoobrazovnih institucija koje su svoje programe usmjerile na obrazovanje studenata da nakon završetka studija pokrenu ili nastave upravljati poduzetničkim pothvatima, odnosno da oblikuju svoje ponašanje na način da budu poduzetni i da u značajnijoj mjeri razumiju poduzetništvo. Postavlja se pitanje: Imaju li takve obrazovne institucije utjecaj na studente koji su upisali studije poduzetništva s najrazličitijim motivima na njihov intenzitet namjere, daju li im institucije dovoljnu razinu znanja i u kojoj mjeri ih potiču da uistinu razviju namjeru poduzetničkog djelovanja? Istraživanjem će se dokazati u kojoj mjeri različiti faktori kao što su roditelji, okolina i gospodarsko okruženje utječu na studente i motiviraju ih u njihovim poduzetničkim namjerama i planovima.

Empirijsko istraživanje i analiza podataka provedeni su nad podacima dobivenim primarnim istraživanjem. U svrhu kritičkog pristupa, jasne analize i dobivanja kvalitetnih i čvrstih dokaza postavljenih hipoteza provedeno je sekundarno istraživanje ranije provedenih i objavljenih istraživanja iz područja obrazovanja, poduzetništva, poduzetničke edukacije i vladinih i nevladinih mjera i okvira za poticanje i razvoj poduzetništva.

U istu svrhu provedeno je primarno istraživanje nad studentima 9 visokoobrazovnih institucija s područja Republike Hrvatske koje su svoje programe usmjerile na obrazovanje poduzetnika, poticanje da oblikuju svoje ponašanje na način da budu poduzetni i da u značajnijoj mjeri razumiju poduzetništvo.

Istraživanje je upotpunjeno dodatnim instrumentom ispitivanja kontrolne skupine na uzorku od 104 ispitanika studenata svih triju godina preddiplomskih studija koji su upisani na studij programskog inženjerstva te elektrotehnike, smjera telekomunikacije.

Kao istraživački instrument koristio se anketni upitnik koji su ispitanici popunjavali u pisanom obliku te pomoću alata *Google forms*.

7.3.1. Pristup istraživanju i odluka o izboru metoda istraživanja

U početnoj fazi istraživanja i razvijanja strukture, tehnike i modela istraživanja koristile su se tehnike ispitivanja relevantnih osoba koje imaju iskustvo u predmetu istraživanja (Marušić, Prebežac, 2004: 83), dok je instrument istraživanja bio nestrukturirani intervju. Na taj način prikupljene su relevantne informacije o problematici poduzetničke edukacije i izazovima s kojima se susreću nastavnici visokoobrazovnih institucija koje su svoje programe usmjerile na obrazovanje poduzetnika u svome radu. Obavljeni su brojni razgovori s postojećim poduzetnicima kako bi se dobila šira slika o uvjetima u kojima se odvija poduzetnička aktivnost u Republici Hrvatskoj. Govori se tako o tome koji su izazovi s kojima se susreću poduzetnici te koje su to mjere gospodarskih i političkih aktera koje se kreiraju kako bi omogućili njihovo lakše poslovanje. Također, spominju se i znanja, vještine i sposobnosti koji su potrebni poduzetnicima kako bi se mogli nositi s izazovnim momentima koje donosi aktualni trenutak hrvatskog članstva u Europskoj uniji te s realnošću suvremenog globaliziranog svijeta. Nadalje, postavljena su i sljedeća pitanja: Kako se dolazi do potrebnih znanja i postoje li formalni načini dodatnih edukacija za poduzetnike kako bi pratili trendove i pronašli odgovore na navedene izazove? Koje su njihove primjedbe i sugestije na obrazovni sustav s posebnim naglaskom na onaj koji se odnosi na poduzetničku edukaciju?

Drugi dio istraživanja odnosio se na prikupljanje sekundarnih podataka dostupnih putem javnih baza o dosadašnjim istraživanjima provedenim na temu poduzetničke edukacije. Proučeni su brojni radovi iz povijesti ekonomske znanosti, ali i radovi suvremenih teoretičara, kako bi se dobio uvid u spoznaje tih istraživanja i njihovih rezultata. Ovaj dio istraživanja je nužan kako bi se izbjegla ponavljanja već dobivenih znanstvenih spoznaja, izbjegle eventualne greške i propusti do kojih je eventualno moglo doći kod takvih istraživanja te pokušao naći način da se učini dodatan iskorak i ponude novi znanstveni dokazi i hipoteze s pogledom na predmetnu tematiku.

Treći dio istraživanja odnosio se na sastavljanje anketnog upitnika pomoću kojega će se dobiti podatci relevantni za predmetno istraživanje. Nakon tog pristupilo se fazi prikupljanja primarnih podataka metodom ispitivanja s pomoću strukturiranog anketnog upitnika na uzorku (n = 960) studenata. Subjekti istraživanja bili su svi studenti iz svih krajeva Republike Hrvatske

koji pohađaju jedno od visokih učilišta koje je sudjelovalo u istraživanju. Prema podacima koje je ustupila Agencija za znanost i Visoko obrazovanje, u navedenoj akademskoj godini ukupan broj upisanih studenata na studijskim programima relevantnim za istraživanje bilo je 3768, što čini veličinu osnovnog skupa koji je predmet istraživanja ($N = 3768$). U istraživanju su sudjelovale sve institucije koje su pristale na istraživanje, a provedeno je u razdoblju ljetnog semestra akademske godine 2017./2018.

Kontrolna skupina istraživanja bili su studenti Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, i to studenti svih triju godina preddiplomskih studija računarstva, smjer programsko inženjerstvo i studenti elektrotehnike, smjer telekomunikacije. Veličina uzorka kontrolne skupine bila je 104 ispitanika ($n = 104$). Kontrolna skupina je ispunjavala iste upitnike, a rezultati su usporedivi s rezultatima dobivenim od osnovnog uzorka na pitanjima za koje je to relevantno i doprinosi potvrđivanju ili odbacivanju postavljenih hipoteza.

7.3.2. Oblikovanje istraživačkog instrumenta

Osnovni instrument istraživačkog procesa bio je anketni upitnik sastavljen od pitanja različitih vrsta i oblika. Sadržavao je 21 pitanje od kojih su neka sadržavala nekoliko skupina potpitanja. U prvome redu koristila su se pitanja otvorenog tipa kako bi se dobile informacije koje nisu limitirane ponuđenim odgovorima. U otvorenim su se pitanjima od ispitanika tražili njihovi prijedlozi o mogućnostima unaprjeđenja nastavnog procesa kako bi se potaknuo interes studenata za poduzetništvo.

Druga vrsta uključivala je dihotomna pitanja (DA – NE; pozitivno – negativno itd.), kada se željelo pitati studente o njihovoj želji ili stavu o određenoj temi. Temeljem takvih odgovora ispitanici se selektiraju i grupiraju u daljnji tijek istraživanja i odgovaranje na pitanja o razlozima i motivima njihovih stavova.

Treća vrsta pitanja su pitanja s višestrukim odgovorima u kojima ispitanici odabiru jedan od ponuđenih odgovora kako bi ih se selekcioniralo u određene skupine i kako bi se dobili usporedivi podatci. Ponuđeni odgovori odabiru se temeljem dobivenih spoznaja iz prethodnih istraživanja i formiraju se kako bi ostavili dovoljno mogućnosti da se svi ispitanici pronađu u nekome od ponuđenih odgovora.

Četvrta vrsta pitanja su pitanja gdje ispitanici ocjenjuju potpuno slaganje ili neslaganje s određenim tvrdnjama u strukturiranim pitanjima sa stupnjevanjem u Likertovoj ljestvici u

rasponu od 1 do 7. Likertova ljestvica koristi se jer je riječ o jednom od najjačih oblika skaliranja, osobito u mjerenju unutarnjih stanja pojedinca, kao što su stavovi i emocije (Bernard, 2000). Raspon od 7 stupnjeva koristio se kako bi se izbjeglo podudaranje s klasičnim ocjenjivanjem od 5 stupnjeva koje se uobičajeno koristi pri ocjenjivanju u hrvatskom obrazovnom sustavu te kako bi se mogla dobiti kvalitetnija distribucija dobivenih odgovora.

Ispitanici su jednim dijelom popunjavali anketne upitnike u pismenoj formi koja su koordinatori iz pojedinih institucija poštom dostavljali na jedno mjesto (u Viroviticu) kako bi se mogli obrađivati. Drugi dio anketnih upitnika popunjavao je *on line* upitnikom izrađenim u obrascu *Google forms*.

Prilikom sastavljanja anketnog upitnika u fokus su stavljene polazne hipoteze te analizirani rezultati dosadašnjih istraživanja. Istraživačka pitanja su usmjerena s ciljem eliminiranja ograničenja i prijedloga ranije provedenih istraživanja.

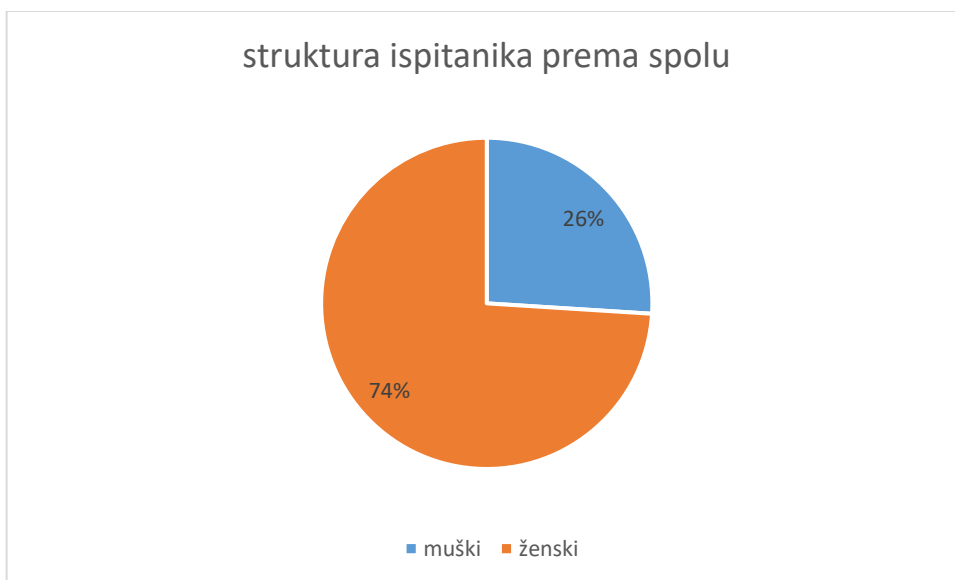
7.3.3. Karakteristike uzorka istraživanja

U razdoblju ljetnog semestra akademske godine 2017./2018. u svrhu izrade doktorske disertacije provedeno je istraživanje među populacijom studenata visokoobrazovnih institucija sa područja Republike Hrvatske. Prema podatima dobivenim iz strane Agencije za znanost i Visoko obrazovanje, u navedenoj akademskoj godini ukupan broj upisanih studenata na studijskim programima relevantnim za istraživanje iznosio je 3768. Istraživanje je provedeno na uzorku od 690 ispitanika s područja čitave Republike Hrvatske koji pohađaju jedno od visokih učilišta koje je sudjelovalo u istraživanju, što čini veličinu uzorka od 18,31 %. Istraživanje je provedeno prikupljanjem primarnih podataka metodom ispitivanja anonimnim strukturiranim anketnim upitnikom (Vranešević, 2014.) u kojemu su studenti davali svoje odgovore. U istraživanju je sudjelovalo 9 visokih učilišta s čitavog prostora Republike Hrvatske, a to su: Ekonomski fakultet u Osijeku, Veleučilište u Rijeci, Veleučilište u Šibeniku, Veleučilište u Slavonskom Brodu, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Veleučilište „Marko Marulić“ Knin, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovatici, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta u Zagrebu, Visoka škola „Nikola Šubić Zrinski“ u Zagrebu. Od svih navedenih visokih učilišta, jedino je Ekonomski fakultet u Osijeku dio Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, a studijski program obuhvaćen istraživanjem je sveučilišni studij, dok su sva ostala učilišta koja su sudjelovala u istraživanju veleučilišta ili

visoke škole te su njihovi programi obuhvaćeni istraživanjem stručni studiji. U istraživanju su sudjelovali ispitanici sa svih razina studija, odnosno preddiplomske razine, od prve do treće godine studija, te studenti diplomske razine, odnosno prva i druga godina diplomskog studija. Studijski smjerovi imaju različite nazive, ovisno o visokoobrazovnoj instituciji u kojoj se nalaze međutim, važno je istaknuti da se radi isključivo o smjerovima čija je glavna značajka poduzetništvo, odnosno smjerovima na kojima svi programi imaju za cilj neki od oblika poduzetničkog obrazovanja: naučiti razumjeti poduzetništvo, naučiti biti poduzetan, odnosno naučiti biti poduzetnik. U istraživanju su sudjelovali i redovni i izvanredni studenti, jer neka od visokih učilišta svoje programe nude i izvanrednim studentima, posebice na diplomskoj razini. Na nekim učilištima postotak odgovora na upitnik bio je iznimno dobar, dok je na nekim učilištima postotak odgovorenih upitnika bio značajno manji, što neće umanjiti i reprezentativnost uzorka predmetnog istraživanja.

Od ukupnog broja ispitanih studenata, 176 osoba je muškog spola, a ostalih 514 osoba je ženskog spola, što pokazuje izrazito veliku dominaciju žena koje upisuju studije poduzetništva i ekonomije.

Slika 19: Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: izrada autora

Kada se promatra struktura gospodarstva u Republici Hrvatskoj i broj žena u poduzetništvu, situacija je potpuno suprotna. Naime, prema podacima Fine broj žena vlasnica

trgovačkih društava u 2017. godini iznosio je 21,9 %⁷⁵. Iste godine u strukturi hrvatskoga gospodarstva, kao vlasnice obrta bilo je prijavljeno 33,8 %⁷⁶ žena vlasnica. Jednako tako, prema GEM istraživanju, u 2017. godini udio muškaraca u aktivnostima pokretanja poslovnog pothvata bio je 11,5%, dok je udio žena 6,4 %, što ukazuje na 1,8 puta veću aktivnost muškaraca u pokretanju poslovnog pothvata u odnosu na žene⁷⁷. Kojim mjerama potaknuti veću aktivnost žena da nakon završetka studija, odnosno u kasnijim razdobljima svog života postanu poduzetnice ili unaprijede svoje poduzetničko ponašanje, pitanje je na koje Republika Hrvatska tek treba dati odgovor jer sve mjere koje se poduzimaju zadnjih nekoliko godina očigledno ne daju svoj rezultat. Razlikuju li se očekivanja i namjere poduzetničkog djelovanja, odnosno koje su to glavne zapreke ženama da nakon završetka studija pokrenu svoj poduzetnički pothvat ili nastave posao koji su započeli njihovi roditelji pokušat će dati i rezultati istraživanja ovog rada.

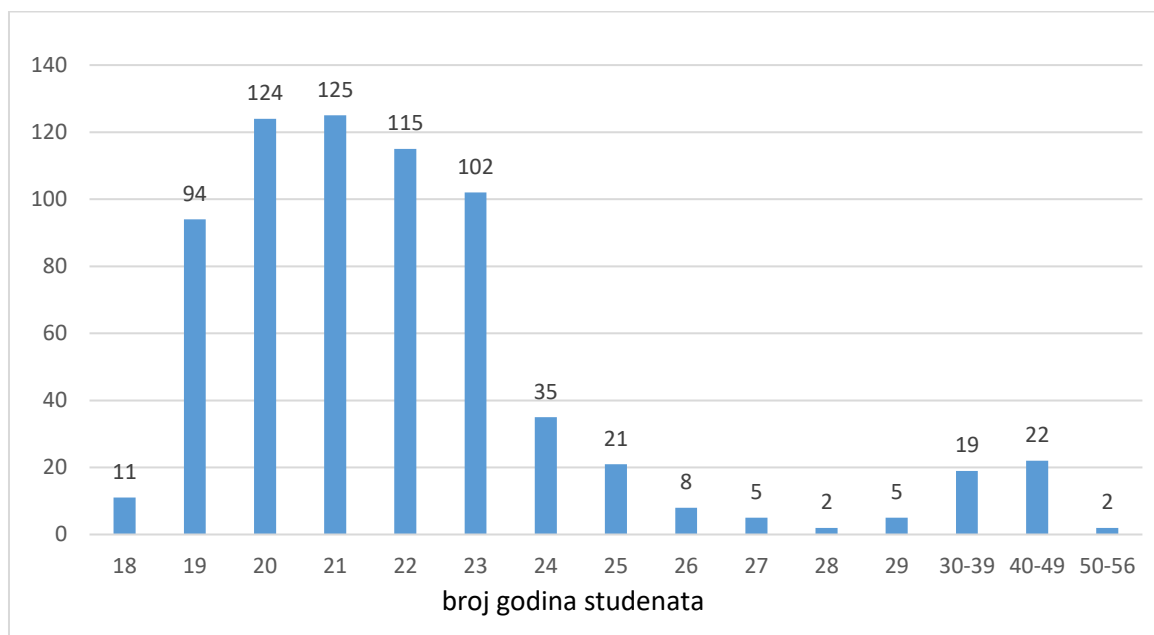
Što se tiče starosti ispitanika, u većoj mjeri radi se mlađim ljudima do 30 godina. U istraživanju je sudjelovao i određeni broj ispitanika u životnoj dobi od 30, 40 ili više od 50 godina, što je s jedne strane dobar pokazatelj da se određeni broj ljudi obrazuje i u svojim kasnijim godinama života. S druge strane, taj broj bi trebao biti i mnogo veći uzmu li se u obzir okolnosti suvremenih uvjeta gospodarstva, napretka znanosti i tehnologije, što zahtijeva cjeloživotno učenje i obrazovanje, ne samo na neformalnoj razini, već i edukacije u sustavu visokih učilišta organizirane na formalnoj razini.

⁷⁵ „Analiza udjela žena poduzetnica u vlasničkoj strukturi trgovačkih društava“, FINA, 2017, www.fina.hr, preuzeto 26. 2. 2019.

⁷⁶ Statističke informacije, lipanj 2018 , Hrvatska obrtnička komora, preuzeto 26. 2. 2019. https://www.hok.hr/statistika/obrtnistvo_u_brojka

⁷⁷ www.cepor.hr. (26. 2. 1019.)

Slika 20: Struktura ispitanika prema godinama

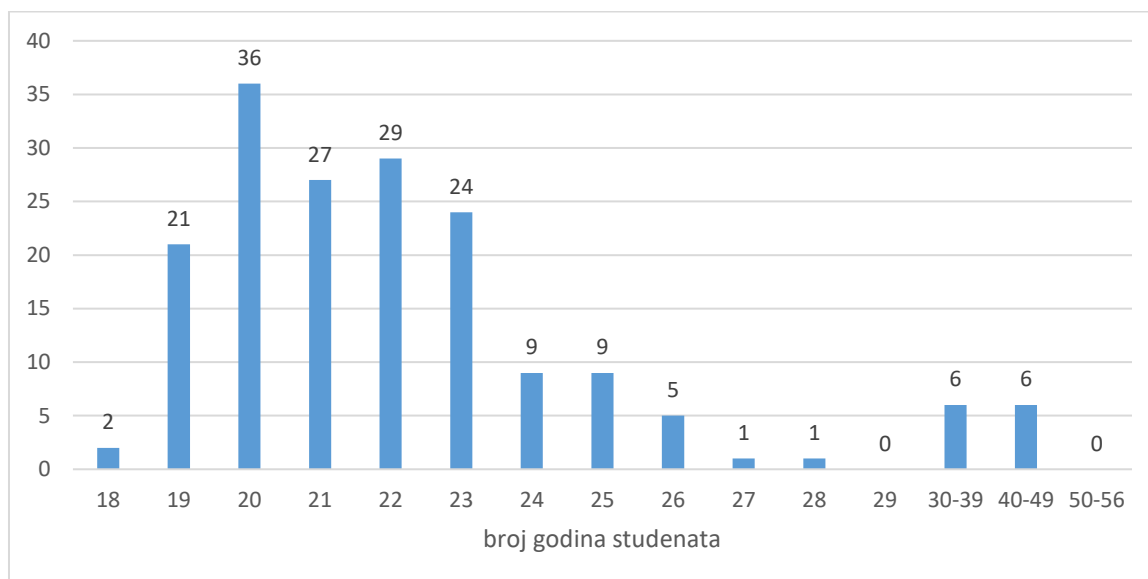


Izvor: izrada autora

U strukturi ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, 19 osoba je bilo starosti između 30 i 39 godina, 22 osobe imale su su od 40 do 49 godina, 1 osoba starosti od 50 godina i jedna osoba starosti 56 godina.

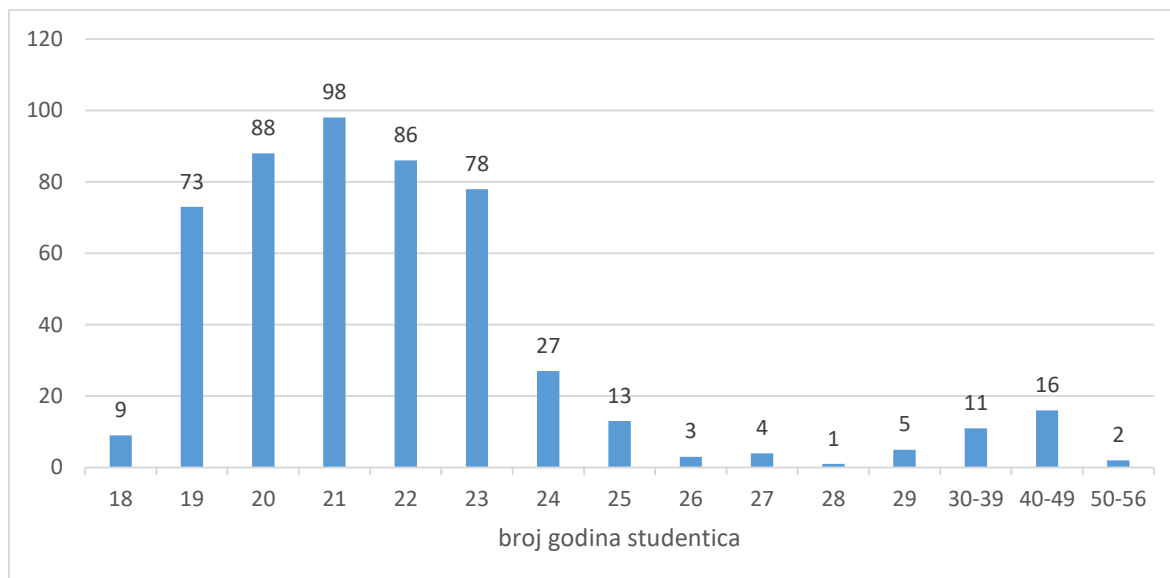
Ukoliko bismo strukturu starosti ispitanika analizirali na način da promatramo kakva je dobna struktura muških ispitanika (Slika 21), a kakva je dobna struktura ženskih ispitanika (Slika 22), rezultati bi bili sljedeći: i kod muških i kod ženskih ispitanika najveći broj ih je u dobi između 19 i 23 godine, što je i uobičajeno vrijeme za studiranje u skladu s obrazovnim standardima Republike Hrvatske. Međutim, ukoliko promatramo strukturu starijih studenata, uglavnom izvanrednih koji studij upisuju nakon 30. ili 40. godine, uvidjet ćemo kako uglavnom dominira ženska populacija. Tek manji dio se odnosi na muške studente. To je još jedan pokazatelj koji govori u prilog tezi da se ženska populacija u većoj mjeri odlučuje za obrazovanje za poduzetništvo, pa i u kasnijoj životnoj dobi. Ako pretpostavimo da su se osobe starije od 30 godina odlučile za obrazovanje za poduzetništvo iz razloga stjecanja novih znanja i spoznaja kako bi uspješnije mogle upravljati poduzetničkim pothvatom koji već vode ili ga se upravo spremaju poduzeti, možemo zaključiti da bi trebale biti i uspješnije u upravljanju tim pothvatom.

Slika 21: Struktura ispitanika muškog spola prema godinama



Izvor: izrada autora

Slika 22: Struktura ispitanika ženskog spola prema godinama



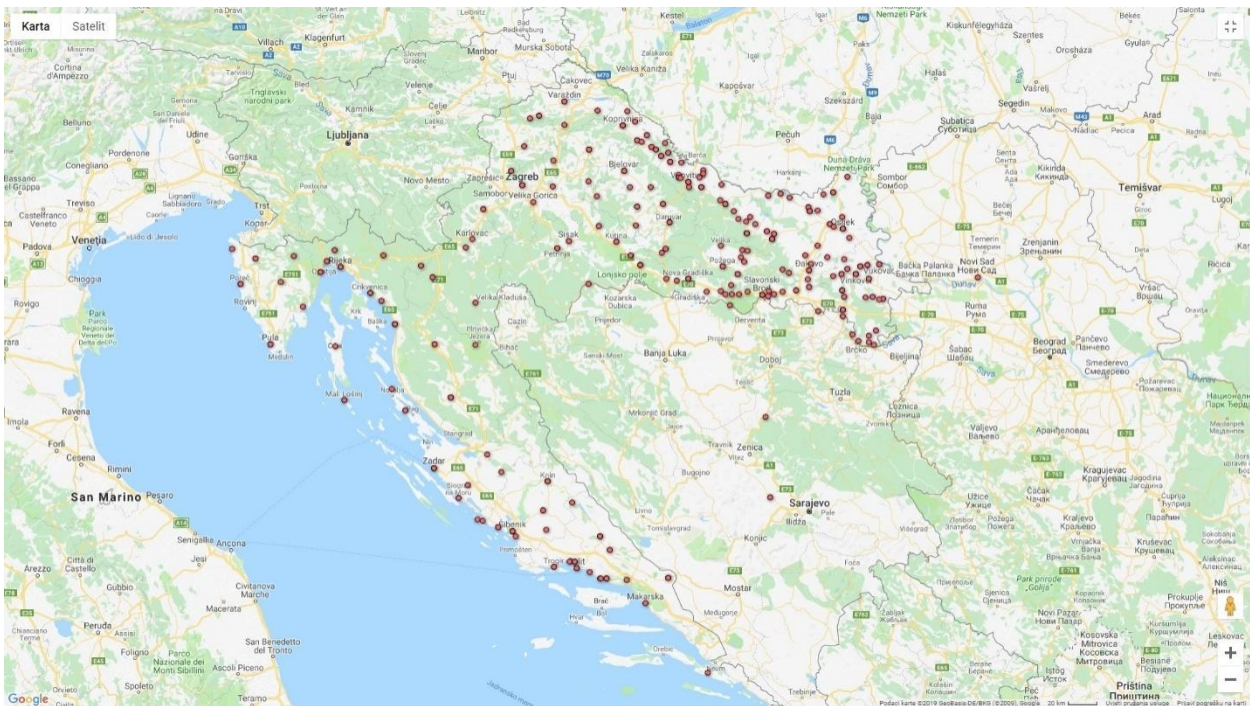
Izvor: izrada autora

Ovo je još jedan prilog tezi da bi Vlada i druge relevantne institucije trebale poticati na pokretanje i upravljanje vlastitim poslovnim pothvatima što više žena jer su one sklonije učenju istjecanju novih znanja i u kasnijoj životnoj dobi u odnosu na svoje muške kolege.

Kao što je navedeno, ispitanici dolaze s 9 različitih visokoobrazovnih institucija, a pri određivanju uzorka vodilo se računa da u jednakoj mjeri budu zastupljene i jadranska i

kontinentalna Hrvatska. Na taj način dobivena je ravnomjerna distribucija mjesta i gradova iz kojih dolaze ispitanici te većina od 20 županija plus Grad Zagreb. Ipak, unatoč tomu, broj ispitanika iz pojedinih županija bio je ipak premalen kako bi mogao biti relevantan. Tako iz Međimurske županije nije sudjelovao nijedan ispitanik, iz Dubrovačko-neretvanske i Krapinsko-zagorske sudjelovao je samo po jedan ispitanik, dok su iz Karlovačke županije sudjelovala 3 ispitanika. Sve ostale županije imale su značajno veći broj ispitanika i možemo govoriti o relevantnom uzorku za dobivanje kvalitetnih podataka.

Slika 23: Struktura ispitanika prema mjestu stanovanja prije upisa na fakultet



Izvor: izrada autora

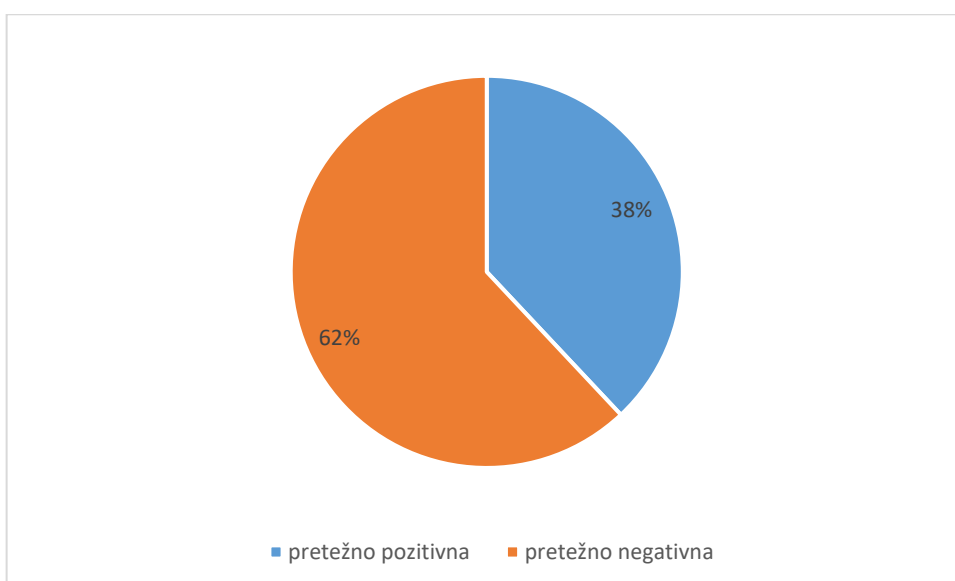
Od broja gradova i mjesta iz kojih ispitanici dolaze, kao što se može vidjeti na slici 23, ukupno je zastupljeno 198 različitih mjesta iz cijele Republike Hrvatske. Ovi podaci su relevantni jer se jednom od hipoteza disertacije smatra i utjecaj gospodarske razvijenosti mjesta iz kojega dolaze ispitanici, na njihove želje i stavove o pokretanju i vođenju vlastitih poslovnih pothvata.

7.4. Stavovi prema poduzetništvu i aktualna analiza stanja poduzetništva

Kao početni elementi modela disertacije postavljene su tri dimenzije koje predstavljaju polazište pri oblikovanju budućeg ponašanja studenta koji studiraju studije poduzetništva i od kojih se očekuje da nakon završetka studija dobiju određeni intenzitet poduzetničke namjere za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata. Prva dimenzija je visokoobrazovna institucija, druga dimenzija je gospodarsko okruženje odnosno gospodarska razvijenost područja s kojega dolaze studenti, a treća dimenzija je utjecaj obitelji, odnosno sociokulturno okruženje u kojemu je student odrastao i prema kojemu se formirala osobina ličnosti. Kako je navedeno, značajan utjecaj na sociokulturno okruženje imaju i stavovi javnosti kojom je okružen student od najranijeg djetinjstva. Što čuje u svakodnevnoj komunikaciji s obitelji, prijateljima, što pročita u medijima, dnevnim vijestima, na društvenim mrežama u značajnoj mjeri utječe na formiranje njegovih stavova i kasnije životnih preferencija.

U istraživanju disertacije željelo se ispitati stavove ispitanika o tome kako šira društvena zajednica percipira poduzetnike te kakvi su joj stavovi prema poduzetništvu i prema poduzetnicima u okruženju u kojemu su odrastali i formirali svoje osobine ličnosti. Odgovori su prikazani na slici 24.

Slika 24: Mišljenje ispitanika o percepciji šire društvene zajednice prema poduzetnicima i poduzetništvu



Izvor: izrada autora

Kako je vidljivo iz odgovora ispitanika, većina ih smatra da je način na koji društvena zajednica percipira poduzetnika uglavnom negativan. Navedeno je svakako izrazito negativan pokazatelj jer su za uspješan razvoj poduzetništva u nekoj nacionalnoj ekonomiji izrazito važni pozitivan stav i pozitivno razmišljanje. Dobiveni rezultati su u korelaciji s GEM istraživanjima o percepciji društvenih vrijednosti o poduzetništvu jer samo 43 % opće populacije u Republici Hrvatskoj smatra da uspješni poduzetnici imaju visok status u društvu, dok većina (57 %) opće populacije smatra negativnima (Singer i sur., 2019). Kako je u prethodnim poglavljima navedeno, jedna od ključnih osobina poduzetnika je optimizam. Optimizam ne samo osobe nositelja poduzetničkog pothvata, već i njegove obitelji i prijatelja, ali i šire društvene zajednice.

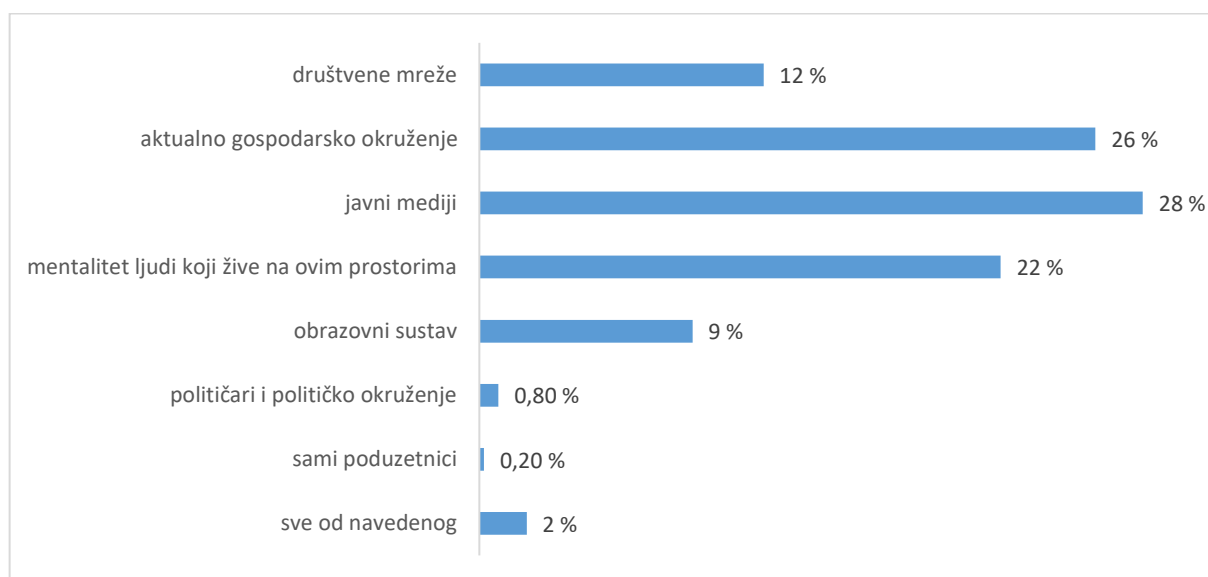
Društvene vrijednosti o poduzetništvu u velikoj mjeri određuju hoće li pojedinci iskoristiti svoje individualne sposobnosti u poduzetničkim aktivnostima (Singer i sur., 2019).

Poduzetnički „ekosustav“ zahtijeva sinergiju pozitivnog mišljenja i pozitivnih napora kako bi se ispunili pojedinačni poduzetnički ciljevi, a posljedično i gospodarski ciljevi nacionalne ekonomije i cjelokupnog društva. Ako ti pozitivni efekti izostanu, poduzetničko djelovanje postaje znatno otežano, a ciljevi se ostvaruju uz značajno više napora.

Uzroke takvomu stanju možemo tražiti u povijesnim razlozima, privatizaciji društvene imovine tijekom ratnih razdoblja 90-ih godina, nasljeđu socijalističkog mentaliteta, rastućim ekonomskim i socijalnim razlikama. Što god on bio, nužno je preokrenuti trendove, posebice kod mlađe populacije studenata od kojih se očekuje da budu nositelji gospodarskog rasta i razvoja u nekim budućim razdobljima.

Na slici 25 prikazano je mišljenje ispitanika o tome zašto je percepcija javnosti o poduzetnicima pretežno negativna.

Slika 25: Glavni izvori negativne percepcije poduzetnika od strane šire društvene zajednice



Izvor: izrada autora

Većina ispitanika smatra da javni mediji koji u svim svojim vijestima i objavama pretežno negativno prikazuju poduzetnike kao negativne osobe koje se žele obogatiti na „jadnim radnicima“, a ne kao one koji su nositelji gospodarskog rasta i razvoja svake nacionalne ekonomije i društvenog blagostanja. Stvaraju li mediji negativnu sliku o poduzetnicima zato što ih namjerno žele prikazati kao negativce iz nekih nepoznatih razloga jer s namjerom žele pojačavati pesimizam u zemlji, onemogućujući njezin napredak i pojačavajući iseljavanje, pitanje je koje zahtijeva dublju zasebnu analizu. S druge strane, nisu li mediji samo pokazatelj i pružatelj sadržaja koji čitatelji žele konzumirati pa samo ispunjavaju potrebu tržišta kako bi povećali svoju nakladu, bez neke izrazite namjere. U skladu s tom tezom, velik broj ispitanika smatra društvene mreže značajnim razlogom negativne slike o poduzetnicima. Budući da su kreatori sadržaja na društvenim mrežama sami pojedinci, nije moguće okriviti određenu skupinu za nečasne namjere kad su kreatori ujedno i konzumenti negativnih sadržaja. Uz to se može povezati i izrazito velik broj odgovora ispitanika koji glavni uzrok vide u činjenici mentaliteta ljudi koji žive na ovim prostorima i žele vidjeti samo negativnu stranu, dok ih ona pozitivna, bilo zbog vlastite nesposobnosti da stvaraju pozitivne momente, bilo iz nekih drugih negativnih pobuda, ne zanima.

Glavnim uzrokom negativne percepcije poduzetnika 26 % ispitanika smatra aktualno gospodarsko okruženje koje smatraju lošim te smatraju da je u takvom gospodarskom okruženju onemogućena i poduzetnička aktivnost.

Uzrok negativnoj percepciji 9 % ispitanika pronalazi u obrazovnom sustavu aktualnom u Republici Hrvatskoj te zastupa tezu da je takav sustav isključivi krivac za negativnu percepciju poduzetnika.

Koji god razlozi negativne percepcije bili, potrebno je hitno djelovanje svih aktera gospodarske politike, medija, obrazovnog sustava, ali i samih pojedinaca kako bi se taj trend preokrenuo i počeo djelovati u suprotnom smjeru. Dokle god istraživanja budu donosila ovakve rezultate percepcije poduzetnika i poduzetništva (posebice mišljenja mladih osoba koje su na početku svog radnog ciklusa), ne mogu se očekivati značajniji iskoraci u bržem gospodarskom rastu i blagostanju čitave društvene zajednice.

7.5. H1: Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.

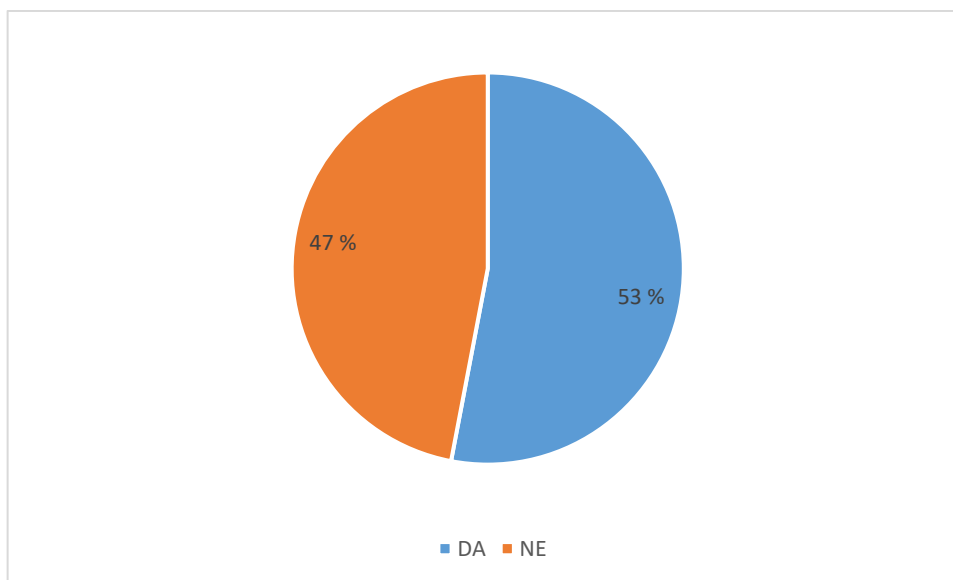
Zadatak obrazovne institucije koja je svoje programe usmjerila na poticanje studenata da nakon završetka studija pokrenu vlastite poslovne pothvate je osposobljavanje studenata znanjima i vještinama potrebnima za uspješno upravljanje vlastitim poduzetničkim pothvatima. Uz navedeno, zadatak institucije je i motivirati studente da se nakon završetka studija uistinu počnu baviti nekim od oblika poduzetničke djelatnosti.

Jedan od ciljeva istraživanja bio je utvrditi ima li obrazovna institucija utjecaj na želju studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat. U skladu s time kreirana je prva hipoteza H1: *Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat*, koja se predmetnim istraživanjem želi dokazati.

Od ispitanika se tražilo da odgovore na pitanje jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat. Ukupno 53 % izjasnilo se pozitivno ustvrdivši da su prije upisa na fakultet razmišljali o toj mogućnosti. Takav odgovor je i logičan jer je pretpostavka da studenti koji upisuju studije poduzetništva i žele postati poduzetnici nakon završetka studija. Promatrajući odgovore na taj način, može se doći do zaključka da se i premali broj studenata izjasnio potvrdno jer ako razmišljate o tome da jednoga dana nakon završetka studija postanete poduzetnik, logika bi nalagala da upisujete studije poduzetništva. Odgovori ispitanika potvrđuju tezu da mnogi od studenata prije odabira fakulteta uopće nisu sigurni što žele raditi u životu pa upisuju studije zato što ne mogu upisati ono što su željeli ili ih je netko na to „natjerao“, a presudni su mogli biti i blizina studija, financijski razlozi koji su ih nagnali na upis ili neki drugi razlozi. Na slici 26 možemo vidjeti strukturu ispitanika prema odgovorima

na pitanje o tome jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata.

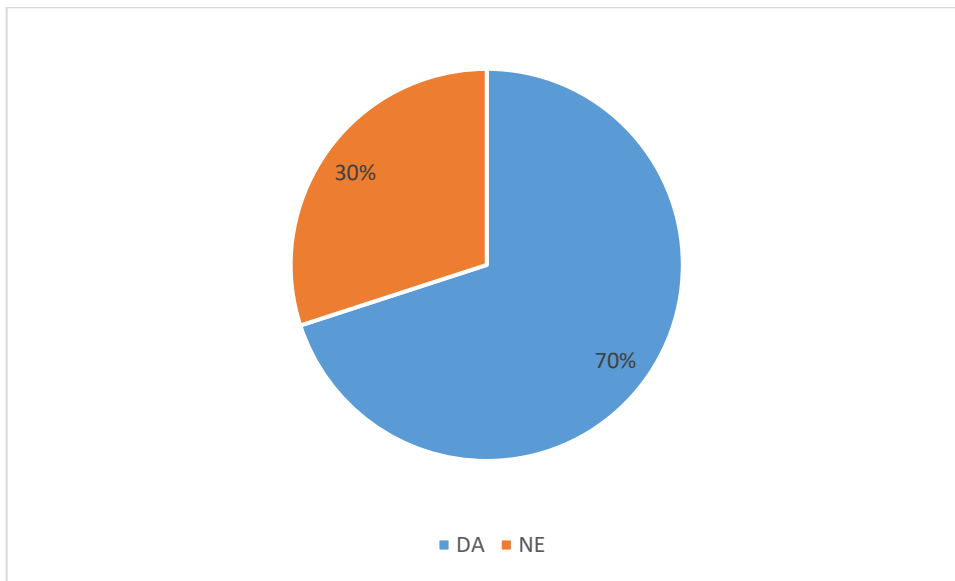
Slika 26: Struktura ispitanika prema odgovorima na pitanje jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat.



Izvor: izrada autora

Sljedeće što se željelo saznati od ispitanika je jesu li tijekom studiranja na obrazovnoj instituciji dobili želju da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat. Istraživanje je kreirano u tom smjeru da, ukoliko postoji određena statistički značajna razlika između ove dvije razine, možemo potvrditi hipotezu da obrazovna institucija ima određeni utjecaj na želju studenata.

Slika 27: Struktura ispitanika prema odgovorima na pitanje jesu li tijekom studiranja na fakultetu počeli razmišljati o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat.



Izvor: Izrada autora

Anketni upitnik je kreiran tako da je 10. pitanje glasilo: *Jeste li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

U uzorku od 690 studenata, 690 studenata je dalo odgovor, a od toga 368 odgovorilo je DA (53 %), dok je 322 dalo negativan odgovor (47 %).

Pitanje 11 je glasilo: *Jeste li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

U uzorku od 690 studenata, 686 studenata je dalo odgovor, a od toga 477 ponudilo je odgovor DA (70 %), dok je 209 dalo odgovor NE (30 %).

Statistički test:

Hipoteza H_0 : udio odgovora DA na pitanja 10. i 11. nisu statistički značajno različiti, tj. $p_1 = p_2$.

Hipoteza H_1 : p_1 je različit od p_2 .

Rezultat statističkog testa:

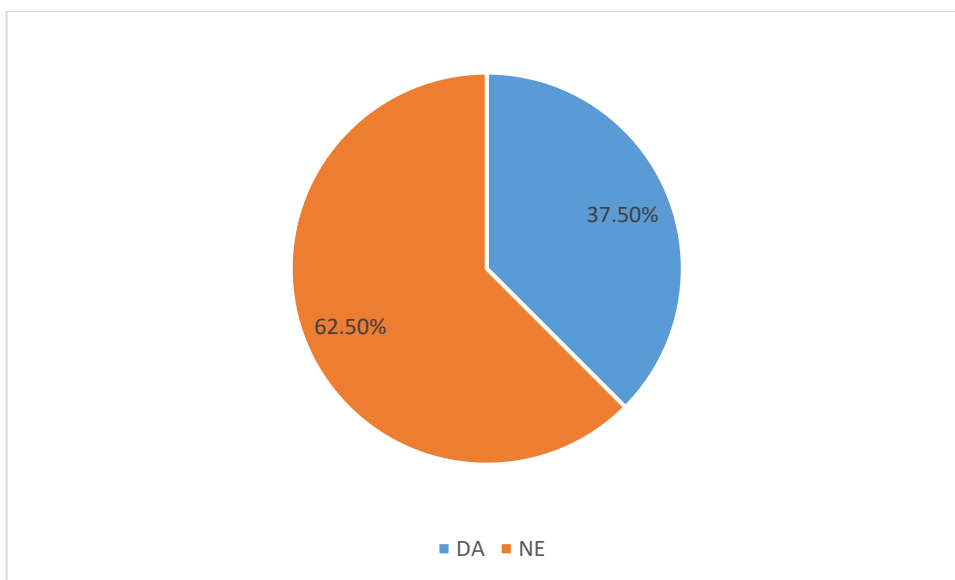
- Z statistika -6,1722, p vrijednost < 0,001.

Temeljem navedenog možemo zaključiti da uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, odbija se H_0 i prihvaća se H_1 . Rezultat daje potporu tvrdnji o pozitivnom utjecaju studiranja na stav studenta od pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata. Ovim testom izravno možemo potvrditi

hipotezu H1: *Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.*

Ispitivanje na kontrolnoj skupini dodatno ide u prilog tezi da studije poduzetništva upisuju studenti koji u većoj mjeri i prije upisa studija razmišljaju o tome da postanu poduzetnici. Podatci dobiveni od kontrolne skupine pokazali su da studenti koji ne studiraju poduzetništvo u manjoj mjeri prije početka studija imaju želju za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata jer se tek 37,5 % njih izjasnilo da ima želju.

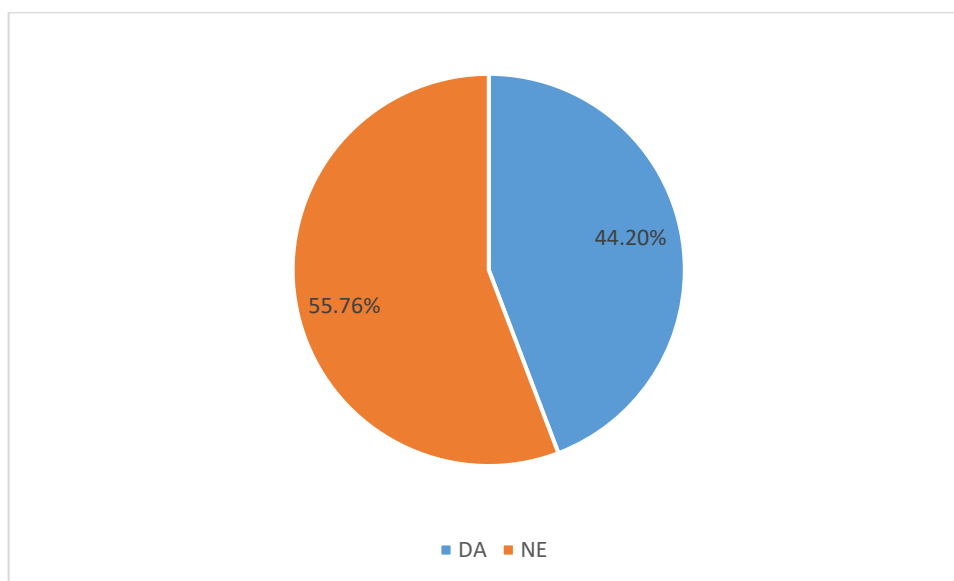
Slika 28: Struktura ispitanika kontrolne skupine prema odgovorima na pitanje jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat



Izvor: izrada autora

Kada se promatraju odgovori ispitanika kontrolne skupine o tome jesu li tijekom studiranja dobili želju za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata, razlika je statistički značajno manja u odnosu na ispitanike studija poduzetništva. Ova činjenica ide u prilog tezi da na studijima poduzetništva, tijekom studiranja, studenti u većoj mjeri dobivaju značajniji intenzitet želje za pokretanjem vlastitih poduzetničkih pothvata, nego je to kod studenata koji ne studiraju poduzetništvo.

Slika 29: Struktura ispitanika kontrolne skupine prema odgovorima na pitanje jesu li tijekom studiranja na fakultetu počeli razmišljati o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat



Izvor: izrada autora

Kako bi se dodatno potkrijepila tvrdnja o tome stječu li studenti tijekom studija veću razinu želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata, a u skladu s time i procijenio utjecaj visokoobrazovne institucije, izvršit će se statistički test vjerojatnosti u binomnom uzorku. Statistički test će se izvršiti na dva različita binomna uzorka, odnosno pitanja na koje su ispitanici mogli davati binome odgovore: DA ili NE.

Prvi uzorak pitanja je glasio:

Pitanje: *Jeste li prije studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

Odgovori: *Da / Ne.*

Statistički test: test vjerojatnosti u binomnom uzorku.

Hipoteza H_0 : Vjerojatnost odgovora DA, $p = 0,5$

Hipoteza H_1 : Vjerojatnost odgovora DA, $p \neq 0,5$

Rezultat statističkog test pokazuje p vrijednost od 0,08662, uz interval pouzdanosti od 0,49531 to 0,57107.

Zaključno možemo ustvrditi da se uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, prihvaća se hipoteza **H_0** (jer je p -vrijednost veća od α). Rezultat daje potporu tvrdnji da je razmišljanje DA ili NE o pokretanju vlastitog poduzetničkog poduhvata jednakomjerno raspoređeno u populaciji studenata i da ne postoji statistički značajna razlika među odgovorima.

Drugi uzorak pitanja je glasio:

Pitanje: *Jeste li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

Odgovori: *Da / Ne.*

Statistički test: test vjerojatnosti u binomnom uzorku.

Hipoteza H_0 : Vjerojatnost odgovora DA, $p = 0.5$

Hipoteza H_1 : Vjerojatnost odgovora DA, $p \neq 0.5$

Rezultat statističkog testa pokazuje p vrijednost $< 0,001$, interval pouzdanosti od 0,655535 do 0,72562 (tj. od 65,6 % do 72,6 %).

Zaključno možemo ustvrditi da se uz nivo značajnosti $\alpha=0.05$, prihvaća se hipoteza **H_1** (jer je p -vrijednost MANJA od α). Rezultat daje potporu tvrdnji da su studenti stekli sklonost prema pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata tijekom studiranja. Razmišljanje o pokretanju poduzetničkog pothvata tijekom studiranja je statistički značajna, što znači da je na studente direktno utjecala obrazovna institucija na način da ih potakne na razmišljanje i poveća njihovu želju.

Ukoliko iste testove za oba prethodna pitanja ponovimo na kontrolnoj skupini, rezultati su sljedeći:

Prvi uzorak pitanja kontrolnoj skupini je glasio:

Pitanje: *Jeste li prije studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

Odgovori: *Da / Ne.*

Statistički test: test vjerojatnosti u binomnom uzorku.

Hipoteza H_0 : Vjerojatnost odgovora DA, $p = 0,5$

Hipoteza H_1 : Vjerojatnost odgovora DA, $p \neq 0,5$

Rezultat statističkog test pokazuje p vrijednost od 0,013836, uz interval pouzdanosti od 0,28197 to 0,47534.

Zaključno možemo ustvrditi da se uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, odbija se hipoteza **H_0** (jer je p -vrijednost manja od α) te prihvaća **H_1** .

Ovim testom možemo potvrditi razliku u stavovima između studenata koji upisuju studije poduzetništva i studenata koji upisuju neke druge studije, u ovome slučaju studije računarstva i elektrotehnike. Prema navedenom, možemo potvrditi činjenicu da će studije poduzetništva

radije upisivati studenti koji i prije nego što upišu fakultet već razmišljaju o pokretanju vlastitog poslovnog pothvata. Studenti koji ne upisuju studij poduzetništva u manjoj mjeri razmišljaju o pokretanju vlastitog poslovnog pothvata prije upisivanja studija.

Drugi uzorak pitanja kontrolnoj skupini je glasio:

Pitanje: *Jeste li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?*

Odgovori: *Da / Ne.*

Statistički test: test vjerojatnosti u binomnom uzorku.

Hipoteza H_0 : Vjerojatnost odgovora DA, $p = 0,5$

Hipoteza H_1 : Vjerojatnost odgovora DA, $p \neq 0,5$

Rezultat statističkog testa pokazuje p vrijednost 0,28968, interval pouzdanosti od 0,45697 do 0,65504 (tj. od 45,7 % do 65,50 %).

Zaključno možemo ustvrditi da se uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, prihvaća se hipoteza **H_0** (jer je p -vrijednost veća od α).

Rezultat daje potporu tvrdnji da su i studenti koji ne studiraju poduzetništvo stekli određenu sklonost prema pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata tijekom studiranja, iako u manjoj mjeri od studenata poduzetništva jer je statističkim testom dokazano da ona nije statistički značajna, kao što je to kod studenata poduzetništva.

Sljedećim pitanjima želi se utvrditi intenzitet i smjer utjecaja obrazovne institucije na želju studenata na način da ispitanici daju ocjene o poticajima koje dobivaju od institucije ali i od profesora koji im predaju pojedine kolegije kao ključne dijelove te institucije. Iz tog razloga upitnik je kreiran na način da ispitanici daju ocjene na Likterovoj ljestvici od 1 do 7 gdje 1 označava najmanje slaganje s tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje s tvrdnjama:

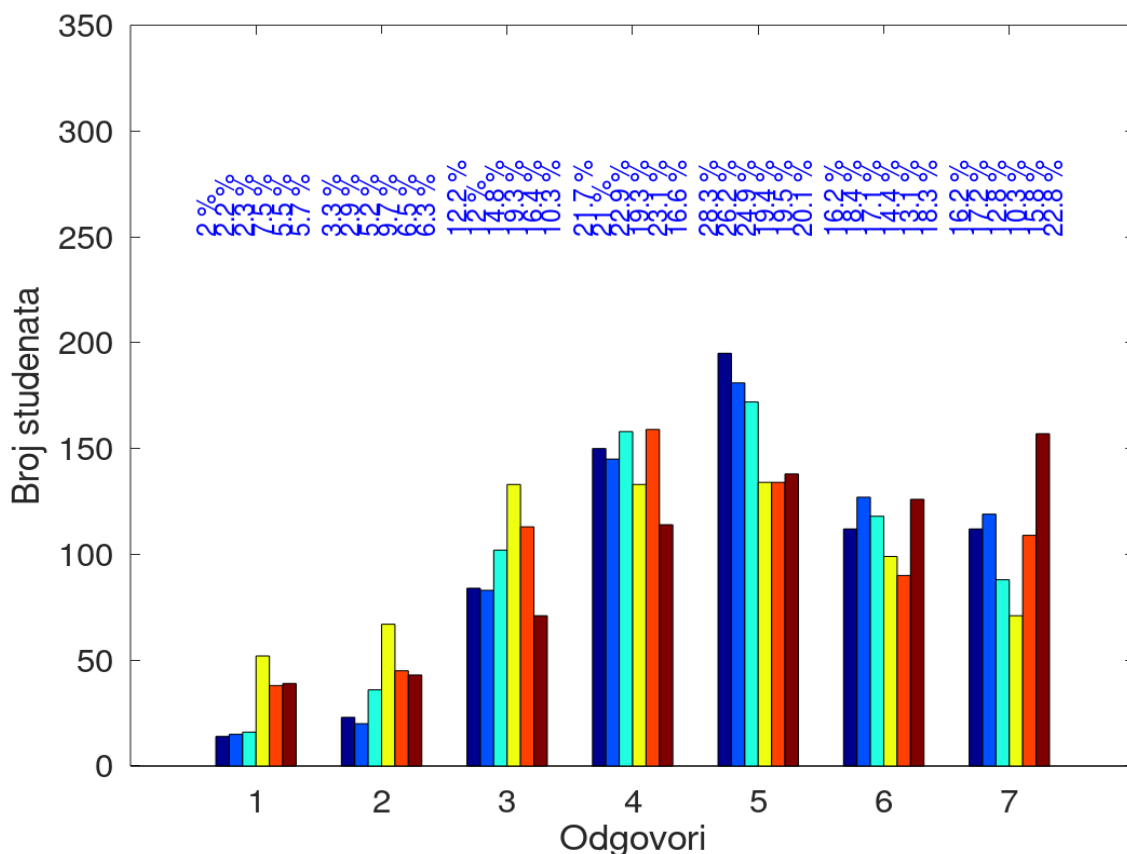
1. *Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da razmišljam kreativno. (tamnoplavo)*
2. *Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da iznosim svoje ideje. (plavo)*
3. *Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da konkretiziram svoje ideje. (svjetloplavo)*
4. *Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram potiču me da sudjelujem u dodatnim aktivnostima izvan samog studiranja. (žuto)*
5. *Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram slušaju moje ideje. (crveno)*

6. Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram uče me da je u redu raditi greške.
(tamnocrveno)

Likertova ljestvica sa 7 stupnjeva odabrana je kako bi se izbjeglo poistovjećivanje s numeričkim načinom ocjenjivanja koji se primjenjuje u hrvatskom obrazovnom sustavu i kako bi se dobio precizniji raspon između stupnjeva, a neparan broj stupnjeva primjenjuje se kako bi se mogla statistički točniji odrediti prosječna ocjena i slaganje s pojedinim tvrdnjama.

Odgovori na pitanja prikazani su na slici 30:

Slika 30: Utjecaj fakulteta i utjecaj profesora na poticanje želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata

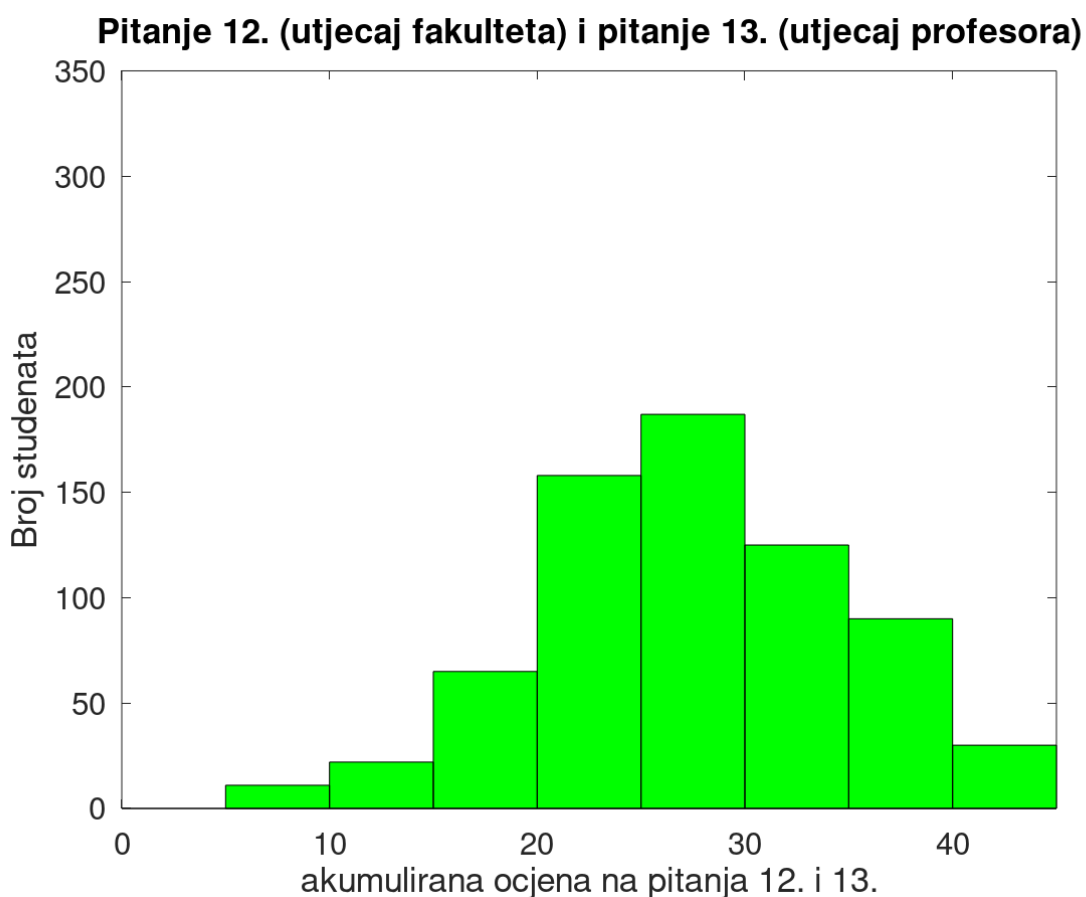


Izvor: Izrada autora

Kako je vidljivo na slici 30, većina ocjena na pitanja ispitanika teži prema potpunom slaganju s pojedinim tvrdnjama, što implicira pozitivan utjecaj i obrazovne institucije i profesorima kao ključnom elementu te institucije. Većina ispitanika pozitivnije se izražava o tome kako pojedini elementi institucije utječu na njih, odnosno kako konkretni elementi nastavnog procesa pozitivnije formiraju njihov konačni stav da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat.

Ovi odgovori još se jasnije mogu vidjeti ukoliko se prikažu akumulirane ocjene na prethodna pitanja (Slika 31).

Slika 31: Akumulirane ocjene o utjecaju fakulteta i utjecaju profesora na poticanje želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata



Izvor: Izrada autora

Kako bi dodano potvrdili navedene tvrdnje, izvršen je statistički test jednakosti medijana. Ukoliko u obzir uzmemo Likertovu ljestvicu od 7 stupnjeva koja je ponuđena ispitanicima, medijan ocjena na svako pojedino pitanje koje je postavljeno ispitanicima iznosi 4. Prema tome, referentni medijan akumuliranih ocjena na postavljanih 6 pitanja može se definirati kao 24.

Nakon toga, u svrhu statističkog testa postavljaju se hipoteze:

Hipoteza H_0 : Medijan akumulirane ocjene je 24.

Hipoteza H_1 : Medijan akumulirane ocjene je različit od 24.

Rezultat statističkog testa iznosi:

- p vrijednost $<0,001$

Kao zaključak, možemo ustvrditi da medijan akumulirane ocjene na 12. i 13. pitanje iznosi 28. Uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, prihvaća se hipoteza H_1 (jer je p -vrijednost manja od α) i možemo ustvrditi da je statistički značajna. Rezultat daje potporu tvrdnji da fakultet i profesori poticajno djeluju na stavove studenata na način da ih potiču na kreativno razmišljanje te da iznose i konkretiziraju svoje ideje, što djeluje poticajno na smjer i intenzitet želje i stavova studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat.

Nadalje, kako bi se dodatno potvrdila hipoteza o tome jesu li studenti ili nisu tijekom studiranja stekli želju za pokretanjem poslovnog pothvata, u sljedećem pitanju, od ispitanika se tražilo da na Likertovoj ljestvici od također 7 stupnjeva, izraze svoju razinu želje, odnosno intenzitet želje za pokretanjem poslovnog pothvata nakon završetka studija. Ove ocjene, radi dokazivanja hipoteze, promatrane su po godinama studija kako bi se moglo utvrditi da sa svakom višom godinom taj intenzitet želje raste, što je posljedica pozitivnog utjecaja obrazovne institucije.

U tablici 10 prikazane su prosječne ocjene za studente preddiplomskih studija, od 1. do 3. godine, a u tablici 11 prikazane su prosječne ocjene za studente diplomskih studija, odnosno 1. i 2. godine diplomskih studija.

Tablica 9: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata preddiplomskih studija

	1. godina	2. godina	3. godina
Prosječna ocjena o razini želje o pokretanju poslovnog pothvata	3,71	4,49	5,04

Izvor: izrada autora

Tablica 10: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata diplomskih studija

	1. godina	2. godina
Prosječna ocjena o razini želje o pokretanju poslovnog pothvata	4,26	5,18

Izvor: izrada autora

Ovaj test također ide u prilog tvrdnji da sa svakom višom godinom studija studenti imaju sve značajniju želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata, što znači da obrazovna institucija u određenoj mjeri ima utjecaj na kreiranje njihovih mišljenja, namjera, želja i stavova ispitanika, čime se dodatno potvrđuje H1.

Kada se promatra kontrolna skupina i usporede dobiveni odgovori, vidljiva je niža prosječna ocjena o razini želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata na sve tri studijske godine u usporedbi s osnovnim uzorkom istraživanja, a jednako tako je vidljiv i statistički značajan sporiji rast prosječne ocjene o rastu želje na svakoj višoj godini studiranja. Ovi podatci upućuju na činjenicu da je izraženiji poticaj na želju kod studenata poduzetništva u odnosu na studente koji ne studiraju poduzetništvo.

Tablica 11: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata preddiplomskih studija kontrolne skupine

	1. godina	2. godina	3. godina
Prosječna ocjena o razini želje o pokretanju poslovnog pothvata	3,40	4,03	4,09

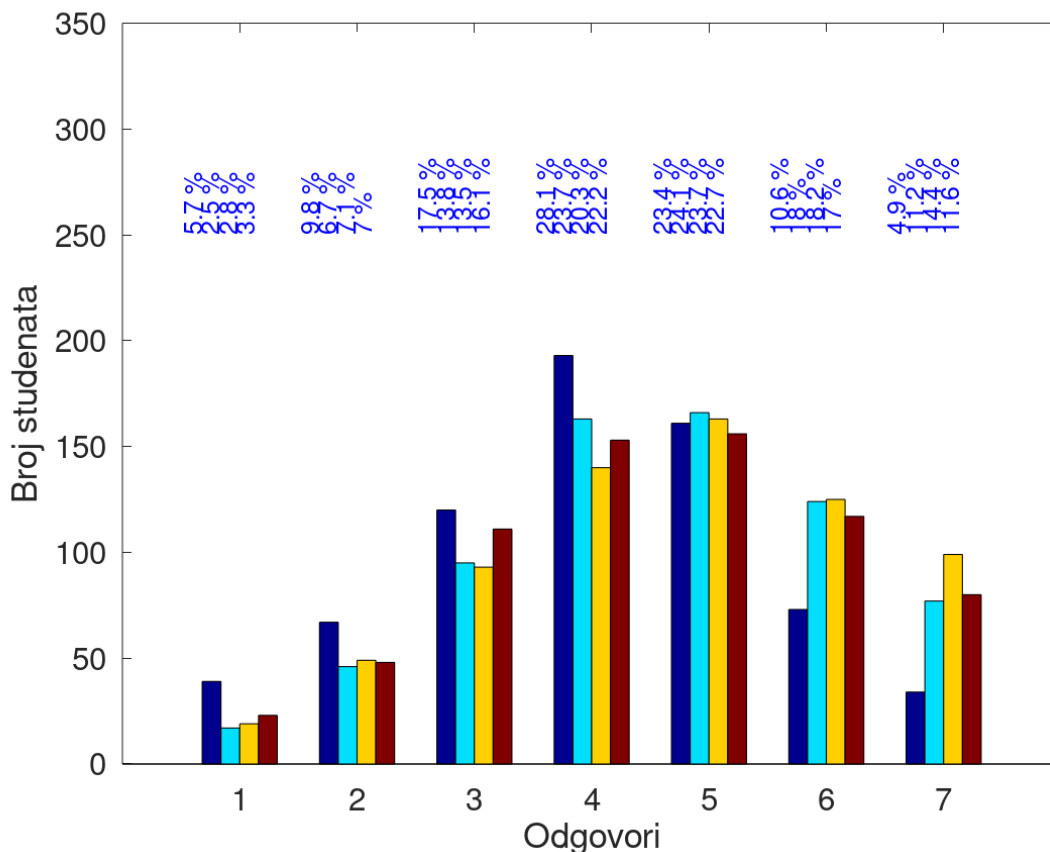
Izvor: izrada autora

Daljnijim istraživanjem i ispitivanjem studenata željelo se ustvrditi mišljenje studenata o tome smatraju li da su na obrazovnoj instituciji stekli dovoljno znanja za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata, čime se još jednom izravno želi dokazati utjecaj institucije čiji je cilj uz motivaciju za oblikovanje poduzetničkog ponašanja i davanje dovoljno znanja studentima kako bi se i osjećali spremnima za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata.

Iz navedenog razloga kreirana su pitanja na način da ispitanici daju ocjene na Likertovoj ljestvici od 1 do 7, gdje 1 označava najmanje slaganje s tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje s tvrdnjama:

1. *Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli dovoljno znanja da pokrenete vlastiti pothvat?*
2. *Sposoban/sposobna sam samostalno pročitati i razumjeti osnovna financijska izvješća.*
3. *Sposoban/sposobna sam samostalno izraditi jednostavni poslovni plan za manji projekt.*
4. *Sposoban/sposobna sam samostalno voditi i kontrolirati manji poslovni pothvat.*

Slika 32: Osjećaj stupnja znanja i sposobnosti za pokretanjem i upravljanjem poduzetničkim pothvatom



Izvor: izrada autora

U svrhu dokazivanja razine znanja ocjenjene od strane studenata dobivenog na obrazovnoj instituciji, koristi se test jednakosti medijana. S obzirom na to da je upitnik kreiran na način da se daju ocjene na Likertovoj ljestvici od 7 stupnjeva, medijan ocjena iznositi će 4, a referentni medijan akumulirane ocjene iznositi će 16.

Tako možemo postaviti hipoteze:

Hipoteza H0: Medijan akumulirane ocjene je 16.

Hipoteza H1: Medijan akumulirane ocjene je različit od 16.

Rezultat statističkog test pokazuje da je p-vrijednost $<0,001$

Kao zaključak možemo ustvrditi da je medijan akumulirane ocjene na pitanja 16. i 17. je 18. Uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, prihvaća se hipoteza *H1* (jer je p-vrijednost manja od α). Rezultat daje potporu tvrdnji da studenti procjenjuju da im obrazovna institucija daje potrebna znanja za pokretanje i upravljanje vlastitim poslovnim pothvatom.

Ukoliko isti statistički test ponovimo na kontrolnoj skupini, rezultati su sljedeći:

Budući da je osnovna i kontrolna skupina ispunjavala isti anketni upitnik koji je kreiran na način da se daju ocjene na Likertovoj ljestvici od 7 stupnjeva, medijan ocjena također iznosi 4, a referentni medijan akumulirane ocjene iznositi će 16.

Tako možemo postaviti hipoteze:

Hipoteza H0: Medijan akumulirane ocjene je 16.

Hipoteza H1: Medijan akumulirane ocjene je različit od 16.

Rezultat statističkog testa pokazuje da je p-vrijednost 0,095044.

Kao zaključak, možemo ustvrditi da je medijan akumulirane ocjene na pitanja 16. i 17. je 14. Uz nivo značajnosti $\alpha=0,05$, prihvaća se hipoteza *H0* (jer je p-vrijednost veća od α).

Navedeni rezultat ukazuje na činjenicu da ispitanici kontrolne skupine procjenjuju da im obrazovna institucija ne daje potrebna znanja za pokretanje i upravljanje vlastitim poslovnim pothvatom. Navedena tvrdnja je i logična jer glavni cilj studija elektrotehnike i računarstva i nije prenositi znanje studentima koje se odnosi na pokretanje i upravljanje poduzetničkim pothvatom, već neka druga znanja vezana uz granu znanosti kojom se bave.

Kroz nekoliko razina ispitivanja i obrade statističkih pokazatelja zaključno možemo ustvrditi da je utjecaj visokoobrazovnih institucija koje su svoje programe usmjerile na

poticanje, unaprjeđenje i razvoj poduzetništva na studente koji odabiru ovakve studije izrazito značajan. Visokoobrazovne institucije u Republici Hrvatskoj potiču i u značajnoj mjeri uspijevaju motivirati studente da se nakon završetka studija počnu baviti nekom od oblika poduzetničke djelatnosti, da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat ili da nastave upravljati poslovnim pothvatom koji su započeli njihovi roditelji, odnosno netko od predaka.

U skladu s time izravno možemo potvrditi i u potpunosti prihvatiti hipotezu H1: „*Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.*“ Studenti smatraju da obrazovne institucije koje su sudjelovale u istraživanju pružaju dovoljno aktualnih znanja studentima te im u određenoj mjeri potiču želju i poduzetničke namjere da se nakon završetka studija upuste u avanturu poduzetništva.

7.6. H2: Empirijska analiza utjecaja visokoškolske institucije na studente čiji su roditelji poduzetnici

„Obiteljsko poduzetništvo širokog spektra obuhvaća sve od tradicionalnih zanata do kooperacije s najmodernijim industrijama. Naglasak je pritom na domaćinstvu, a ne na pojedincu i izvire iz potrebe njegovanja generacijskih zanimanja i djelatnosti. Nastavak obiteljske tradicije u mnogim je slučajevima gotovo „pitanje časti i ugleda“, a ukoliko je utemeljena i na ekonomskoj motivaciji predstavlja čvrstu branu egzodusu mladih naraštaja.“ (Nejašmić, 1991: 17) Jedan od značajnijih problema s kojima se suočavaju obiteljska poduzeća je pitanje nasljedstva, odnosno preuzimanje upravljanja tvrtkom sa svrhom nastavka tradicije i obiteljskog biznisa za sljedeće generacije. Istraživanja pokazuju da tek 30% obiteljskih tvrtki preživi dulje od prve generacije, a samo 10 % do 15 % preživi do treće generacije. (Applegate, 1994)

7.6.1. Obiteljsko nasljeđe

Jedan od ciljeva empirijskog istraživanja bio je istražiti koliki je intenzitet utjecaja obitelji, a koliki intenzitet utjecaja ostalih faktora na želju studenta da nastavi posao koji su započeli njegovi roditelji ili neke od ranijih generacija predaka.

Dosadašnja istraživanja pojedinih autora pokazala su da je tijekom smjena generacija jedini konstantan faktor koji je imao utjecaj na iduću generaciju da preuzme obiteljski posao bila je obitelj. „Roditelji su najvažniji modeli u ranom razvoju djeteta. Njihove metode u odgoju, ma kakve bile, oblikuju djetetovu osobnost i zajedno s genetikom postavljaju temelj čovjeka u kojeg će dijete izrasti.“⁷⁸ Veća je vjerojatnost da će netko postati poduzetnik ako je među prijateljima i obitelji ima poduzetničke uzore (Djankov i dr., 2006). U Japanu, kao zemlji tradicionalnog obiteljskog poduzetništva, čak 64,7 % studenata čiji su roditelji poduzetnici želi nastaviti i preuzeti obiteljski posao (Thomas, Kelley, 2011). Očito proizlazi da bez obzira na to koja generacija vodi posao, obitelj vrši konstantan pozitivan utjecaj kako bi se osigurao opstanak poslovanja i u sljedećoj generaciji. Međutim, utjecaj obitelji nije istog intenziteta na svaku osobu niti je nužno svaki put presudan faktor (Davis, Harveston, 1998). Različito ponašanje roditelja prema svakom svom djetetu, međusoban odnos djece s obzirom na redoslijed prema rođenju i međuodnos s njihovim vršnjacima značajne su razlike u okolini pojedinog djeteta te imaju izrazito veliki utjecaj na njega. Na osnovu svega možemo zaključiti da postoji međudjelovanje okoline i nasljeđa kada je riječ o odlukama koje će donositi dijete i njegovom razvoju osobina ličnosti (Kovačević, 1991). Uz navedeno, na mladu osobu djeluju i brojni faktori iz okruženja, a da toga nisu ni svjesni, odnosno svjesno će reći da neki faktor nema nikakva utjecaj, ali je on podsvjesno možda bio i presudan.

7.6.2. H2: Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.

Budući da je određeni broj studenata prije upisa na fakultet imao doticaj s poduzetništvom na način da su sami pokrenuli ili vodili poduzetnički pothvat naslijeđen od prijašnjih generacija,

⁷⁸ <http://www.pedagogija.hr/ekvilibrij/pdf/odgoj-ili-genetika.pdf> (22. 7. 2019.)

jedan od ciljeva disertacije je i utvrditi intenzitet utjecaja obrazovne institucije na odluku tih studenata da preuzmu posao koji su naslijedili. Kako je već spomenuto, za mlade ljude je prilikom donošenja odluke o budućem pozivu i smjeru buduće karijere značajan faktor i obiteljsko nasljeđe. Hoće li preuzeti posao koji su započeli njihovi roditelji ili daljnji predci ili će taj posao napustiti, a svoj životni poziv pronaći u nekim drugim sferama i djelatnostima.

Temeljem navedenog kreirana je druga hipoteza H2: *Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.*

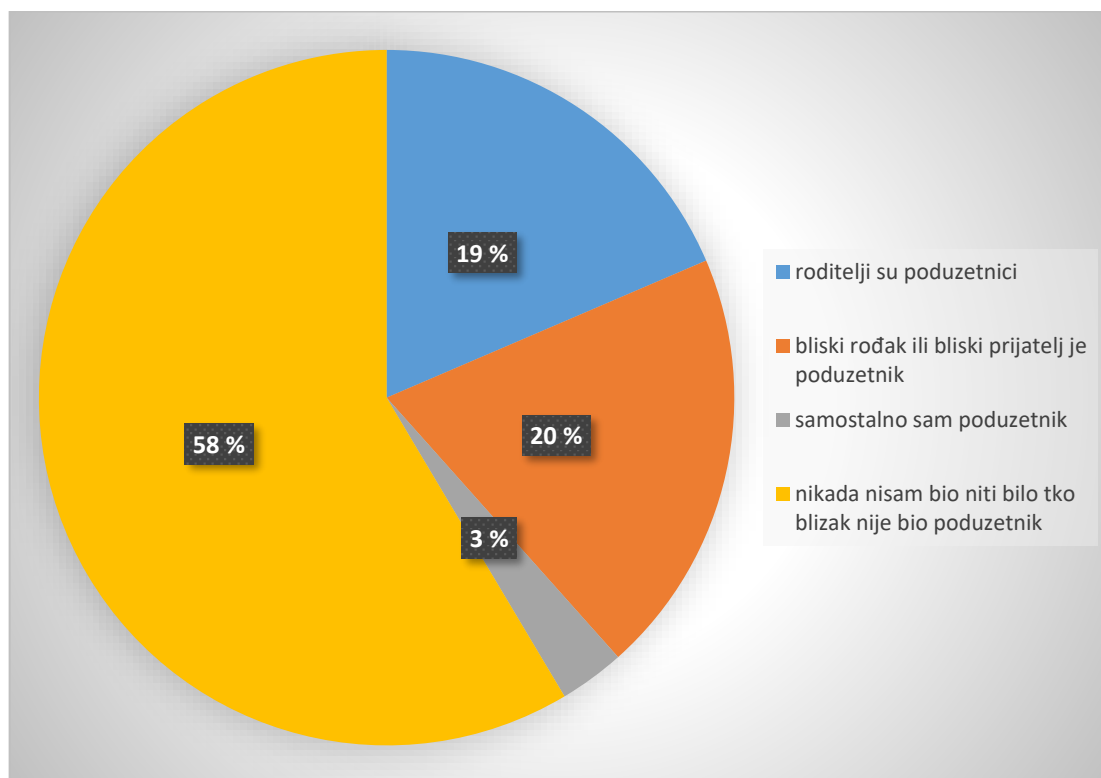
Ukoliko je utjecaj institucije na studente čiji roditelji obavljaju neku poduzetničku aktivnost značajniji od utjecaja samih roditelja, hipoteza će se potvrditi, odnosno ukoliko je ipak značajniji utjecaj roditelja, hipoteza će se odbaciti.

7.6.3. Analiza uzorka istraživanja

U provedenom istraživanju od ispitanih 690 studenata, kod njih 19 %, odnosno 128 roditelji su poduzetnici ili se bave nekim od oblika poduzetničke djelatnosti. Značajan broj autora kao drugi najvažniji razlog ulaska u poduzetništvo naglašava upravo važnost poznavanja poduzetnika koji dolazi iz njihova kruga prijatelja ili iz obitelji (Blanchflower, Oswald, 1998; Djankov i sur., 2005).

Uzevši u obzir strukturu ispitanika i životnu dob u kojoj su upisali fakultet, od ukupnog broja ispitanih, 3 % njih već su poduzetnici i posjeduju svoje vlastite tvrtke ili obrte.

Slika 33: Doticaj ispitanika s poduzetništvom prije upisa na fakultet



Izvor: izrada autora

Činjenica da fakultet upisuju i osobe starije životne dobi (koje već imaju vlastitih poduzetničke pothvate i upravljaju njima) iznimno je važan podatak koji pokazuje sklonost ljudi prema cjeloživotnom obrazovanju i neprekidnom radu na sebi, bez čega se nikako ne može opstati u današnjim suvremenim uvjetima tržišnog gospodarstva. Međutim, pokazatelj ipak nije toliko dobar kako bismo željeli, s obzirom na to da od ukupnog broja ispitanika koji već imaju svoj poslovni pothvat, samo je njih 4 starije od 40 godina, što (unatoč tome da se formalno znanje može ostvariti i na raznim drugim institucijama) može upućivati na činjenicu da se u Republici Hrvatskoj ipak premali broj ljudi obrazuje u starijoj životnoj dobi i unaprjeđuje svoja znanja za upravljanje vlastitom tvrtkom. Prema podacima za 2016. godinu, u Republici Hrvatskoj samo je 3 % odraslih osoba uključeno u neki od formalnih oblika cjeloživotnog učenja, što je u usporedbi s nekim zemljama (Danska: 27,7 %, Švedska: 29,6 %, Švicarska: 32,9 %, Finska: 26,4 %) premali broj (Pauković, Bačić, 2018). Ostalih osamnaest ispitanika su osobe od 19 do 22 godine koje su pothvate pokrenule tijekom studiranja ili su ih na neki način naslijedile splotom okolnosti ili željom roditelja da se što prije uključe u rad obiteljskog poduzeća. To je svakako jedan od izazova svih dionika gospodarstva Republike Hrvatske, Vlade i visokoobrazovnih obrazovnih institucija: kako pronaći način da se potaknu i poduzetnici relativno starije životne dobi da upisuju fakultete ili neke druge izvore formalnog

obrazovanja za cjeloživotno učenje, kao što su konzultantske tvrtke, poslovne škole, poslovni instituti ili obrazovno edukacijski centri poduzeća (Tadin, 2007) i obrazuju se s ciljem poboljšanja konkurentnosti i suočavanja s izazovima globalnog tržišta. Cjeloživotno obrazovanje i obrazovaniji poduzetnici stvaraju pretpostavke za bolje društvo i za značajniji gospodarski razvoj te u potpunosti ostvaruju svoju temeljenu koja se može promatrati kroz tri aspekta:

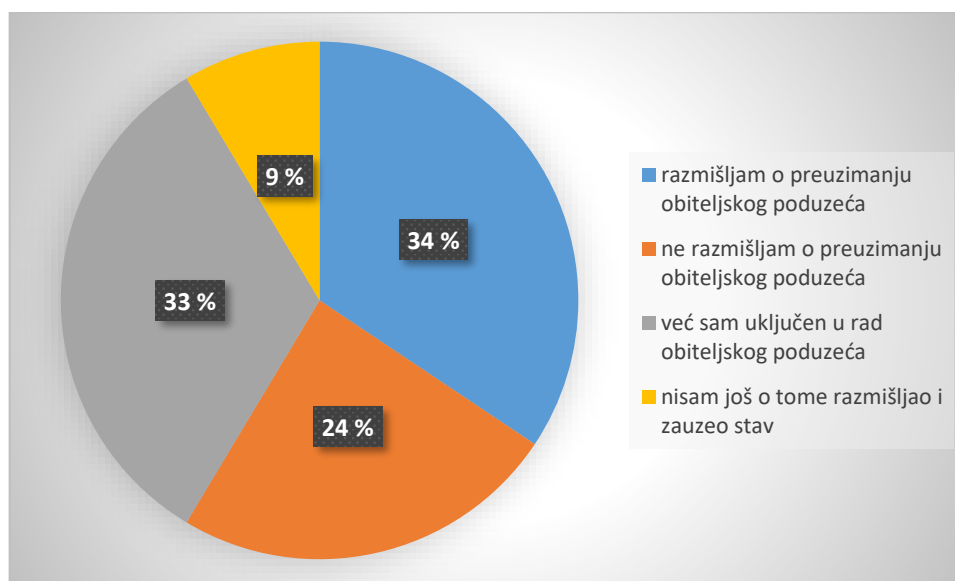
- ekonomski napredak i razvoj
- osobni razvoj i ispunjenje
- socijalna uključenost i demokratsko razumijevanje što čini temelje izgradnje demokratske politike i skupa društvenih institucija (Aspin, Chapman, 2001).

Ono što bi trebalo biti u fokusu takvog obrazovanja u kasnijoj životnoj dobi je stjecanje novih suvremenih znanja s područja znanosti i tehnologije koje se razvija brže nego što je to moguće pratiti bez konstantnog učenja.

7.6.4. Utjecaj visokoobrazovne institucije na nastavak upravljanja poduzetničkim pothvatom na studente čiji su roditelji poduzetnici

Od ispitanika čiji roditelji obavljaju neki od oblika poduzetničke djelatnosti, njih 34 % razmišlja o tome da preuzme obiteljski posao i sigurni su u tu namjeru, a 33 % ispitanika je već uključeno u rad obiteljskog poduzeća i jednim dijelom je već na korak da ga i preuzme tijekom određenog vremenskog razdoblja.

Slika 34: Ispitanici koji razmišljaju o preuzimanju posla ili su već preuzeli posao koji su započeli njihovi roditelji

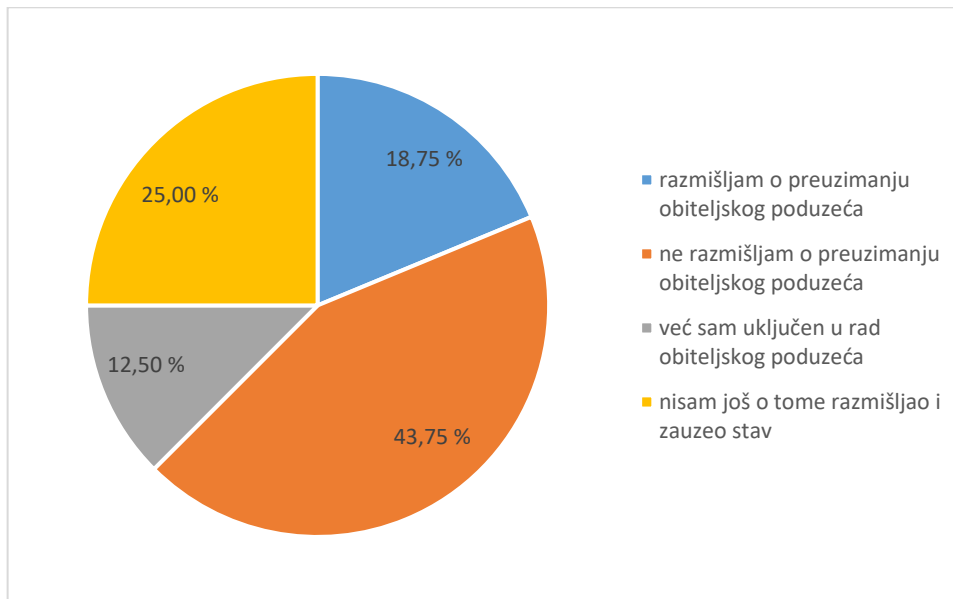


Izvor: izrada autora

Može se konstatirati da su ovo zadovoljavajući podatci, s obzirom na to da je 24 % studenata odgovorilo da ne razmišlja o tome da preuzme obiteljski posao, dok ih 9 % o tome nema mišljenje. U ovom slučaju trebala bi se naglasiti i pojačati uloga obrazovne institucije da potakne tih 9 % studenata da zauzmu pozitivan stav o preuzimanju obiteljskog posla, a da neki od ovih 24 % ispitanika počne razmišljati o tome da se uključi u poslovanje poduzeća koje su započeli njegovi roditelji ili netko iz generacija prije njih. Studente koji su već uključeni u rad obiteljskog poduzeća i one koji se spremaju preuzeti posao potrebno je obogatiti novim spoznajama i poticati ih da svaki segment znanja koji steknu na visokoobrazovnoj instituciji poistovjećuju sa svojim poduzećem i pokušaju naći primjenu u poduzeću koje jako dobro poznaju.

Kada se promatraju podatci kontrolne skupine, situacija je značajno drugačija. Naime, samo 18,75 % ispitanika čiji roditelji imaju nekakvo poduzeće razmišlja o preuzimanju obiteljskog posla, dok 43,75 % njih uopće ne razmišlja o tome. Ova činjenica može ići u prilog tezi da studenti čiji su roditelji poduzetnici i koji razmišljaju o preuzimanju obiteljskog posla radije upisuju studij poduzetništva nego neki drugi studij, dok studenti koji ne žele preuzimati posao koji su započeli njihovi roditelji upisuju neke druge studije, a u manjoj mjeri studije poduzetništva.

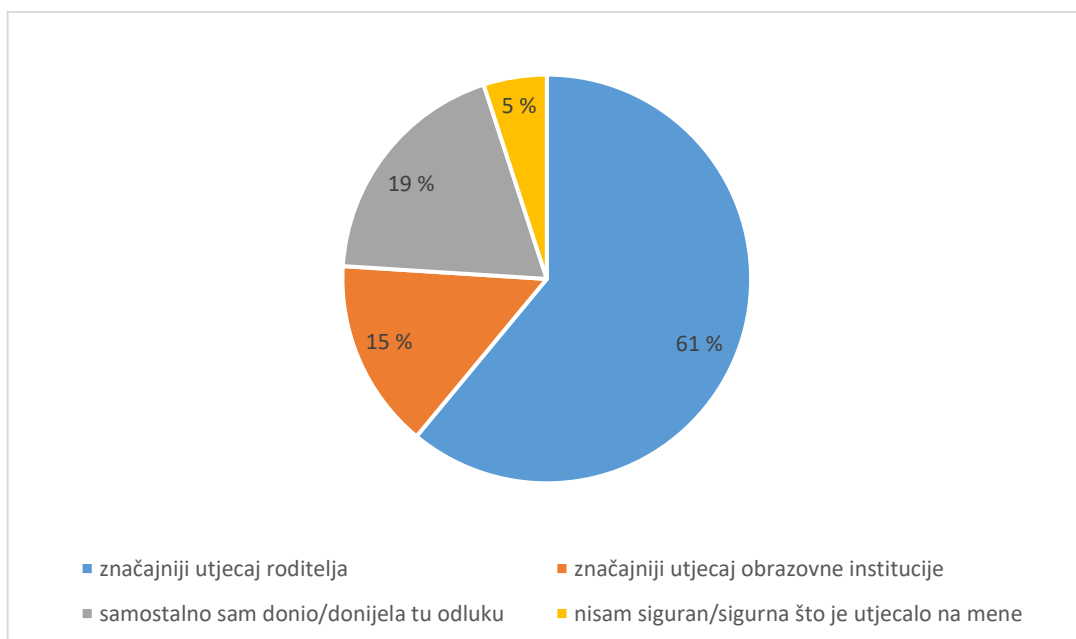
Slika 35: Ispitanici kontrolne skupine koji razmišljaju o preuzimanju posla ili su već preuzeli posao koji su započeli njihovi roditelji



Izvor: izrada autora

Sljedećim pitanjima od ispitanika se pokušao dobiti odgovor o tome tko je imao najznačajniji utjecaj na njihovu odluku da nastave posao koji su započeli njihovi roditelji.

Slika 36: Stav ispitanika o tome tko je na njih imao značajniji utjecaj na odluku da nastave posao koji su započeli njihovi roditelji



Izvor: izrada autora

Na slici 36 vidljivi su odgovori ispitanika koji svjedoče kako je u samo 15 % slučajeva obrazovna institucija imala značajniji utjecaj na njihovu odluku da nakon završetka studija nastave posao koji su započeli njihovi roditelji. U 61 % slučajeva odgovori ispitanika pokazuju značajniji utjecaj roditelja, što izravno dokazuje da obiteljsko nasljeđe ima presudan utjecaj na odluku o nasljeđivanju i nastavku vođenja ranije započetog poslovanja.

Kako bi se dodatno potkrijepila tvrdnja o jačem utjecaju roditelja ili utjecaju obrazovne institucije na preuzimanje posla koji su započeli roditelji studenata, a u skladu s time i procijenili utjecaj visokoobrazovne institucije, izvršit će se statistički test vjerojatnosti u binomnom uzorku. S obzirom na to da su prema ponuđenom pitanju ispitanici mogli dati četiri različita odgovora, za potrebe statističkog testa kreirati će se dva podskupa podataka i to na način da jedan podskup čine odgovori kojima ispitanici procjenjuju značajniji utjecaj roditelja, a drugi podskup čine odgovori kojima ispitanici procjenjuju značajniji utjecaj obrazovne institucije. Preostala dva odgovora, u kojima ispitanici procjenjuju da su samostalno donijeli tu odluku, odnosno da ne mogu procijeniti tko je u većoj mjeri na njih utjecao, izostavljamo iz statističkog testa jer je u oba slučaja zasigurno na njih netko imao značajniji utjecaj, no oni samostalno ne mogu procijeniti tko. Takvih je odgovora u ukupnom zbroju 24 %.

Sukladno navedenom, statistički test će se izvršiti na dva različita binomna uzorka, odnosno pitanja na koje su ispitanici mogli davati binome odgovore: značajniji utjecaj roditelja ili značajniji utjecaj obrazovne institucije.

Odgovori: roditelji - 61 (73,33 % udio u podskupu), obrazovna institucija - 15 (26,67 % udio u podskupu)

Statistički test: test vjerojatnosti u binomnom uzorku.

Hipoteza H0: Vjerojatnost odgovora *Roditelji*, $p = 0,5$

Hipoteza H1: Vjerojatnost odgovora *Roditelji*, $p \neq 0,5$

Rezultat statističkog testa pokazuje p-vrijednost $<0,001$, uz interval pouzdanosti od 0,64489 do 0,80991.

Zaključno, možemo ustvrditi da se uz nivo značajnosti $\alpha = 0,05$, odbija se hipoteza H0 (jer je p-vrijednost manja od α) te prihvaća H1.

Rezultat daje potporu tvrdnji da su kod ispitanika čiji su roditelji započeli obiteljski posao na odluku o želji za preuzimanjem obiteljskog posla statistički značajniji utjecaj imali njihovi roditelji u odnosu na obrazovnu instituciju.

Kod ispitanika kontrolne skupine taj pokazatelj je mnogo drastičniji jer su se ispitanici čiji roditelji imaju poduzeće i koji su iskazali interes za nastavkom poslovanja koje su započeli njihovi roditelji u 100 % slučajeva izjasnili da su presudan utjecaj na tu njihovu odluku imali roditelji, a nikako institucija u kojoj studiraju.

Ovaj rezultat u potpunosti dokazuje da je obiteljski faktor ipak presudan pri donošenju odluke o tome hoće li osoba čiji se roditelji bave nekom poduzetničkom aktivnošću nastaviti ranije započeto poslovanje ili to neće učiniti. Obrazovna institucija svoju ulogu dobiva kasnije jer se može zaključiti da se kod takvih studenata u većini slučajeva odluka o odabiru studija donosi prije upisa na fakultet. Od obrazovne institucije se očekuje stjecanje znanja za nastavak upravljanja i vođenja takvih poslovnih pothvata, bez obzira na to smatraju li ispitanici da ih je na dobivanje želje za preuzimanje obiteljskog posla u većoj mjeri potaknula obrazovna institucija, roditelji ili nešto treće.

Kako bi se moglo izmjeriti percepciju kvalitete znanja koja studenti dobivaju na obrazovnoj instituciji, bez obzira na to što ih je potaknulo na preuzimanje obiteljskog poduzeća, analizirat će se i usporediti ocjena o percepciji kvalitete stečenog znanja između studenata koji smatraju da su ih u većoj mjeri potaknuli roditelji i studenta koji smatraju da ih je u većoj mjeri potaknula obrazovna institucija.

U razmatranje se uzimaju medijan ocjena na pitanja o kvaliteti nastave i profesora i odgovaranje na pitanja. Pitanja su kreirana na način da ispitanici daju ocjene na Likertovoj ljestvici od 1 do 7 gdje 1 označava najmanje slaganje s tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje s tvrdnjama:

- 1. Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da razmišljam kreativno.*
- 2. Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da iznosim svoje ideje.*
- 3. Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da konkretiziram svoje ideje.*
- 4. Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram potiču me da sudjelujem u dodatnim aktivnostima izvan samog studiranja.*
- 5. Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram slušaju moje ideje.*
- 6. Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram uče me da je u redu raditi greške.*
- 7. Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli želju da pokrenete vlastiti pothvat?*
- 8. Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli dovoljno znanja da pokrenete vlastiti pothvat?*

Tablica 12: Mann-Whitney U-test usporedbe medijana između dvije skupine ispitanika

	A: Medijan ocjene kod studenata kod kojih je fakultet imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća (N = 17)	B: Medijan ocjene kod studenata kod kojih je fakultet NIJE imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća (N =103)	p-vrijednost Mann-Whitney U-testa usporedbe medijana u A i medijana u B	C: Medijan ocjene kod studenata koji NISU ili NE MOGU se priključiti u rad obiteljskog poduzeća.
Q12: Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da razmišljam kreativno.	5	5	Medijani jednaki	5
Q12: Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da iznosim svoje ideje.	6	5	0.3888	5
Q12: Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da konkretiziram svoje ideje.	5	5	Medijani jedanki	5
Q13: Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram potiču me da sudjelujem u dodatnim aktivnostima izvan samog studiranja.	5	4	0.1582	4
Q13: Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram slušaju moje ideje.	5	5	Medijani jedanki	4
Q13: Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram uče me da je u redu raditi greške.	6	5	0.4163	5
Q15: Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli želju da pokrenete vlastiti pothvat?	6	5	0.6625	5
Q16: Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada	5	4	0.7179	4

stekli dovoljno znanja da pokrenete vlastiti pothvat?				
---	--	--	--	--

Izvor: izrada autora

Mann-Whitney U-testom usporedbe medijana kod studenata kod kojih je fakultet imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća i medijana kod studenata kod kojih je fakultet nije imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća, dokazalo se sljedeće:

Ukoliko je tzv. p-vrijednost testa na temelju uzorka ispod nivoa značajnosti $\alpha=0,05$ možemo ustvrditi da je razlika statistički značajna.

Rezultati Mann-Whitney U-testa daju p-vrijednost (u svim situacijama kada su medijani različiti) veću od $\alpha=0,05$ te možemo ustvrditi da razlike nisu statistički značajne, što dokazuje da nema statistički značajne razlike u mišljenju o kvaliteti obrazovne institucije između studenata kod kojih je fakultet imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća i medijana kod studenata kod kojih je fakultet nije imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća.

Navedenim testom se dokazuje da u slučaju obiju skupina studenata obrazovna institucija ispunjava svoju ulogu na podjednak način i da na njihovu želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata obrazovna institucija nije imala presudan utjecaj.

Temeljem analiziranih podataka možemo zaključiti da se hipoteza br. 2 „*Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata*“ ne može prihvatiti.

Obiteljski utjecaj na želju za nastavkom upravljanja poduzetničkim pothvatom koji su započeli roditelji ili netko od daljnjih predaka i dalje ostaje presudan i najznačajniji faktor. U Republici Hrvatskoj roditelji su ključne osobe pri usmjeravanju studenata na izbor studija i u najvećoj mjeri o njima ovisi hoće li dijete razviti afinitete o nastavku preuzimanja poslovanja koje su oni započeli. Obrazovna institucija može ponuditi znanja i vještine kojima će eventualni nasljednici poduzeće voditi na jednako kvalitetan ili još bolji način. Jednako tako obrazovna institucija mora iznaći načine kako i te sadašnje studente motivirati da i oni potiču svoje nasljednike koji će taj obiteljski posao nastaviti voditi u sljedećim generacijama koje će doći iza njih.

7.7. H3: U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH

Hrvatsko gospodarstvo nejednako je razvijeno u različitim regijama. Ukoliko Republiku Hrvatsku teritorijalno promatramo prema regionalnoj samoupravi, odnosno prema županijama, razvidan je nejednaki stupanj gospodarskih aktivnosti od županije do županije. Grad Zagreb svakako je nositelj svih gospodarskih aktivnosti, a stupanj razvoja poduzetništva i gospodarstva je daleko iznad svih ostalih županija. S jedne strane, to može biti logično i razumljivo jer su sjedišta najvećih gospodarskih subjekata, što privatnih, što javnih, upravo u gradu Zagrebu i daju svoj doprinos u statističkim pokazateljima o stupnju razvijenosti. Jednako tako, u Gradu Zagrebu prema udjelu u ukupnom broju stanovnika živi više od $\frac{1}{4}$ stanovnika, što doprinosi većoj društvenoj, gospodarskoj i svim ostalim aktivnostima koje poboljšavaju životni standard. Prometna i svaka druga povezanost stavljaju Zagreb u povoljniji položaj u odnosu na druge regije. Mogućnosti za razvoj poduzetništva daleko su veće, stoga je i očekivano da je stupanj gospodarskog razvoja daleko veća nego u ostalim regijama.

Jedan dio županija na krajnjem istoku zemlje tijekom Domovinskog rata pretrpio je strašna razaranja, stoga je i gospodarstvo unazađeno u izrazito značajnoj mjeri. Ratna stradanja odnose se i na županije krajnjeg juga zemlje koje su također izgubile značajan dio gospodarstva, ali se zbog povoljnijeg geografskog položaja i blizine mora uspijevaju oporaviti na temelju propulzivnog turističkog sektora. Slabija prometna i infrastrukturna povezanost određenih županija svakako je razlog njihova slabijeg gospodarskog rasta u odnosu na druge županije koje taj problem nemaju. U situaciji kada je najbliži autocestovni prometni pravac udaljen 70 kilometara od županijskog središta, u startu su značajno umanjene šanse za bilo kakav pokušaj privlačenja investitora i pokretanja investicijskog ciklusa vlastitim snagama.

GEM istraživanja u svojoj analizi promatra čitav teritorij Republike Hrvatske po kriteriju geografsko-povijesnog poimanja regionalne strukture pa tako Hrvatsku promatra kroz šest regija (Singer i sur., 2018):

- Zagreb i okolica
- Slavonija i Baranja
- Sjeverna Hrvatska
- Lika i Banovina

- Istra, Primorje i Gorski kotar
- Dalmacija

GEM u svojoj analizi za 2018. godinu navodi da najintenzivniji rast poduzetničke aktivnosti pokazuju Dalmacija te Istra, Primorje i Gorski kotar, dok je najveći pad poduzetničke aktivnosti zabilježen u Lici i Banovini, gdje je i razina poduzetničke aktivnosti najniža, ali istovremeno se ostvaruje trend poboljšanja motivacijskog indeksa. Poduzetnička aktivnost u Zagrebu i okolici pada i od 2017. godine se pozicionira na 3. mjesto od šest regija u Hrvatskoj. Slavonija i Baranja pokazuju oscilacije na vrlo niskoj razini poduzetničke aktivnosti, dok se poduzetnička aktivnost u Sjevernoj Hrvatskoj drži oko prosjeka Hrvatske (Singer i sur., 2018).

Jedan od ciljeva rada je istražiti ima li gospodarska razvijenost područja s kojega dolaze studenti utjecaj na njihovu želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata. Istraživanjem se želi prikazati koliki utjecaj ima faktor razvijenosti mjereno prema razini bruto društvenog proizvoda na spremnost stanovnika da pokrenu vlastiti poslovni pothvat.

U tablici 14 prikazan je bruto domaći proizvod po županijama te po stanovniku u svakoj od županija.

Tablica 13: BDP po županijama za 2015. godinu

	BDP u tekućim cijenama u kuna	BDP po stanovniku u kunama
ZAGREBAČKA	19.917.445.000	62.890
KRAPINSKO-ZAGORSKA	6.760.633.000	52.405
SISAČKO-MOSLAVAČKA	9.438.368.000	58.777
KARLOVAČKA	7.441.597.000	60.932
VARAŽDINSKA	11.614.283.000	67.506
KOPRIVNIČKO- KRIŽEVAČKA	7.518.926.000	66.894
BJELOVARSKO- BILOGORSKA	6.359.237.000	55.868
PRIMORSKO- GORANSKA	28.363.686.000	97.177
LIČKO-SENJSKA	2.959.032.000	62.058

VIROVITIČKO- PODRAVSKA	3.593.049.000	44.528
POŽEŠKO-SLAVONSKA	3.394.826.000	46.119
BRODSKO-POSAVSKA	6.864.292.000	45.368
ZADARSKA	11.157.786.000	65.475
OSJEČKO-BARANJSKA	18.859.295.000	64.019
ŠIBENSKO-KNINSKA	6.582.334.000	63.095
VUKOVARSKO- SRIJEMSKA	8.044.874.000	47.446
SPLITSKO- DALMATINSKA	28.250.708.000	62.290
ISTARSKA	20.942.277.000	100.635
DUBROVAČKO- NERETVANSKA	9.976.403.000	81.554
MEĐIMURSKA	7.737.336.000	68.706
GRAD ZAGREB	113.198.655.000	141.379
UKUPNO	338.975.044.000	80.555

Izvor: www.hgk.hr/documents/bdp-po-zupanijama-u-2015-godini-final25ad8955342dfa.pdf
(13. 3. 2019.)

GEM istraživanja, u skladu s Odlukom Vlade Republike Hrvatske o razvrstavanju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti, od 2010. godine razvijenost na razini lokalnih jedinica prate se i kompozitnim indeksom razvijenosti (Singer i sur., 2018). Indeks razvijenosti za trogodišnje razdoblje 2018. - 2020. izračunat je kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti odabranih pokazatelja u određenom vremenskom razdoblju (2014. - 2016.): prosječni dohodak po stanovniku, prosječna stopa nezaposlenosti, prosječni izvorni prihod jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave po stanovniku, opće kretanja stanovništva i stupanj obrazovanosti stanovništva (tercijarno obrazovanje), indeks starenja.⁷⁹

⁷⁹ <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/dosadasnji-izracuni-indeksa-razvijenosti/3741> (2. 7. 2020.)

Prema tom indeksu utvrđeno je novo razvrstavanje županija u 4 skupine – 2 ispodprosječne i 2 iznadprosječne skupine:

- u I. skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u drugoj polovini ispodprosječno rangiranih jedinica područne (regionalne) samouprave
- u II. skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u prvoj polovini ispodprosječno rangiranih jedinica područne (regionalne) samouprave
- u III. skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u drugoj polovini iznadprosječno rangiranih jedinica područne (regionalne) samouprave
- u IV. skupinu jedinica područne (regionalne) samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u prvoj polovini iznadprosječno rangiranih jedinica područne (regionalne) samouprave.

Za potrebe rada i potvrđivanja hipoteze, kao pokazatelj razvijenosti pojedine županije, čitav teritorij Republike Hrvatske podijeljen je u četiri kategorije. Ukoliko je prosječni BDP po stanovniku za cijelu zemlju 80.555 HRK, onda možemo reći da postoje županije sa:

- visoko razvijenim gospodarstvom (BDP po stanovniku većim od 100.000 HRK)
- srednje visoko razvijenim gospodarstvom (BDP po stanovniku od prosječnog 80.555 HRK do 100.000 HRK)
- srednje nisko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku od 60.000 HRK do prosječnih 80.555 HRK)
- nisko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku niži od 60.000 HRK)

Tablica 14: Županije prema stupnju razvijenosti

visoko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku veći od 100.000 HRK)	srednje visoko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku od prosječnog 80.555 HRK do 100.000 HRK)	srednje nisko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku od 60.000 HRK do prosječnih 80.555 HRK)	nisko razvijena gospodarstva (BDP po stanovniku niži od 60.000 HRK)
Grad Zagreb	Primorsko-goranska	Zagrebačka	Bjelovarsko-bilogorska
Istarska Županija	Dubrovačko-neretvanska	Karlovačka	Požeško-slavonska
		Varaždinska	Brodsko-posavska
		Koprivničko-križevačka	Virovitičko-podravska
		Ličko-senjska	Vukovarsko-srijemska
		Zadarska	Krapinsko-zagorska
		Osječko-baranjska	Sisačko-moslavačka
		Šibensko-kninska	
		Splitsko-dalmatinska	
		Međimurska	

Izvor: izrada autora

Prema rezultatima istraživanja, ukoliko studente promatramo prema regiji, odnosno županiji iz koje dolaze, podatke o tome jesu li prije upisa na fakultet imali želju pokrenuti vlastiti poduzetnički pothvat i u kojoj mjeri su tu želju dobili tijekom studiranja, možemo vidjeti u tablici 16:

Tablica 15: Odnos ispitanika koji razmišljaju o pokretanju vlastitog poslovnog pothvata nakon završetka studija

županija	Jeste li prije upisa razmišljali o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?		Jeste li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?		Imate li trenutno poslovnu ideju za poduzetnički pothvat?	
	DA	NE	DA	NE	DA	NE
Grad Zagreb	72 %	28 %	86 %	14 %	67 %	33 %
Istarska županija	58 %	42 %	92 %	8 %	42 %	58 %
Primorsko-goranska	57 %	43 %	74 %	26 %	43 %	57 %
Dubrovačko-neretvanska	-	-	-	-	-	-
Međimurska	-	-	-	-	-	-
Varaždinska	33 %	67 %	56 %	44 %	33 %	67 %
Koprivničko-križevačka	52 %	48 %	79 %	21 %	55 %	45 %
Zadarska	62 %	38 %	57 %	43 %	28 %	72 %
Osječko-baranjska	57 %	43 %	72 %	28 %	44 %	56 %
Šibensko-kninska	51 %	49 %	55 %	45 %	43 %	57 %
Zagrebačka	50 %	50 %	88 %	12 %	50 %	50 %
Splitsko-dalmatinska	55 %	45 %	65 %	35 %	35 %	65 %
Ličko-senjska	40 %	60 %	64 %	36 %	20 %	80 %
Sisačko-moslavačka	37 %	63 %	53 %	47 %	37 %	63 %
Bjelovarsko-bilogorska	51 %	49 %	63 %	37 %	32 %	68 %
Krapinsko-zagorska	-	-	-	-	-	-

Vukovarsko-srijemska	59 %	41 %	68 %	32 %	51 %	49 %
Požeško-slavonska	45 %	55 %	65 %	35 %	50 %	50 %
Brodsko-posavska	52 %	48 %	66 %	34 %	38 %	62 %
Virovitičko-podravka	48 %	52 %	76 %	24 %	46 %	54 %

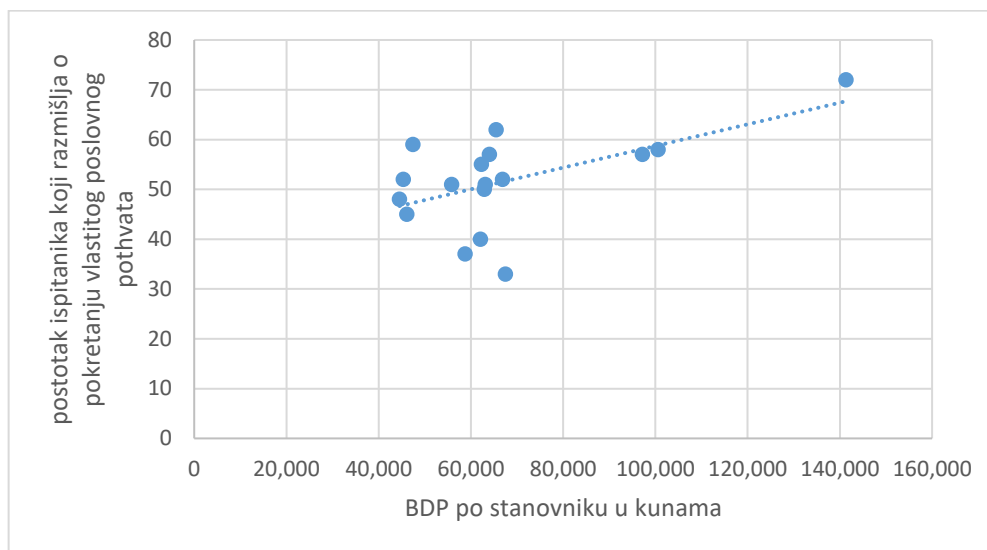
Izvor: izrada autora

Tablica 16 prikazuje odnos ispitanika sortiranih prema županijama iz koje dolaze te prema odgovorima na pitanje o tome jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poslovni pothvat i jesu li za vrijeme studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat. U istoj tablici možemo vidjeti i odgovore ispitanika o tome imaju li uopće kakvu poslovnu ideju kojom bi realizirali tu svoju želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata. Kako bi daljnji tijek analize bio što je moguće uspješniji, iz razmatranja smo zbog premalog broja ispitanika izostavili županije: Dubrovačko-neretvansku, Međimursku, Karlovačku i Krapinsko-zagorsku. Iz tih županija dolazio je premali broj ispitanika koji bi prikazivao realan i statistički značajan rezultat. Broj ispitanika iz svih ostalih županija bio je dovoljno visok, kako bi mogli govoriti o reprezentativnom uzorku.

Hipotezu možemo testirati Pearsonovim koeficijentom korelacije. Koeficijentom korelacije možemo dokazati povezanost između varijabli, u ovome slučaju korelaciju između razvijenosti županije iz koje dolaze ispitanici i njihove želje da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat. Ukoliko promatramo međuodnos između ispitanika po svakoj pojedinoj županiji te postotka onih koji su se izjasnili o tome da su prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat, Pearsonov koeficijent korelacije iznosi 0,56, što dokazuje stvarnu značajnu povezanost između ovih dvaju varijabli. Ovaj podatak izravno dokazuje da područje i okruženje iz kojega dolaze studenti prije upisa na fakultet ima utjecaj na želju o pokretanju vlastitog poslovnog pothvata pa se H3 može prihvatiti: „U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH.“

Navedena tvrdnja može se prikazati grafičkim prikazom na slici 37:

Slika 37: Regresijska analiza međuovisnosti između studenata koji su imali želju postati poduzetnici prije upisa na fakultet te razvijenosti županije iz koje dolaze

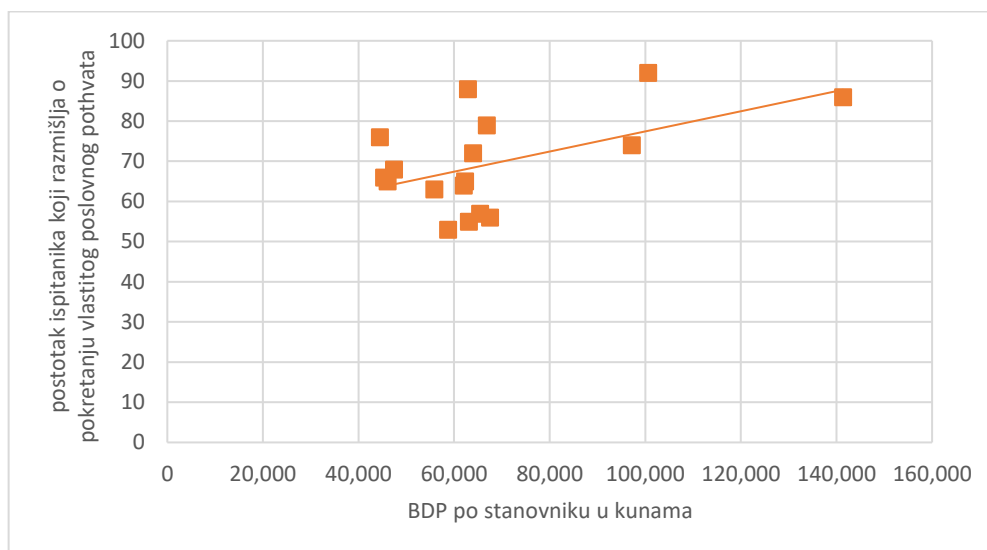


Izvor: izrada autora

Regresijska analiza pokazuje trend kretanja želje studenata da nakon završetka studija pokrenu vlastiti poslovni pothvat te stupnja gospodarske razvijenosti regije, odnosno županije iz koje dolaze.

Kada se tim istim ispitanicima postavi pitanje o tome jesu li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat, Pearsonov koeficijent korelacije i dalje pokazuje stvarnu značajnu povezanost ovih varijabli i iznosi 0,52, što i dalje dokazuje visoku zavisnost varijable o želji za pokretanjem poslovnog pothvata i županije iz koje studenti dolaze, međutim, u nešto manjoj mjeri, što ide u prilog dokazu H1 i pokazuje određeni utjecaj koji na studente ima obrazovna institucija i uistinu potiče želju studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat.

Slika 38: Regresijska analiza međuovisnosti između studenata koji su dobili želju postati poduzetnici za vrijeme trajanja studija te razvijenosti županije iz koje dolaze



Izvor: izrada autora

Kako bi utvrdili statističku značajnost koristit ćemo t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije. Ovim testom će se utvrditi postoji li statistički značajna korelacija između promatranih varijabli. Ukoliko rezultat testa, odnosno p-vrijednost iznosi $p < 0,05$, možemo ustvrditi da je međuodnos statistički značajan na nivou značajnosti $\alpha=0,05$ te da potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija

Tablica 16: t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije.

Analiza	Koeficijent korelacije R	p vrijednost	Statistička značajnost
Međuodnos između ispitanika po svakoj pojedinoj županiji te postotka onih koji su se izjasnili o tome da su prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat	0,56	0.018953	Statistički značajan koeficijent korelacije R na nivo značajnosti $\alpha=0,05$.
Međuodnos između ispitanika po svakoj pojedinoj županiji te postotka onih koji su se izjasnili o tome da su za vrijeme upisa	0,52	0,031896	Statistički značajan koeficijent

na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat			korelacije R na nivou značajnosti $\alpha = 0,05$.
---	--	--	---

Izvor: izrada autora

Rezultati t-testa potvrđuju da postoji statistički značajna korelacija između promatranih varijabli jer p-vrijednost iznosi 0,018953, tj. da je $p < 0,05$ što znači da je međudnos statistički značajan na nivou značajnosti $\alpha = 0,05$ te da potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija.

I u drugome slučaju, kako bi utvrdili statističku značajnost, koristio se t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije. Ovim testom utvrdilo se da postoji statistički značajna korelacija između promatranih varijabli jer p-vrijednost iznosi 0,031896, tj. da je $p < 0,05$ što znači da je međudnos statistički značajan na nivou značajnosti $\alpha = 0,05$ te da potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija.

Temeljem analiziranih podataka može se zaključiti sljedeće:

- Stupanj razvijenosti pojedine regije, mjereno prema razini bruto društvenog proizvoda koji se realizira na području županije iz koje dolaze studenti poduzetništva, u izravnoj je korelaciji sa željom tih studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat.
- Budući da veći broj potencijalnih poduzetnika postoji na već razvijenijim područjima, potencijalnom realizacijom njihovih poslovnih pothvata stupanj gospodarskog razvoja regije iz koje dolaze još više će porasti, stoga postoji realna opasnost da će se još više produbljivati već izražene nejednakosti u stupnju razvitka pojedinih regija.

Država svojim aktivnim mjerama gospodarske politike mora izravno utjecati na povećanje broja poduzetnika i poduzetničkih aktivnosti na nerazvijenim područjima ukoliko želi smanjiti nejednakost između razvijenosti pojedinih regija. Kako bi se smanjila nejednakost potrebno je razvijati regionalno profiliranu podršku, što se posebice odnosi na usluge potpornih institucija, kao što su savjetovanja, edukativni programi, mentorski programi i sl. (Singer i sur., 2018). Nužno je poticanje realizacije poduzetničkih pothvata osoba s gospodarski razvijenijih područja na nerazvijenijim područjima mjerama olakšica ili određenih poticaja kako bi se

smanjio rast nejednake brzine razvoja. Razvojem infrastrukture, od prometne do poduzetničke, potrebno je učiniti nerazvijena područja atraktivnijima za ulaganja već postojećih poduzetnika, kako stranih tako i domaćih. Permanentno se mora ulagati u obrazovanje, a posebice u obrazovanje za poduzetništvo koje može biti poluga bržeg rasta i razvoja pojedine regije, a u konačnici i čitave Republike Hrvatske.

7.8. PH1: Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.

Prilikom upisa na prvu godinu bilo kojeg studija, za očekivati je da studenti točno znaju ono što žele raditi u životu i da upisuju studij koji je u skladu s njihovim preferencijama i budućim karijerama. U skladu s time, prilikom upisa na prvu godinu studija ekonomije i poduzetništva od većine studenata očekuje se da imaju predodžbu o tome što bi željeli raditi nakon završetka studija, u skladu s ciljevima studija i studijskog programa koji upisuju. Na žalost, kako je i pokazalo istraživanje, kod značajnog broja ispitanika prije upisa na studij nije postojala namjera poduzetničkog djelovanja. S obzirom na to da svim studijskim programima i nije namjera poticati studenata da nakon završetka studija postanu poduzetnici, već potiču stvaranje poduzetnih pojedinaca koji će svoje karijere graditi i bez samostalne poduzetničke realizacije, a i kod takvih studenata se može očekivati da promišljaju o svojim namjerama poduzetničkog djelovanja. Zadatak obrazovne institucije, s obzirom na ciljeve poduzetničkog obrazovanja, je što je više moguće potaknuti poduzetničko razmišljanje te intenzivirati poduzetničke namjere studenata i u što većoj mjeri razvijati im znanja koja su potrebna za uspješno upravljanje svojim vlastitim poduzećem. Za očekivati je da studenti prije upisa na fakultet nemaju dovoljno znanja i sposobnosti za samostalno upravljanje poduzećem. Međutim, ukoliko obrazovna institucija na pravi način ispunjava svoju ulogu, to bi se sa svakom dodatnom godinom obrazovanja trebalo mijenjati. Usporedno sa znanjima, i želja za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata trebala bi rasti sa svakom višom godinom studija.

Cilj istraživanja je analizirati hipotezu da sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.

Kako bi podatci bili usporedivi i uistinu prikazivali trendove rasta ili smanjivanja želje sa svakom višom završenom godinom studiranja, sve ispitanike potrebno je razdvojiti u skupine preddiplomskih i diplomskih studija. Razlog tomu leži u činjenici da pojedini studenti preddiplomskog studija ne žele nastaviti studirati na diplomskom studiju i nakon završene tri

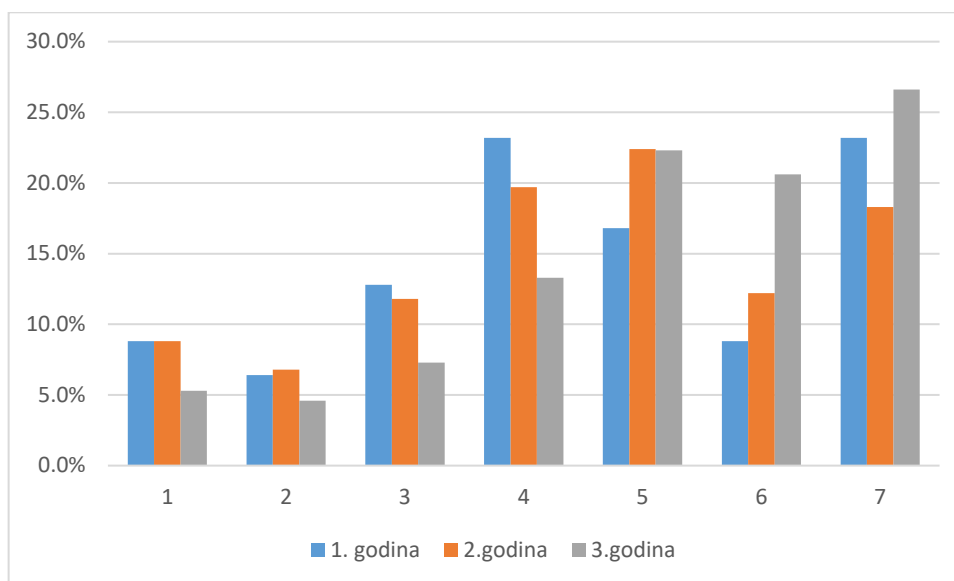
godine smatraju da imaju dovoljno znanja i želje za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata, ukoliko je to bio cilj obrazovne institucije koju su završili. Upravo oni najmotiviraniji za zapošljavanje ili za pokretanje poduzetničkog pothvata završavaju svoje obrazovanje i ne upisuju diplomatske studije. Ljudi s višom razinom obrazovanja češće vide prilike, uvjereniji su da imaju potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata, bolje su umreženi s poduzetnicima i namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat u naredne 3 godine (Singer i sur., 2019). Iz navedenog razloga u istraživanju mjerimo njihov rast intenziteta želje tijekom prve tri godine studiranja.

S druge strane, diplomski studij moguće je upisati ne samo izravno nakon preddiplomske razine iz područja ekonomije, poduzetništva ili menadžmenta, već i nakon završenih studija iz područja nekih drugih grana znanosti uz polaganje razlikovnih ispita, ovisno o instituciji. Upravo iz tog razloga nije moguće očekivati da će svi studenti biti motiviraniji za pokretanje poduzetničkog pothvata u odnosu na studente koji su godinu ranije završili preddiplomsku razinu studija poduzetništva. Jednako tako pretenciozno je očekivati da će takvi studenti imati i istu razinu znanja o poduzetništvu kao oni studenti koji su prethodne tri godine studirali poduzetništvo. To je razlog iz kojega se diplomatska razina mora promatrati zasebno te mjeriti utjecaj obrazovnih institucija na takve studente tijekom dviju godina studiranja. Ukoliko postoji napredak u razini želje i napredak u razini znanja koje su ostvarili takvi studenti promatrajući te dvije godine, možemo ustvrditi da je obrazovna institucija postigla svoju zadaću, ovisno o ciljevima svog programa: razumjeti poduzetništvo, biti poduzetan ili biti poduzetnik.

U anketnom upitniku zatraženo je od ispitanika da na Likertovoj skali od 7 stupnjeva ocijene razinu želje koju su u vrijeme studija stekli za pokretanjem svog vlastitog poslovnog pothvata nakon završetka studija. U odgovorima na pitanje ocjena 1 označavala je najmanju razinu želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata, a ocjena 7 najveću razinu želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata.

Ukoliko promatramo preddiplomsku razinu, rezultati su bili sljedeći:

Slika 39: Razina želje za pokretanjem poslovnog pothvata kod studenata s obzirom na godinu studiranja na preddiplomskom studiju



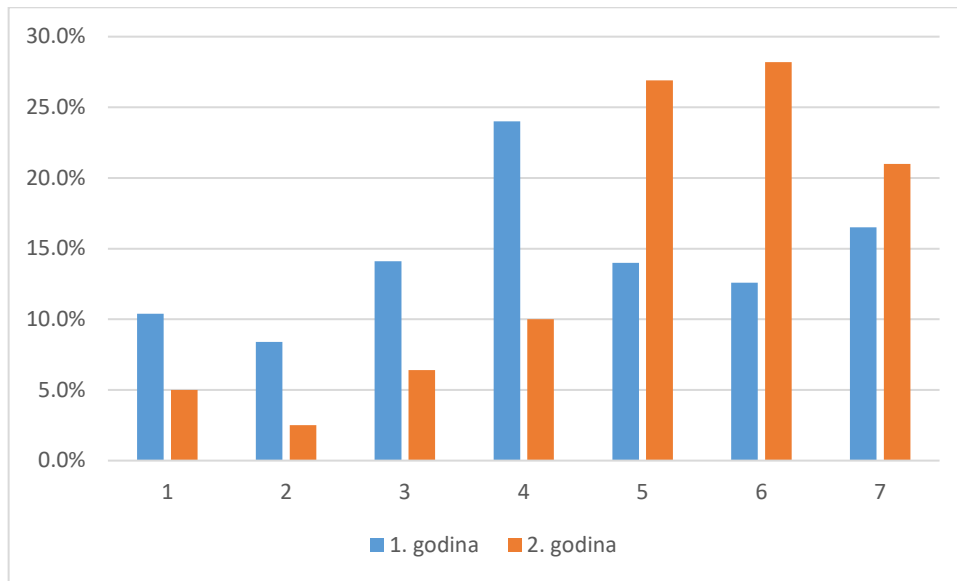
Izvor: izrada autora

Iz navedenog prikaza vidljiv je trend porasta želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata sa svakom višom godinom studiranja. Ocjenom 6 i 7 kao najvišom razinom želje u najvećoj mjeri su ocijenili studenti treće godine, što i je konačni cilj obrazovne institucije da na kraju ljetnog semestra postigne da najveći broj studenata treće godine bude motiviran i spreman uhvatiti se u koštac s tržištem rada ili su uhvatiti u koštac s izazovima koje donosi poduzetništvo.

Ukoliko iste podatke analiziramo Pearsonovim koeficijentom korelacije i promatramo korelaciju između godine studiranja na kojoj se studenti nalaze te njihove procjene o razini želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata, on iznosi 0,67 što dokazuje stvarnu značajnu povezanost između promatranih varijabli.

Ukoliko analiziramo podatke o odgovorima ispitanika s diplomske razine, rezultati su sljedeći:

Slika 40: Razina želje za pokretanjem poslovnog pothvata kod studenata s obzirom na godinu studiranja na diplomskoj razini studija

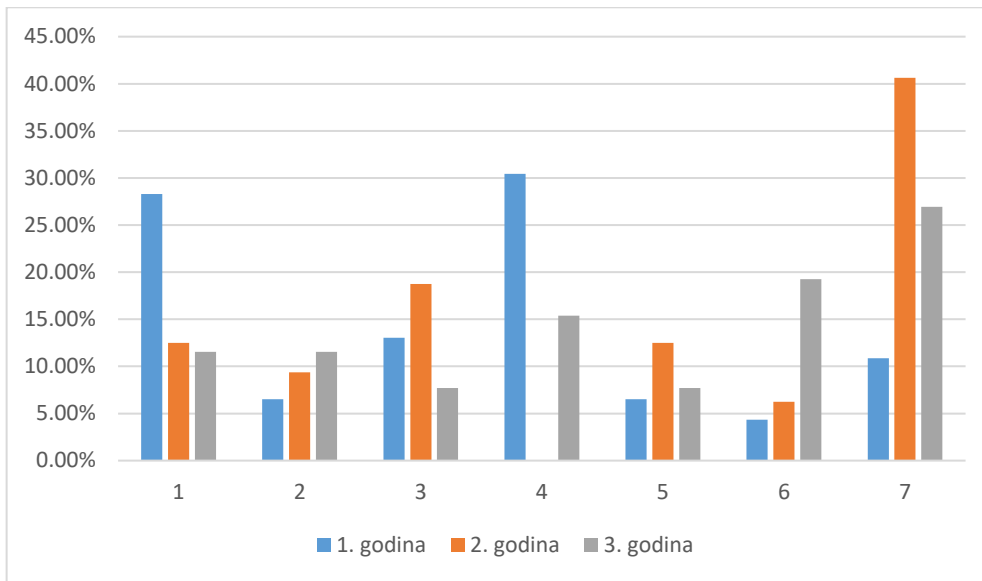


Izvor: izrada autora

I u ovome slučaju možemo vidjeti značajno povećanje razine želje kod studenata druge godine diplomskog studija u odnosu na studente prve godine diplomskog studija. Ovdje je vidljivost još izraženija jer su studenti druge godine ocjenama 5, 6, i 7 značajno više puta ocijenili svoju želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata nakon završetka studija. Navedeni odgovori mogu se protumačiti činjenicom da se, u odnosu na preddiplomsku razinu, ovdje radi o zrelijim i starijim osobama koje u značajnijoj mjeri znaju svoje ciljeve i na jasniji način mogu argumentirati svoje stavove. Pearsonov koeficijent korelacije u ovome slučaju iznosi 1, što pokazuje vrlo visoku povezanost između promatranih varijabli.

Ukoliko promatramo odgovore ispitanika kontrolne skupine i povećanje razine želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata, možemo vidjeti da odgovori pokazuju trend rasta, no ne u tolikoj mjeri kao kod studenata koji studiraju poduzetništvo. Osobito je vidljiva niska razina želje kod studenata prve godine, što ide u prilog tezi da studije poduzetništva upisuju studenti koji već imaju određeni intenzitet želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata u usporedbi sa studentima koji ne upisuju studij poduzetništva.

Slika 41: Razina želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata kod studenata u kontrolnoj skupini s obzirom na godinu studiranja na preddiplomskoj razini studija

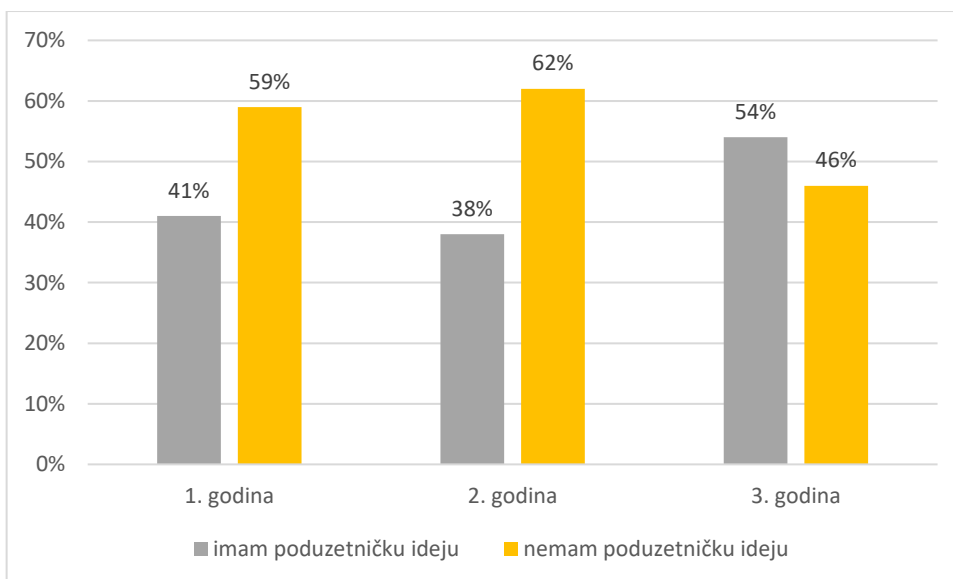


Izvor: izrada autora

Kako bi dodatno potvrdili hipotezu, u istraživanju se išlo korak dalje pa je jedno od pitanja glasilo: *Imate li trenutno kakvu poslovnu ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat?*

Odgovori studenata preddiplomskih studija su sljedeći:

Slika 42: Odgovori ispitanika preddiplomske razine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat

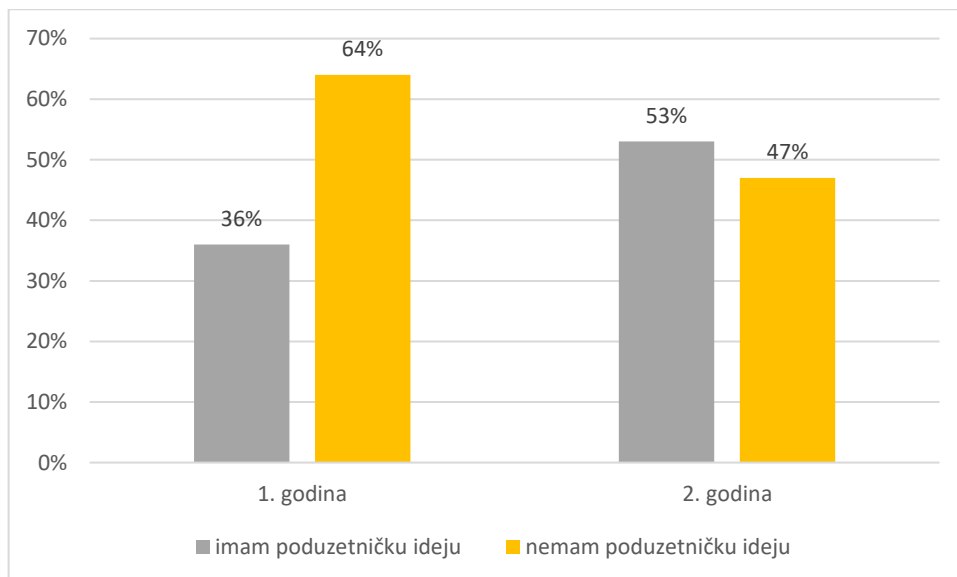


Izvor: izrada autora

Na slici je vidljiv rast postotka ispitanika koji imaju poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat. Kod studenata treće godine vidljiv je najveći broj onih koji imaju ideje, što pokazuje da se za vrijeme studija studente potiče da razmišljaju o kreiranju poduzetničkih ideja, da promišljaju o tome što žele raditi nakon završetka studija te da pokušavaju uočiti poduzetničke prilike. Ovo je svakako dobar pokazatelj koji ide u prilog poticanju poduzetništva te nastojanjima realizacije što je više moguće novih startupova koji tek čekaju na svoju realizaciju u budućim razdobljima.

Slična situacija ponavlja se i kod studenata diplomske razine:

Slika 43: Odgovori ispitanika diplomske razine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat

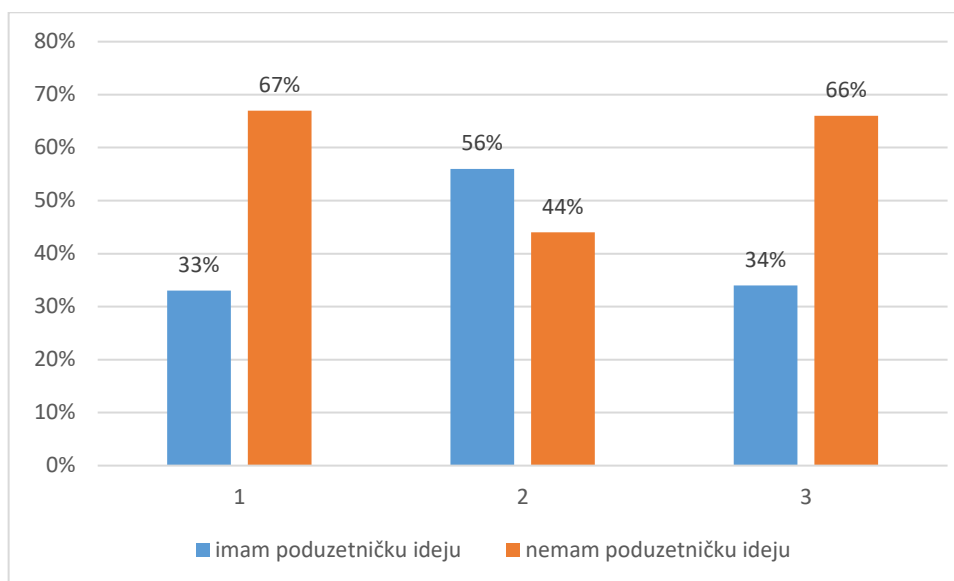


Izvor: izrada autora

Trend pokazuje i rast u broju onih koji imaju poslovne ideje na drugoj godini diplomskog studija u odnosu na studente prve godine diplomskog studija.

Ukoliko promotrimo odgovore ispitanika kontrolne skupine na pitanje imaju li trenutno kakvu poduzetničku ideju, vidljiv je rast u drugoj godini, a zatim pad u trećoj godini, što može implicirati da studenti i ostalih studija razmišljaju o poduzetničkim idejama, ali to razmišljanje nije izravno uvjetovano godinom na kojoj studiraju ili utjecajem obrazovne institucije.

Slika 44: Odgovori ispitanika preddiplomske razine kontrolne skupine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poduzetnički pothvat



Izvor: izrada autora

Provedenom analizom prikupljenih podataka možemo zaključiti sljedeće:

- Značajan dio studenata koji upisuju studije poduzetništva i prije upisa na studij imaju određenu razinu motivacije da postanu poduzetnicima nakon završetka svog studiranja.
- Značajan dio studenata (koji pri upisu na studij poduzetništva nisu imali ni želju ni motivaciju postati poduzetnici, a studij su upisali iz nekih drugih razloga) za vrijeme svojega studiranja motivaciju za postizanje poduzetničkih pothvata je dobio upravo zahvaljujući obrazovnoj instituciji koja ih je motivirala i kod njih poticala takva nastojanja.
- Sa svakom višom godinom studiranja studenti s pomoću obrazovanja sve više promišljaju o vlastitim poduzetničkim idejama, a što se obrazovanje bliži svome kraju, sve je veći broj tih ideja koje su na određeni način spremne da ih se realizira u stvarne poslovne pothvate.

Prema navedenom može se ustvrditi da se hipoteza PH1: „Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik“ može prihvatiti.

7.9. Interpretacija rezultata i ograničenja empirijskog istraživanja

Na osnovu podataka dobivenih primarnim istraživanjem u svrhu izrade predmetne disertacije provedene su različite statističke analize kako bi bilo moguće donijeti odluku o prihvatanju ili odbacivanju postavljenih hipoteza istraživanja.

H1: Obrazovna institucija značajno potiče želju studenta da se nakon završetka studija pokrene poslovni pothvat.

Hipoteza H1 se prihvaća. Prema prvome testu i analiziranim dobivenim podacima udio ispitanika koji su prije upisa na fakultet imali želju pokrenuti vlastiti poslovni pothvat bio je relativno visok, što upućuje na činjenicu da studenti koji upisuju ekonomiju i poduzetništvo u većini slučajeva imaju neku predodžbu što žele raditi nakon završetka studija, a značajan dio njih upravo želi pokrenuti i voditi svoj vlastiti poduzetnički pothvat. Kada se izvrši analiza u binomnom uzorku ovih podataka, dolazimo do činjenice da takav odgovor nije statistički značajan i da se može prepustiti slučajnosti. Nakon što su se istim testom analizirali odgovori na pitanja o tome jesu li tijekom studiranja počeli razmišljati o pokretanju i vođenju vlastitog poslovnog pothvata, broj onih koji su dobili želju za tim, a koje je potaknula obrazovna institucija, postaje izrazito visok. Analiza binomnog uzorka koja kaže da je taj postotak statistički značajan i da nije nikako predmet slučajnosti izravno dokazuje hipotezu H1.

Nadalje, kao dodatna potvrda iste hipoteze, željelo se utvrditi intenzitet i smjer utjecaja obrazovne institucije na želju studenata i intenzitet poticaja koje dobivaju od institucije, ali i od profesora koji im predaju pojedine kolegije koji su ključni dijelovi te institucije. Medijan akumulirane ocjene na postavljena pitanja je pokazao statistički značajnu vrijednost. Rezultat daje potporu tvrdnji da fakultet i profesori poticajno djeluju na stavove studenata na način da ih potiču na kreativno razmišljanje te da iznose i konkretiziraju svoje ideje, što djeluje poticajno na smjer i intenzitet želje i stavova studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat, odnosno nastave posao koji su započeli njihovi roditelji.

U skladu s time željela se dobiti i potvrda o kvaliteti znanja koje studenti percipiraju dobivenim od obrazovne institucije, što dodatno potiče intenzitet njihove želje za pokretanjem poslovnog pothvata. Medijan akumulirane ocjene na postavljena pitanja uz visok nivo statističke značajnosti daje potporu tvrdnji da studenti procjenjuju da im obrazovna institucija daje potrebna znanja za pokretanje i upravljanje vlastitim poslovnim pothvatom.

H2: Kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti, obrazovna institucija ostvaruje značajniji utjecaj o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata.

Hipoteza H2 se ne prihvaća. Prema dobivenim podacima i analizom intenziteta utjecaja obitelji i intenziteta utjecaja ostalih faktora na želju studenta da nastavi posao koji su započeli njegovi roditelji ili neke od ranijih generacija predaka, u najvećem broju slučajeva ispitanici su se izričito izjasnili da su roditelji bili presudan faktor prilikom njihove odluke.

Kako bi istražili odnose očekivanja i dobivenih znanja studenata čiji su roditelji poduzetnici i dodatno testirali hipotezu, izvršila se usporedba o kvaliteti znanja koju, smatraju da dobivaju studenti koji do sada nisu imali nikakav doticaj s poduzetništvom i studenata čiji su roditelji poduzetnici. U tu svrhu korišten je Mann-Whitney U-test usporedbe medijana kod studenata kod kojih je fakultet imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća i medijana kod studenata kod kojih je fakultet nije imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća. Rezultati U-testa daju zaključiti da razlika nije statistički značajna, što dokazuje da nema statistički značajne razlike u mišljenju o kvaliteti obrazovne institucije između studenata kod kojih je fakultet imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća i medijana kod studenata kod kojih je fakultet nije imao najveći utjecaj na odluku o uključivanju u rad obiteljskog poduzeća. U slučaju obiju skupina studenata obrazovna institucija ispunjava svoju ulogu na podjednak način i da na njihovu želju za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata obrazovna institucija nije imala presudan utjecaj.

H3: U gospodarski razvijenijim područjima Republike Hrvatske značajniji je postotak studenata koji imaju želju nakon studija postati poduzetnici u odnosu na studente koji studiraju na slabije razvijenim područjima RH

Hipoteza H3 se prihvaća. Pearsonovim koeficijentom korelacije dokazana je povezanost između varijabli, u ovome slučaju korelaciju između razvijenosti županije iz koje dolaze ispitanici i njihove želje da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat. Za ispitanike po svakoj pojedinoj županiji i postotku onih koji su se izjasnili o tome da su prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat, Pearsonov koeficijent korelacije iznosi 0,56 što dokazuje stvarnu značajnu povezanost između ovih dviju varijabli. Kako bi utvrdili statističku značajnost, koristio se t-test za signifikantnost koeficijenta

korelacije. Ovim testom utvrdilo se da postoji statistički značajna korelacija između promatranih varijabli jer p-vrijednost iznosi 0,018953, tj. da je $p < 0,05$, što znači da je međudnos statistički značajan na nivou značajnosti $\alpha = 0,05$ te potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija.

Za ispitanike po svakoj pojedinoj županiji i postotka onih koji su se izjasnili o tome da su za vrijeme upisa na fakultet počeli razmišljali o pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata, Pearsonov koeficijent korelacije iznosi 0,52, što također dokazuje stvarnu značajnu povezanost između ovih dviju varijabli.

Kako bi utvrdili statističku značajnost, i u ovome slučaju koristio se t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije. Ovim testom utvrdilo se da postoji statistički značajna korelacija između promatranih varijabli jer p-vrijednost iznosi 0,031896, tj. da je $p < 0,05$, što znači da je međudnos statistički značajan na nivou značajnosti $\alpha = 0,05$ te da potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija.

Za prikaz međudnosa koeficijenata korelacije korištena je regresijska analiza kako bi se utvrdili smjer i funkcija međudnosa.

Dodatno je izrađen t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije kojim se utvrđuje postoji li statistički značajna korelacija između promatranih varijabli. Korišteni t-test je pokazao da je korelacija statistički značajna te da potvrđuje međuzavisnost varijable o visini bruto nacionalnog proizvoda po glavi stanovnika županije iz koje studenti dolaze i želje da pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat nakon završetka studija.

PH1: Sa svakom višom završenom godinom studija značajno veći broj studenata ima želju postati poduzetnik.

PH1 se prihvaća. Kako bi podatci bili usporedivi i uistinu prikazivali trendove rasta ili smanjivanja želje sa svakom višom završenom godinom studiranja, ispitanici su razdvojeni u dvije skupine: skupinu studenata preddiplomskih studija te skupinu studenata diplomskih studija. Za studente preddiplomskih studija Pearsonovim koeficijentom korelacije u korelaciji između godine studiranja na kojoj se studenti nalaze te njihove procjene o razini želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata, dokazana je stvarna značajnu povezanost između promatranih varijabli. Jednako tako za sve studente diplomskih studija Pearsonovim je

koeficijentom korelacije, u korelaciji između godine studiranja na kojoj se studenti nalaze te njihove procjene o razini želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata, dokazana stvarna značajna povezanost između promatranih varijabli. Sa svakom višom godinom studiranja studenti kroz obrazovanje sve više promišljaju o vlastitim poduzetničkim idejama i o tome da se nakon završetka studija upuštaju u vlastite poslovne pothvate, a što se obrazovanje bliži svome kraju sve je veći broj tih ideja koje su na određeni način spremne za realizaciju u stvarne poslovne pothvate.

7.9.1. Ograničenja empirijskog istraživanja

Pri analizi utjecaja visokoobrazovnih institucija koje su svoje programe usmjerile na poticanje i razvoj poduzetništva na želju studenata da nakon završetka studija pokrenu svoj vlastiti poslovni pothvat, odnosno da nastave upravljati pothvatom koji su započeli njihovi roditelji naišlo se na nekoliko ograničenja. Glavni nedostaci provedenog istraživanja se mogu sažeti u tri glavne točke:

- Nalazi su valjani te reprezentativni za analizirani uzorak ispitanih studenata, međutim, nalaze nije moguće generalizirati za sve studente koji studiraju na svim sveučilištima, veleučilištima i visokim školama općenito, ali se zbog veličine uzorka mogu smatrati indikativnima za studente Republike Hrvatske.
- Ispitanici kontrolne skupine su isključivo s jednog visokog učilišta s geografski manjeg područja, tako da rezultati nisu usporedivi za hipotezu H2 koja je uvjetovana geografskim područjem koje obuhvaća prostor cijele Republike Hrvatske.
- Na nekim visokim učilištima postotak odgovora ispitanika bio je izrazito visok, čak i preko 90 % gdje je ispitivanje organizirao nastavnik, a anketni upitnici su se popunjavali dok su svi studenti bili prisutni, uglavnom prije ili nakon nastave i predavanja. Na nekim visokim učilištima postotak odgovora bio je vrlo nizak jer je ispunjavanje ankete ponuđeno studentima na način da ispune *on line* anketu u Google formsu, što ostavlja prostor da anketu ispunjavaju samo oni visokomotivirani studenti za ovu tematiku.
- U ispitivanju je sudjelovalo 9 visokoobrazovnih institucija od kojih je 8 visokih škola ili veleučilišta, dok je jedini sveučilišni studij Ekonomski fakultet u Osijeku, pa je za

pretpostaviti kako se radi o nešto drugačijim programima, metodama i pristupima samom obrazovanju i metodama poučavanja.

- Važno je napomenuti da svi studiji poduzetništva nemaju za cilj naučiti studente kako biti poduzetnik i stvarati isključivo poduzetnike. Cilj poduzetničkog obrazovanja se promatra kroz tri dimenzije: naučiti razumjeti poduzetništvo, naučiti biti poduzetan i naučiti biti poduzetnik, stoga je pretenciozno zaključiti da će svi studenti iskazivati namjeru poduzetničkog djelovanja nakon završetka obrazovnog programa poduzetništva.

7.10. Prijedlozi za buduća istraživanja

Sustavnom analizom relevantne literature i provedenim istraživanjem u sklopu doktorske disertacije dolazi se do novih spoznaja u razumijevanju edukacije i motivacije studenata kako bi nakon završetka studija dobili želja za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata, odnosno nastavili posao koji su započeli njihovi roditelji. Međutim, otvorena su brojna pitanja koja mogu činiti prijedloge za buduća nova istraživanja: koji su to dodatni motivi koji pokreću studente da intenziviraju buduće poduzetničke namjere, kakvi su poduzetnički stavovi i namjere studenata drugih visokih učilišta koji ne studiraju poduzetništvo i mogu li se i takvi studenti poticati na pokretanje vlastitih poduzetničkih pothvata nakon završetka studija i sl.

Koje su to mjere koje mogu poduzeti kreatori gospodarske politike u Republici Hrvatskoj koji bi potaknuli studente poduzetništva da se u većoj mjeri odlučuju na pokretanje vlastitog poslovnog pothvata nakon završetka studija, barem onih studijskih programa koji imaju za osnovni cilj stvaranje budućih poduzetnika? Koji su motivi i motivatori koje bi mogle koristiti visokoobrazovne institucije kako bi dale dodatan poticaj studentima da se u većoj mjeri odluče na pokretanje vlastitih poslovnih pothvata nakon završetka studija? Kakve su mogućnosti stjecanja poduzetničkih kompetencija u okviru hrvatskog obrazovnog sustava na svim razinama obrazovanja, ne samo putem obrazovanja za poduzetništvo, već uvođenjem kolegija poduzetništva i na drugim studijima kako bi se potaknulo pojedince da budu poduzetni, bez obzira na to hoće li se njihova karijera realizirati vlastitim poduzetničkim pothvatima ili na neke druge načine? Pitanja su to koja bi zahtijevala daljnju analizu i mogu biti predmetom nekih budućih istraživanja.

8. ZAKLJUČAK

U Republici Hrvatskoj među četiri osnovne sastavnice rasta koji čine kapital, ljudi, organizacija te produktivnost društva (Samuelson, Nordhaus, 2011) ne nedostaje jedino kapital. Organizacija društva bila je i ostala problematična s obzirom na nedostatak adekvatne obrazovne strukture. U novije vrijeme i nedostatak radne snage upravo je počeo biti ograničavajući čimbenik. Neka od rješenja svakako mogu biti stvaranje povoljnijih uvjeta za imigraciju, posebice povratak iseljenih kadrova, no unaprjeđivanje obrazovnog sustava te produciranje novih stručnjaka s poduzetničkim predznakom otvorit će prostor stopama rasta koje gospodarstvo mogu vratiti na put blagostanja i prosperiteta. Stalno ulaganje u vrhunsku tehnologiju i visokokvalificirane stručnjake potencijal su za daljnji rast i razvoj.

Budućnost visokoobrazovnih institucija koje u svojim programima stavljaju naglasak na poduzetničku edukaciju moraju staviti naglasak na osposobljavanje pojedinaca kako da razvijaju i implementiraju svoje ideje. Jednako tako, budućnost svih ostalih visokoobrazovnih institucija, iz svih ostalih grana znanosti, trebala bi biti stvaranje poduzetnih pojedinaca jer je sposobnost poduzetnog djelovanja u mnogim situacijama i kontekstima prepoznata kao vrlo važna za svakog pojedinca (Pittaway, Cope, 2007). Odnosno, kako to Arndt Lautenschläger (2011) sažima u četiri preporuke:

1. Obrazovni sustav treba se usredotočiti na njegovanje kreativnosti pojedinaca, kao i na otvoreno i kritičko mišljenje. Nastavni planovi i programi moraju osposobiti studente kako prepoznati problem i usmjeriti aktivnosti na rješavanje problema. Visoko obrazovanje treba osloboditi prostor za kreativno razmišljanje i samostalni rad. Visokoobrazovne institucije moraju pomoći u razvijanju osobina kao što su kreativnost, povjerenje i ustrajnost, što je imperativ za svakog pojedinca, a posebice za poduzetnika.
2. Potrebna je promjena u nastavnim metodama. Fokus ne bi trebao biti samo na olakšavanju znanja o otvaranju i vođenju poduzeća, nego na pristupu studentima kako stjecati takvo znanje i kako vježbati takve sposobnosti. Stoga bi predavanja o poduzetništvu trebala biti pravilo, a ne iznimka u sveučilišnom obrazovanju. Sve dok svaki pojedinac ima mogućnost prikupljanja informacija s interneta ili iz knjižnice, nastavnik više ne bi trebao imati ulogu pukog iznošenja činjenica iza katedre. Visoko obrazovanje treba pretvoriti učenike u aktivne učenike. To obuhvaća eksperimentalno i iskustveno okruženje koje omogućuje metode pokušaja i pogreške, i na taj način olakšava studentima da otkriju raznolikost poduzetničkih iskustava koja im omogućuju holistički rast.

3. Poznavanje poduzetničkih znanja o stvaranju i upravljanju poduzećem i dalje ostaje imperativ, a sve znanje povezano s time i dalje ostaje važno. Činjenice o poduzetničkom procesu i dalje imaju važnu ulogu u visokom obrazovanju. Međutim, to ne zahtijeva poseban studij. Važne činjenice o poduzetništvu trebale bi biti obuhvaćene standardnim obrazovanjem za poslovno upravljanje i ne bi se trebale tretirati kao nešto izvanredno. U prilog tome ide i činjenica da se danas poduzetničko razmišljanje i djelovanje ne očekuje samo od osnivača tvrtke, nego i od zaposlenika i menadžera postojećih poduzeća, koja se još naziva i „Intrapoduzetništvo“.
4. Postoje naznake da se vjerojatnost uspjeha poslovnih pothvata može poboljšati promicanjem poduzetničke samo-kompleksnosti. Poznato je da su programi poduzetničke edukacije limitirani i nemaju nikakvog efekta ako kod studenata nedostaje interes, intencionalnost i želja za pokretanjem poduzetničkog pothvata. Iz tog razloga potrebno je vrlo rano istražiti poduzetnički potencijal osoba, i to mnogo prije nego što pojedinci uđu na visokoobrazovne institucije. To omogućuje, s jedne strane, usmjeravanje obrazovnih napora prema onima koji su spremni započeti pothvat. S druge strane, dopušta selektivan pristup poduzetništvu orijentiranih ljudi na visoko obrazovanje kako bi se, što je moguće više, izoštrio njihov potencijal kao osnivača poduzeća, a samim time i povećale šanse za daljnji uspjeh. (Lautenschläger, 2011)

Kada se govori o obrazovanju poduzetnika, možemo zaključiti da je poduzetništvo vještina koja se može naučiti. Međutim, naučiti ga žele osobe koje imaju određene karakteristike koje se stječu rođenjem ili odgojem od najranijeg djetinjstva (kao i u slučajevima kada se radi o dobrom majstoru zidaru, stolaru, keramičaru). Sve su to vještine koje se mogu naučiti, ali vrhunski majstori mogu postati osobe koje imaju spretne ruke, finoću u rukama, maštu i želju s kojom se trebaju roditi jer ih nijedna edukacija na svijetu to nikad neće naučiti.

Faktori koji su presudni da netko postane poduzetnik su izrazito brojni i na njih utječe izrazito veliki broj podražaja iz okoline, od najranijeg djetinjstva pa tijekom cijelog života. Svi oni kumulativno determiniraju nečije ponašanje, ali se mora dogoditi ključan trenutak ili „okidač“ koji će „gurnuti“ osobu da uistinu postane poduzetnik.

Empirijsko istraživanje je dokazalo da visokoobrazovne institucije mogu dati svoj doprinos da budu taj „okidač“ i da u mladoj osobi pobude želju da uistinu i postane poduzetnik nakon završetka studija. Jednako tako, dokazano je da će takve institucije kod studenata kod kojih su determinante iz okruženja određene kao prediktor poduzetničkog ponašanja imati snažniji utjecaj od onoga koje ima samo obrazovna institucija. Bez obzira na to radi li se tu o obitelji poduzetnika ili gospodarskom okruženju u kojemu je mlada osoba provela svoj život.

9. LITERATURA:

Acs, Z. J. (1996): Small Firms and Economic Growth, Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing Ltd.

Alverz, S. A., Barney, J.B. (2014): Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation, Entrepreneurship Theory and Practice Vol. 38, No. 1, str. 159-184.

Applegate, J. (1994): Keep your firm in the family. Money, 23, str. 88-91.

Aspin, D., Chapman, J. (2001): Lifelong learning: concepts, theories and values, SCUTREA, 31st Annual Conference, 3-5 July 2001, University of East London.

Autio, E., & Parhankangas, A. (1998): Employment Generation Potential of New, Technology-Based Firms During a Recessionary Period: The Case of Finland. Small Business Economics, 11(2), 113-123 doi:10.1023/A:1007941801303

Ayers, W.M. (1997): MIT: The impact of innovation, Bank Boston Economics Department Special Report, Boston.

Bahtijarević-Šiber, F., Sikavica, P., Pološki Vokić, N. (2008): Suvremeni menadžment, Školska knjiga, Zagreb.

Bajo, A., Zuber, L., Primorac, M. (2017): Uspješnost financijskog poslovanja poduzeća (trgovačkih društava) u vlasništvu države, Fiscus, Institut za javne financije, Zagreb.

Baković, T., Ledić-Purić, D. (2011): Uloga inovacija u poslovanju malih i srednjih poduzeća. Poslovna izvrsnost, Vol. 5, No. 2, str. 27-42.

Bandura, A. (1997): Self-efficacy, The Exercise of Control, W. H. Freeman and Company, New York.

Banks, Arthur S. (2001): Cross-National Time-Series Data Archive [dataset]. Binghamton, NY: Computer Systems Unlimited.

Baranović, B., Štribić, M., Domović, V. (2007): Obrazovanje za poduzetnost – perspektiva osnovnoškolskih učitelja i nastavnika, Sociologija i prostor, 45 (2007) 177–178 (3–4): 339–360, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

Barringer, B.R., Ireland, R.D. (2016): Entrepreneurship, Successfully launching new ventures, Fifth edition, Pearson Education.

Baumol, W. J. (1990): Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. The Journal of Political Economy, 98(5), str. 893-921.

Bedeković, V. (2016): Uvod u poduzetništvo, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica.

Bejaković, P., Bratić, V., Vukšić, G. (2010): Komparativna analiza zaposlenosti i naknada za zaposlene u javnom sektoru u Hrvatskoj i u Europskoj uniji, Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, Vol. 21, No 1. (115).

Benić, Đ. (2012): Ekonomska kriza u Europi i hrvatsko gospodarstvo, Ekonomska misao i praksa dbk. god. XXI., br. 2., str. 847-854.

Bernard, H. R. (2000): Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Bilas, V., Franc, S., Cota, A. (2011): Predpristupni fondovi europske unije i Republika Hrvatska, Ekonomska misao i praksa god. XX., br. 1. str. 289-309

Bird, B. (1988): Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. Academy of Management Review, 13(3).

Blanchard, O., Amighini, A., Giavazzi, F. (2010): *Macroeconomics, A European Perspective*, Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow Essex CM20 2JE, England.

Blanchflower, D. G., Oswald, A. J. (1998): What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), str. 26-60.

Bolton, B., Thompson, J. (2002): *Entrepreneurs*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Brockhaus, R. H., Horwitz, P. S. (1986): The psychology of the entrepreneur. in: Sexton, D. L./ Smilor, R. W. (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger. str. 25-48.

Brynjolfsson, E; McAfee, A. (2014): *The second machine age, work, progres, and prosperity in a time of brilliant Tehnologies*, W. W. Norton & Company, Inc., 500 Fifth Avenue, New York.

Buble M., Kružić D. (2006): *Poduzetništvo realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF.

Buenger, K. (2004): *European Economic Policy*. International Graduate Business School Zagreb.

Buljubašić-Kuzmanović, V., (2007): Studentska prosudba učinkovitosti integrativnog učenja, *Odgojne znanosti*, Vol. 9, br. 2, 2007, str. 147-160.

Butarac, G. (2017): Ekonomija u uvjetima visoke zaduženosti: Slučaj Hrvatske, *Ekonomski pregled*, 68 (1), str. 3-31.

Cingula, M., Veselica, R., Cingula, D. (2010): Edukacija stručnjaka za poduzetništvo, *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, Međimursko Veleučilište u Čakovcu*, Vol. 1, No. 1.

Certo, S. C, Certo, S.T. (2008): *Moderni menadžment*, 10 izdanje, Mate, Zagreb.

Chen, C. C., Greene, P. G., Crick, A. (1998.): Does Entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers. *Journal of Business Venturing*, 13, 4, str. 295-316.

Chesnais, J. C. (2000): The inversion of the Age Pyramid and the Future of Population Decline, UNDP, Expert Group Meeting on Polycy Responses to Population Ageing, New York, <http://www.un.org/esa/population/publications/popdecline/Chesnais.pdf>.

Ćurić, A., Rukavina Kovačević, K., Trgovčić, E., Robotić, V. (2016): Evaluacija projekta: Učionica budućnosti, Školski vjesnik: časopis za pedagojsku teoriju i praksu, Tematski broj 1.

Dale, E. (1969): Audio-visual methods in teaching (3rd ed.). New York: Holt, Rinehartand Winston.

Davis, P. S., Harveston, P. D. (1998): The Influence of Family on the Family Business Succession Process: a Multi Generational Perspective, Entrepreneurship theory and practice
De Faoite, D., Henry, C., Johnston K, Van Der Sijde, P. (2003): Education and Training for Entrepreneurs: A Consideration of Initiatives in Ireland and The Netherlands, Education and Training, 45: 8/9.

Delač, D. (2014): Makroekonomija: za poduzetnike i menadžere. Zagreb: Grupa VERN d. o. o.

Dewey, J. (1997): Democracy and Education: An introduction to the Philosophy of Education, New York, The Free Press.

Djankov, S., Miguel, E., Qian, Y., Roland, G., & Zhuravskaya, E. (2005): Who are Russia's entrepreneurs? Journal of the European Economic Association, 3(2-3), str. 587-597.

Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., & Zhuravskaya, E. (2006): Who are China's entrepreneurs?" American Economic Review Paper and Proceedings, 96(2), str. 348-352.

Dolaček-Alduk, Z., Sigmund, V., Lončar-Vicković, S. (2008): Osiguranje kvalitete visokog obrazovanja u Europskom obrazovnom prostoru, Tehnički vjesnik 15, str. 39-44.

Dörre, K., & Neis, M. (2009): Ist der Kaisernackt? Reformwartungen und Innovationswirklichkeit: Befunde zur regionalen Wirkung der "unternehmerischen Universität". Die Hochschule. Journal für Wissenschaft und Bildung, 18(1), str. 53-68.

Drucker, P. (1966): The Effective Executive Harper&Row, New York, str. 22.

Drucker, P. (2005): Najvažnije o menadžmentu, CIP Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb.

Drucker, P. F., (1986): Innovation and entrepreneurship. Harper Business, New York.

Duffour, B., Curtis, W. (2012): Studij odgojno-obrazovnih znanosti – uvod u ključne discipline, Educa, nakladno društvo d. o. o., Zagreb.

Duffour, B., Curtis, W. (2012): Studying Education: An Introduction to the Key Disciplines in Education Studies, Maidenhead and New York: Open University Press, McGraw-Hill Education, str. 102.

Duffour, B., Curtis, W. (2012): Studij odgojno obrazovnih znanosti – uvod u ključne discipline, Educa, nakladno društvo d. o. o., Zagreb.

European Commission (EC) (2006): Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning, COM 33, European Commission, Brussels, February.

Europska komisija/EACEA/Eurydice (2016): Poduzetničko obrazovanje u školama u Europi. Izvješće Eurydicea. Ured za publikacije Europske unije u Luksemburgu.

Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (2001): Universities and the Global Knowledge Economy, A Triple Helix of University – Industry – Government Relations, Science, Technology and the international political economy, London - New York.

Etzkowitz, H. (2003): Innovation in Innovation: The Triple Helix of University - Industry – Government Relations. Social Science Information 42 (3), str. 293-338.

Etzkowitz, H. (2008): *The Triple Helix: University – Industry – Government Innovation In Action*. London: Routledge.

Fayolle, A. (2013): Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, str. 692-701.

Feyen, B., Krzaklewska, E. (2013): *The ERASMUS Phenomenon – Symbol of a New European Generation?*, Peter Lang edition, Frankfurt am Main, Germany.

Fenton, M., Barry, A. (2011): The efficacy of entrepreneurship education. *Perspectives of Irish graduate entrepreneurs, Industry & Higher Education*, 25(6), str. 451-460.

Filipović, V. (1984): *Filozofijski rječnik*, 2. dopunjeno izdanje, Matica hrvatska, Zagreb, 1984.

Flego, G. (2003): „Obrazovanje za rast i razvoj“, Radni materijal, Nacionalno vijeće za konkurentnost, 2-30 (online) //<http://nvk.multilink.hr/dokumenti>

Franke, N., Lüthje, C. (2002): *Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology*, 2nd Annual Conference on: Innovative Research in Management May 9 – 11, Stockholm, Sweden.

Friel, J., Friel, L. (2007): *7 najvećih pogrešaka u odgoju djece*. Rijeka: Dušević i Kršovnik d. o. o.

Frganović, M. (1990): *Demogeografija: Stanovništvo svijeta*, Školska knjiga, Zagreb (IV. izdanje).

Funda, D. (2011): *Menadžment malog poduzeća*, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“.

Gallo, C. (2011): *Steve Jobs, tajne njegovih inovacija*, McGraw Hill, prijevod i hrvatsko izdanje, Školska Knjiga d. d., Zagreb.

Galloway L., Anderson M., Brown W., Wilson L. (2005): Enterprise skills for the economy, Education and Training, Vol. 47, No. 1.

Garavan, T. N., O'Connell, B. (1994): Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Evaluation – Part I, Journal of European Industrial Training, Vol. 18, No. 8.

Gibb, A. (2005): „Towards the entrepreneurial university: entrepreneurship education as a lever for change”, policy paper, National Council for Graduate Entrepreneurship, Birmingham, May the 3rd.

Gibb, A (1987): Enterprise Culture – Its Meaning and Implications for Education and Training. Journal of European Industrial Training, 11 (2): str. 1–38.

Gibb, A., Cotton J. (1998): Concept into Practice? The Role of Entrepreneurship Education in schools and further education, background paper to the conference held at the Department of Trade and Industry, December the 8th, Enterprise and Industry Education Unit, Durham University Business School, Durham.

Gibb, A. (2002): Creating conducive environments for learning and entrepreneurship Industry and Higher Education, June.

Gilad, B. and Levine, P. (1986): „A behavioral model of entrepreneurial supply”, Journal of Small Business Management, Vol. 24, No. 4, str. 45-54.

Glanville, H. (2006): Osiguranje kvalitete u visokom obrazovanju, Agencija za znanost i visoko obrazovanje, Zagreb.

Goldman, E. (1998): The Significance of Leadership Style, Educational Leadership 55, br. 7, str. 20-22.

Golla, S., Halter, F., Fueglistaller, U., Klandt, H. (2006): Gründungsneigung Studierender – Eine empirische Analyse in Deutschland und der Schweiz. Jahrbuch Entrepreneurship 2005/06 (pp. 209–238). Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. http://dx.doi.org/10.1007/3-540-28361-7_10

Graevenitz, G. von, Harhoff, D., Weber, R. (2010): The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76, 90–112. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.015>

Grbac, B., Meler, M. (2010): *Metrika marketinga*, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka.

Gregurek, M., Vidaković, N. (2013): *Bankarsko poslovanje*. Zagreb: Visoko učilište Effectus.

Haase, H., Lautenschlager, A. (2011): The „Teachability Dilemma“ of entrepreneurship. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7(2), str.145-162.

Hajdukov, S. (2013): Utjecaj poduzetničke edukacije u univerzitetskim centrima na razvoj pasivne komponente poduzetništva, *Poslovni konsultant*, Tuzla.

Hannon, P. (2006): „Teaching pigeons to dance: sense and meaning in entrepreneurship education”, *Education & Training*, Vol. 48, No. 5, str. 296-308.

Hargreaves, A., Lo, L. (2000): *The paradoxical profession: teaching at the turn of the century*, Teachers College Press, New York.

Heeboll, J. (1996): *Business Startup for Knowledge-based Entrepreneurs*. English translation of text published by Polyteknisk Forlag.

Henry C., Hill F., Leitch C. (2005): Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught Part I, *Education and Training*, Vol. 47, No. 2.

Henry C., Hill F., Leitch C. (2005): Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught Part II, *Education and Training*, Vol. 47, No. 3.

Heptonstall, S., Ilić, I., Maleković, S., Miljković, I., Pastizzi-Ferenčić, D., Polić, M. (2002): Poslovna žena - Društveni položaj, karijera, obitelj, KRUG, Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb.

Hirai, Y. (2010): Short Term Effects and impact of Waseda Venture-Kids Program as an Entrepreneurship Program for Japanese Elementary School Students, IntEnt Conference 2010, July 5-8, The Netherlands.

Holmgren C, From J. (2005): Taylorism of the Mind: entrepreneurship education from a perspective of educational research, European Educational Research Journal, Volume 4, Number 4 .

Horvat Novak, D., Hunjet, A. (2015): Analiza učinkovitosti visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj, Tehnički glasnik 9/4, Znanstveno-stručni časopis Sveučilišta Sjever, str. 461-468.

Huđek, I., Širec, K. (2019): Razvoj poduzetničkog potencijala kroz obrazovanje za poduzetništvo u EU, Ekonomska misao i praksa dbk. god XXVIII., br. 1., str. 53-78.

Husaković, D., Skopljak, D. (2013): Mogućnost primjene poslovnih akceleratora u Bosni i Hercegovini. U: Umihanić B., Kurtić A., Kokorović Jukan A., Nuhanović A. (ur.) 3rd International Scientific Conference "Economy of Integration" ICEI 2013 „Using Knowledge to Move from Recession to Prosperity“, str. 677-694, Tuzla: Univerzitet u Tuzli.

Hynes, B. (1996): Entrepreneurship Education and Training-Introducing Entrepreneurship to non business Disciplines, Journal of Industrial Training, 20/8.

Hytti, U., O'Gorman, C. (2004): What is "enterprise education"? An analysis of the objective and methods of enterprise education programmes in four European countries, Education and Training, Volume 46, Number 1.

Ilić, M., Stanković, D. (2013): potreba izobrazbe za poduzetništvo u državnoj upravi, Učenje za poduzetništvo Vol. 3, br. 1, Nikola Šubić Zrinski, Zagreb.

Ivić, P. (2016): Poduzetnici i mediji, Obrazovanje za Poduzetništvo - znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 6, No. 1.

Ivošević, V., Mondekar, D., Geven, K., Bols, A. (2006): Vodič kroz osiguranje kvalitete u visokom školstvu, priručnik za profesore i studente, Zagreb: Socijaldemokratska studentska unija.

Jašarević, F., Kuka, E. (2015): Poduzetništvo i ekonomski razvoj države. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol. 6., No. 2, str. 73-79.

Jones, B., Iredale, N. (2006.): Developing an entrepreneurial life skills summer school. *Inovations in Education and Teaching International*, 43.

Jovančević, R. (2005): Ekonomski učinci globalizacije i Europska unija, Zagreb, Mekron promet d. o. o.

Jurčić, Lj. (2016): Hrvatsko gospodarstvo i svjetsko okruženje, *Ekonomski pregled*, 67 (6), str. 605-636.

Jurlina Alibegović, D. (ur.) (2014): Kako probuditi rast hrvatskoga gospodarstva, Klub ekonomskog instituta, Ekonomski institut Zagreb.

Katz, J.A. (2003.): The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999 *Journal of Business venturing*.

Kesner-Škreb, M. (2009): Regionalna politika Europske unije, *Financijska teorija i praksa* 33 (1), str. 103-105.

Kesner-Škreb, M. (2006): Kriteriji konvergencije, *Financijska teorija i praksa* 30 (4), str. 407-408.

Keeble, D., Bryson, J. and Wood, P. (1992): „The rise and fall of small service firms in the United Kingdom”, *International Small Business Journal*, Vol. 11, No. 1, str. 11-22.

Kirby, D. A. (2004): Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?, *Education and Training*, Volume 46, Number 8/9.

Kiss, I., Rokov, N. (2016): Investiranje u ljudski, kulturni i društveni kapital poticanjem fleksibilnih kompetencija edukatora kao strateški prioritet socijalnog i ekonomskog razvoja, *Obrazovanje za poduzetništvo, Znanstveno-stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 6, No. 2.

Kiyosaki, R. T. (2017): *Bogati otac siromašni otac*, Katarina Zrinski d. o. o., Varaždin.

Kolb, D. A. (1984): *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. EnglewoodCliffs, NJ: Prentice-Hall

Kolaković, M. (2006): *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Zagreb, Sinergija.

Kolvereid, L., Moen, O. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference. *Journal of European Industrial Training*, 21, str. 156–160. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/03090599710171404>

Kotruljević, B. (2009): *Libro del arte delamercatura, Knjiga o vještini trgovanja*, priredila i prevela Zdenka Janeković-Römer, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti i Hrvatski računovođa, Zagreb – Dubrovnik.

Koprić, I. (2010): Karakteristike sustava lokalne samouprave u Hrvatskoj, *Hrvatska javna uprava*, god. 10, br. 2., str. 371–386.

Kovačević, M. (1991): *Psihologija, edukacija i razvoj djeteta*, Zagreb, Školske novine.

Kotler, P., Keller, K., Martinović, M. (2014): *Upravljanje marketingom*, MATE d. o. o. Zagreb.

Kourilsky, M. L. (1995): *Entrepreneurship education: Opportunity in search of fcurriculum*, Ewing Marrion Kaufmann Foundation, Kansas city, MO, Center for entrepreneurial leadership.

Kourilsky, M. L., Walstad, W. B. (1998): Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13, str. 77–88. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00032-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00032-3)

Krueger Jr., N. F., Reilly, M. D., Carsrud, A. L. (2000): Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), str. 411-432.

Kuratko, D. F. (2005): The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29, str. 577–598. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

Van der Kuip, I., Verheul, I. (2003): Early Development of Entrepreneurial Qualities: the Role of Initial Education.

Lautenschläger, A. (2011): The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities, *Journal of Entrepreneurship Education*, Volume 14, Dream Catchers Group, LLC, printed by Whitney Press, Inc.

Le Grand, J. (2003): *Motivation, Agency and Public Policy: Of Knights and Knaves, Pawns and Queens*, Oxford: Oxford University Press.

Leeuwen, B. (2007): *Human Capital and Economic Growth in India, Indonesia, and Japan: A Quantitative Analysis, 1890-2000*, doktorska disertacija, Sveučilište Utrecht.

Levie, J. (1999): *Entrepreneurship Education in Higher Education in England*, London Business School.

Levie, J., Hay, M. and Reynolds, P. D. (1999): *Global Entrepreneurship Monitor 1999 UK Executive Report*. Apax Partners & Co., London.

Levitt, T. (1976): *Management and the Post-industrial Society*, Public interest, str. 73.

Liñán, F. (2004): Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/ Small Business*, 3, str. 11–35.

Livazović, G. (2009): Teorijsko-metodološke značajke utjecaja medija na adolescente, *Život i škola*, br. 21 (1/2009.), god. 57., str. 108. - 115.

Machin, S. (2008): The new economics of education: methods, evidence and policy, *Journal of Population Economics*, 21, str. 1-19.

Malhotra, Y. (2003): „Measuring Knowledge Assets of a Nation: Knowledge System for Development“ U: United Nations, Advisory Meeting of the Department of Economic and Social Affairs, New York City, str.1-47.

Mandela, N. (2011): Nelson Mandela By Himself: The Authorised Book of Quotations, Pan Macmillan, London, Online edition.

Marušić, M., Prebežac, D. (2004): Istraživanje turističkih tržišta, Zagreb, Adeco.

Marušić, M., Vranešević, T. (2001): Istraživanje tržišta, Adeco, Zagreb.

Mencer, I. (2005): osiguranje kvalitete i visokoškolske ustanove u Republici Hrvatskoj, *Ekonomski pregled*, 56 (3-4), str. 239-258.

Mendras, H. (1986): Seljačka društva: elementi za jednu teoriju seljaštva, Globus, Zagreb.

Miettinen, A. (2006): Mentoring for entrepreneurs as an education intervention, *International entrepreneurship education Northampton*, Edward Elgar Publishing, Inc, str.112-132.

Milović, T., Mustapić, Z., Moslavac-Forjan, D. (2016): Uloga i važnost intelektualnog vlasništva u poduzetništvu, *Obrazovanje za poduzetništvo - znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 6, No. 2.

McMahon, W. (2004): The social and external benefits of education. In G. Johnes and J. Johnes (eds) *International Handbook on the Economics of Education*. Cheltenham: Edward Elgar.

McMullan, W. E., Long, W. A. (1987): Entrepreneurship education in the nineties, *Journal of Business Venturing*, 1987, Vol. 2, issue 3, str. 261-275.

McStay, D. (2008): An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience. (Doctoral dissertation). Australia: School of Business Bond University.

Mueller, S. (2011): Increasing entrepreneurial intention: Effective entrepreneurship course characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13, str. 55–74. <http://dx.doi.org/10.1504/IJESB.2011.040416>

Mwasalwiba, E. S. (2010): Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, str. 20-47.

Naia, A., Baptista, R., Januario, C., Trigo, V. (2015): Entrepreneurship Education Literature in 2000's, *Journal of Entrepreneurship Education*, 18(1), str. 111-135.

Nejašmić, I. (1991): Moguća revitalizacija sociodemografski depresivnih područja Hrvatske, *Sociologija sela* 29 (111/114), str. 11-24.

Nejašmić, I., Toskić, A. (2013): Starenje stanovništva u Hrvatskoj – sadašnje stanje i perspektive, *Hrvatski geografski glasnik* 75/1, str. 89 –110.

Nestić, D., Rubil, I., Stubbs, P., Tomić, I. (2013): The employment and social situation in Croatia. European Parliament, DG for Internal Policies, Policy Department A: Economic and Scientific Policy.

Oberman Peterka, S., Alpeza, M. (2013): Koncept poduzetničkog obrazovanja – primjer međunarodnog centra za poduzetničke studije Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, *Ekonomski vjesnik* god. 26, br. 1, str. 93 – 104.

O'Hara, W. T. (2004): *Centuries of Success: Lessons from the World's most Enduring Family Businesses*, Avon, MA: Adams Media Corp.

O'Hara, M. (2007): Strangers in a strange land: Knowing, learning and education for the global knowledge society, *Futures*, 39, No. 8, October, str. 930-941.

Ott, K. (2002): Neslužbeno gospodarstvo u Republici Hrvatskoj 1990-2000., Financijska teorija i praksa 26 (1).

Otuya, R., Kibas, P., Gichira, R. i Martin, W. (2013): Entrepreneurship education: Influencing students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Innovative Research & Studies*, 2(4), str. 132-148.

Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., Dinis, A. (2011): Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, str. 20–38. <http://dx.doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>

Palmer, J. P. (1997): *The Heart of a teacher: Identity and Integrity in Teaching*. http://newhorizons.org/restr_palmer1.html (3.12.2018.)

Pastuović, N. (1999): *Edukologija*, Zagreb, Znamen, ISBN 953-6008-04-1.

Pauković, M., Bačić, L. (2018): Trend kretanja cjeloživotnog obrazovanja i učenja kao preduvjet stvaranja društva znanja, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship* Vol. 8, No. 2.

Pavić, Ž. (2008): Poduzetništvo mladih i nova ekonomija, *Ekonomski vjesnik*, Vol. XXI., No. 1-2, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.

Pejić-Bach, M. (2010): Ostvarenje potencijala žena u poduzetništvu, znanosti i politici u Republici Hrvatskoj.

Penca Palčić, M. (2008): Utjecaj provjeravanja i ocjenjivanja znanja na učenje, *Život i škola*, br. 19.

Pfeiffer, E. (1997): *What MIT learned from Stanford*, Forbes, August 25, New York.

Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. (2005): *Mikroekonomija*, Zagreb, MATE d. o. o.

Pittaway, L., Cope, J. (2007): Entrepreneurship Education, A systematic review of the evidence. International Small Business Journal, Vol.25, No. 5, str. 479-510.

Ploh, M. (2017): Ograničenja i mogućnosti financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. FIP - Financije i pravo Vol. 5, No. 1, str. 79-106.

Porter, L. (1994): The Relation of Entrepreneurship Education to Business Education, Simulation and gaming.

Porter, M. (1990): The Competitive Advantage of Nations. London: Macmillan.

Potlimbrzović, H. (2012): Ideja humanističkog pristupa odgoju i obrazovanju nasuprot obrazovanju za poduzetništvo u nacionalnom okvirnom kurikulumu, Ekvilibrij – časopis studenata pedagogije Hrvatske, br. 1, Hrvatsko pedagoško društvo.

Predojević, Z., Kolanović, I. (2015): Osiguravanje kvalitete u visokom obrazovanju u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik 40-50, Rijeka, str. 319-332.

Rajsman, M., Petričević, N., Marjanović, V. (2013): Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Ekonomski vjesnik. Vol. 26, No. 1, str. 250-262.

Rasheed, H. (2000): Developing entrepreneurial potential in youth: The effects of Entrepreneurial education on adventure creation, Florida: University of South Florida.

Reinert, H., Reinert, E. S. (2006): Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter, The European Heritage in Economics and the Social Sciences book series, EHES, volume 3.

Renko, N. (2010): Marketing malih i srednjih poduzeća, Zagreb, Naklada Ljevak d. o. o.

Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S. M. (1999): Global Entrepreneurship Monitor: 1999 – Executive Report. Babson College, London Business School and the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Ribić, D., Blažević Bognar, Z. (2016): „Utjecaj obrazovne institucije na poticanje i razvoj poduzetništva“, ICEL - 6 Međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo, Zagreb, 27. listopada 2016., ISSN 1849-8310, str. 135.

Sambol, D. (2014): Motivacija i kompetencije menadžera, Sambolconsulting, Rijeka, <http://www.sambolconsulting.com/blog-1/2014/9/29/motivacija-i-kompetencijemenadera>,

Samuelson, P. A, Nordhaus, W. D. (2011): Ekonomija, 19. izdanje, MATE d. o. o., Zagreb.

Schumpeter, J. A. (1942): Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper.

Sekulić, D., Šporer, Ž. (2000): Formiranje poduzetničke elite u Hrvatskoj, Revija za sociologiju. Vol. XXXI. (2000), No. 1-2, str. 1-20.

Shane, S., Venkataraman, S. (2000): The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, 25, 217–226. <http://dx.doi.org/10.2307/259271>

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2018): Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom, GEM Hrvatska 2018, Cepor, Zagreb.

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2019): Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?, CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, www.cepor.hr Zagreb

Singer, S., Alpeza, M., Oberman, M., Has, M. (2017): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, GEM Hrvatska 2017, Cepor, Zagreb.

Singer, S., Alpeza, M. (ur.) (2019): Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj, GEM Hrvatska 2018, Cepor, Zagreb.

Singer, S., Oberman Peterka, S. (2010): From Ignoring to Leading Changes – What Role Do Universities Play in Developing Countries? (Case of Croatia), Ekonomski vjesnik, Vol. XXIII, No. 2.

Siropolis, N. C. (1995): Menadžment malog poduzeća, MATE d. o. o., Zagreb, str. 43., citirano iz McClelland, D. C.: The Achieving Society, Princetor, N. J., Van Nostrand, 1961.

Smith, A. (1952): „Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda“, preveo Hanžeković, M., Zagreb.

Srića, V., Spremić, M. (2000): Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha, Sinergija d. o. o., Zagreb.

Srića, V. (2009): Život kao igra, Algoritam, Zagreb.

Sunajko, G. (2011): Ekonomski leksikon, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, i Masmedia, Zagreb.

Straubhaar, T. (2000): „International Mobility of the Highly Skilled: Brain Gain, Brain Drain Exchange“ Hamburg Institute of International Economics, Discussionpaper No. 88, (online) http://www.hwwa.de/Forschung/Publikationen/Discussion_Paper/2000/88.pdf

Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007): Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, str. 566–591. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>

Sundać, D., Krmpotić Fatur, I. (2009): Vrijednost ljudskoga kapitala u Hrvatskoj – usporedba s odabranim europskim zemljama, *Ekonomski pregled*, 60 (7-8), str. 315-331.

Škrtić, M. (2006): Poduzetništvo, Sinergija nakladništvo, Zagreb.

Škrtić, M., Mikić, M. (2011): Poduzetništvo, Zagreb: Sinergija, ISBN 978-953-6895-43-4, Zagreb.

Tadin, H. (2007): cjeloživotno obrazovanje za povećanje konkurentnosti poduzeća u Europskoj uniji, *Ekonomija / Economics*, 14 (1) str. 143-150.

Takeru Ohe, (ur.), Kelly, D., Thomas, H. (2011): Entrepreneurship education in Japan, Edward Elgar Publishing Limited, The Lypiatts, 15 Lansdown Road, Cheltenham, UK.

Thomas, H., Kelley D. (2011): Entrepreneurship Education in Asia, Edward Elgar Publishing Limited, UK.

Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada - Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, Zagreb: M. E. P. d. o. o.

Tkalec, Z. (2011): Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje „Nikola Šubić Zrinski“, Zagreb, Hrvatska, <http://hrcak.srce.hr/file/192157>, pregledano 14. 2. 2019.

Vajić, I. (1994): Management i poduzetništvo, 1000 programa ulaganja za mala i srednja poduzeća, Zagreb: Mladost, ISBN 953-96161-0-7, Zagreb.

Vesalainen, J., Pihkala, T. (1998): Entrepreneurial identity, intentions and the effect of the push factor. Journal of the Academy of Entrepreneurship, 3,1.

Videk Vizović, V. (ur.) (2011): Učitelji i njihovi mentori - uloga mentora u profesionalnom razvoju učitelja, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Zagreb.

Vojnović, M. (2008): Strukturni fondovi Europske unije i IPA - Instrument pretpristupne pomoći, Hrvatska javna uprava, god. 8., br. 2., str. 367-393.

Volery, T., Doss, N., Mazzaroll, T., Thein, V. (1997): Triggers and Barriers Affecting Entrepreneurial Intentionality: The Case of Western Australian Nascent Entrepreneurs. Journal of Best Papers. 42nd ICSB World Conference, June 21 - 24, San Francisco.

Vranešević, T. (2014): Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju, Zagreb, Accent.

Vujčić, V. (2016): Reforma obrazovanja: pogled na Okvir nacionalnog kurikuluma: primjedbe i prijedlozi, Profil javne politike: Obrazovna politika, broj 27.

Weiming Li, Chunyan Li, (2015): Entrepreneurship Education in China, Entrepreneurship Education and Training, Hainan University, China.

Welter, F. (2004): „The environment for female entrepreneurship in Germany”, Journal of Small Business Enterprise and Development, Vol. 11, No. 2, str. 212-21.

Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 356.

Zgrabljic Rotar, N. (2005): Mediji - medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji; Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo, Media Centar.

Žiljak, T. (2005): Politike cjeloživotnog učenja u Europskoj uniji i Hrvatskoj, Političko obrazovanje, 1 (1): str. 67-95.

Žuljić, S. (2001): Regionalno i teritorijalno ustrojstvo Hrvatske u razdoblju između godina 1945. - 2000., Ekonomski pregled, 52 (1-2), str. 3-28.

10. INTERNETSKI IZVORI

- Eurostat, https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/living_hr#tab-4-1 (27. 2. 2019.)
- The future of jobs report, World Economic Forum, 2018., str: 12.
- <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30498> (10. 9. 2019.)
- <https://www.worldbank.org/en/publication/human-capital> (10. 9. 2019.)
- https://databank.worldbank.org/data/download/hci/HCI_2pager_HRV.pdf (10. 9. 2019.)
- <https://vlada.gov.hr/strategija-obrazovanja-znanosti-i-tehnologije/151> (10. 9. 2019.)
- http://dokumenti.ncvvo.hr/Drzavna_matura/2013-01-07/pravilnik_polaganja_dm_2013.pdf (10. 9. 2019.)
- <http://www.unizg.hr/studiji-i-studiranje/cjelozivotno-obrazovanje-i-usavrsavanje/podrska-nastavnicima/ucenje-i-poucavanje-u-visokom-obrazovanju-upravo/bolonjski-proces/> (10. 9. 2019.)
- <https://mzo.gov.hr/istaknute-teme/odgoj-i-obrazovanje/109> (11. 9. 2019.)
- <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44734> (12. 9. 2019.)
- <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (12. 9. 2019.)
- https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_04_45_1031.html (12. 9. 2019.)
- <http://www.pedagogija.hr/ekvilibrij/pdf/odgoj-ili-genetika.pdf> (22. 7. 2019.)
- www.eur-lex.europa.eu 20. 11. 2018. Zelena knjiga „Poduzetništvo u Europi“ 2003, 7-8
- <http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/>, (5. 10. 2020.)
- Prohaska, Z., Olgić, B. (2005): Programi financiranja malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. https://bib.irb.hr/datoteka/197275.Programi_financiranjapdf (10. 6. 2019.)
- <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> (18. 7. 2019.)
- <https://hamagbicro.hr/o-nama/osnivanje/> (15. 7. 2019.)
- www.poduzetnik.com.hr (27. 7. 2018.)
- <http://www.cepor.hr/news/pod-kompetencija/BorisCEPOR3.pdf> (15. 6. 2019.)

<https://hrcak.srce.hr/file/47470> (26. 8. 2019.)

<https://www.scribd.com/document/29402664/Poduzetni%C5%A1tvo-Zelena-knjiga>, (14. 09. 2017.)

<https://www.hightech-strategie.de/de/hightech-strategie-2025-1726.html> (21. 2. 2019.)

Eurostat:https://www.google.com/publicdata/explore?ds=ds22a34krhq5p_&met_y=gd_pc_gdp&idim=country:hr:mt:at&hl=hr&dl=hr#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=gd_pc_gdp&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=country_group&idim=country:hr&idim=country_group:eu&ifdim=country_group&hl=hr&dl=hr&ind=false (5. 9. 2019.)

www.fina.hr/novosti/-/asset_publisher/pXc9EGB2gb7C/content/u-2017-godini-kod-poduzetnika-proracuna-i-proracunskih-korisnika-te-neprofitnih-organizacija-vise-od-1-26-milijuna-zaposlenih (26. 3. 2019.)

<https://www.fina.hr/-/prosjecna-placa-zaposlenih-kod-poduzetnika-5-584-kune-a-u-tri-podrucja-djelatnosti-veca-od-7-700-kuna> (4. 9. 2019.)

<https://hkg.hr/documents/upanijevelikegospodarskerazlikenamalomprostoru5757722c5b20e65.pdf> (3. 9. 2019.)

<https://uprava.gov.hr/o-ministarstvu/ustrojstvo/uprava-za-politicki-sustav-i-organizaciju-uprave/lokalna-i-podrucna-regionalna-samouprava/popis-zupanija-gradova-i-opcina/846> (3. 9. 2019.)

<http://www.poslovni.hr/hrvatska/rast-placa-u-hrvatskoj-tri-puta-sporiji-od-rasta-produktivnosti-nepavedno-i-stetno-340033> (5. 9. 2019.)

www.dsz.hr (3. 4. 2019.)

<https://home.treasury.gov> (5. 9. 2019.)

<https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2019/02/12/Republic-of-Croatia-2018-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-Statement-by-46594> (4. 9. 2019.)

<https://www.dzs.hr> (4. 9. 2019.)

<https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=4> (3. 4. 2019.)

<https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> (4. 9. 2019.)

<http://www.hzz.hr/statistika/> (4. 9. 2019.)

<https://ec.europa.eu/eurostat> (6. 9. 2019.)

<https://www.thestreet.com/personal-finance/mortgages/subprime-mortgage-crisis-14704400>
(19. 9. 2019.)

<https://lider.media/stavovi/ekonomalije/miodrag-sajatovic-komu-je-poduzetnistvo-sudeno-ne-moze-od-njega-pobjeci/> (6. 9. 2019.)

<https://www.brainyquote.com/authors/calvin-coolidge-quotes> (16. 9. 2019.)

<http://konkurentnost.hr/wp-content/uploads/2018/01/NVK-55-Preporuka.pdf> (9. 6. 2020.)

https://students.leeds.ac.uk/site/scripts/search_results.php?q=Experiential+Learning+Cycle&c id=10100&cname=Academic+life (10. 6. 2020.)

https://www.kif.unizg.hr/studiji/upisi/sveucilisni_studiji/postupak_prijave (19. 6. 2020.)

<https://mef.unizg.hr/upisi/diplomski/integrirani-preddiplomski-i-diplomski-studij-medicine/upute> (19. 6. 2020.)

<https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/dosadasnji-izracuni-indeksa-razvijenosti/3741> (2. 7. 2020.)

<https://www.tsinghua.edu.cn/en/index.htm>, (14. 7. 2020)

<https://www.azvo.hr/hr/component/seoglossary/1-priznavanje-inozemnih-visokoskolskih-kvalifikacija/23-magistar> (28. 10. 2020.)

<https://www.ncvvo.hr/kategorija/drzavna-matura/pravilnik-o-polaganju-drzavne-mature/> (28. 10. 2020.)

https://www.azoo.hr/images/AZOO/Ravnatelj/RM/Hrvatski_obrazovni_sustav.pdf (28. 10. 2020.)

<https://www.azvo.hr/hr/vrednovanja/postupci-vrednovanja-u-visokom-obrazovanju/inicijalna-akreditacija-studijskih-programa> (11. 11. 2020.)

<https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/collateral.hr.html> (24. 1. 2021.)

11. ZAKONI:

Ustav Republike Hrvatske (NN 56/90, 135/97, 8/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14)

Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi (NN 87/08, 86/09, 92/10, 105/10, 90/11, 5/12, 16/12, 86/12, 126/12, 94/13, 152/14, 7/17) čl. 1. i čl. 2.

Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju (NN 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15) čl. 1. i čl. 2.

Zakon o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru (NN 22/13, 41/16) čl. 1 i čl. 2.

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture (NN 93/13, 114/13)

The Netherlands, Ministry of Education, Culture and Science (2005). An English version of attainment targets primary education:

http://www.minocw.nl/english/education/doc/Kerndoelen_basisonderwijs_Engels.doc,

February, 2005. Attainment targets basic secondary education:

www.minocw.nl/english/education/pdf/kerndoelenVO_engels.pdf, February, 2005. (27. 2. 2019)

The Netherlands, Ministry of Education, Culture and Science (2005). An English version of attainment targets primary education:

http://www.minocw.nl/english/education/doc/Kerndoelen_basisonderwijs_Engels.doc,

February, 2005. Attainment targets basic secondary education:

www.minocw.nl/english/education/pdf/kerndoelenVO_engels.pdf, February, 2005.

European Commission (EC) (2006), Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning, COM 33, European Commission, Brussels, February.

European Commission (2004). Key competences for lifelong learning: A European reference framework, <http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/basicframe.pdf> (31. 1. 2007.) 15.

European Commission, Directorate General for Enterprise (2004). Helping to create an entrepreneurial culture. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.

OECD (2009). Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship, report by the OECD Working Party on SMEsandEntrepreneurship. OECD /online/. Retrieved on 10th December 2013 from<http://www.oecd.org/cfe/smes/42890085.pdf>

Zakon o akademskim i stručnim nazivima i akademskom stupnju (NN 107/07, 118/12)

12. POPIS TABLICA

Tablica 1: Prosječna visina neto plaća u svim zemljama Europske unije u 2018. godini.....	33
Tablica 2: Ukupan broj zaposlenih po županijama te struktura zaposlenih kod poduzetnika .	35
Tablica 3: Ukupan broj zaposlenih po županijama te struktura zaposlenih kod proračunskih korisnika	37
Tablica 5: Aktivni korisnici mjera za samozapošljavanje.....	56
Tablica 6: Razlika između tradicionalnog i poduzetničkog načina učenja	91
Tablica 7: Usporedba traženih vještina danas i predviđanja za 2022. godinu.	96
Tablica 8: Broj visokih učilišta prema gradovima i županijama u Republici Hrvatskoj	104
Tablica 9: Obrazovna struktura stanovništva Republike Hrvatske starijeg od 15 godina.....	106
Tablica 10: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata preddiplomskih studija	151
Tablica 11: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata diplomskih studija	152
Tablica 12: Prosječna ocjena razine želje za pokretanjem vlastitog poduzetničkog pothvata kod studenata preddiplomskih studija kontrolne skupine	152
Tablica 13: Mann-Whitney U-test usporedbe medijana između dvije skupine ispitanika.....	164
Tablica 14: BDP po županijama za 2015. godnu	167
Tablica 15: Županije prema stupnju razvijenosti	170
Tablica 16: Odnos ispitanika koji razmišljaju o pokretanju vlastitog poslovnog pothvata nakon završetka studija	171
Tablica 17: t-test za signifikantnost koeficijenta korelacije.....	174

13. POPIS SLIKA

Slika 1: Karakteristike uspješnog poduzetnika	16
Slika 2: Kretanje broja stanovnika Republike Hrvatske od 1857. do 2011.	24
Slika 3: Prosječna starost stanovništva Republike Hrvatske.....	25
Slika 4: Stope rasta BDP-a u razdoblju od 2000. do 2018. godine	27
Slika 5: BDP po glavi stanovnika u razdoblju od 2000. do 2018.	28
Slika 6: kretanje broja nezaposlenih u Republici Hrvatskoj od 2004. do 2019. godine.	30

Slika 7: Kretanje broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj od 2004. do 2019. godine	31
Slika 8: Prosječna mjesečna isplaćena neto plaća po zaposlenom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2004. do 2019. godine	32
Slika 9: Prosječna mjesečna isplaćena bruto plaća po zaposlenom u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2004. do 2019. godine	34
Slika 10: Struktura zaposlenih kod poduzetnika, kod proračunskih korisnika i u neprofitnim organizacijama	38
Slika 11: Poduzetnički ekosustav	45
Slika 12: Determinante poduzetničkog ponašanja	64
Slika 13: Obrazovanje u svijetu promjena.....	68
Slika 14: Stožac iskustva.....	72
Slika 15: Kolbov ciklus učenja.....	73
Slika 16: Shema visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj.	103
Slika 17: Postotak studenata država članica EU koji studiraju u nekoj drugoj državi članici, po državi domaćinu	118
Slika 18: Model utjecaja obrazovnih i gospodarskih čimbenika na razvoj gospodarstva.....	125
Slika 19: Struktura ispitanika prema spolu	134
Slika 20: Struktura ispitanika prema godinama	136
Slika 21: Struktura ispitanika muškog spola prema godinama	137
Slika 22: Struktura ispitanika ženskog spola prema godinama.....	137
Slika 23: Struktura ispitanika prema mjestu stanovanja prije upisa na fakultet.....	138
Slika 24: Mišljenje ispitanika o percepciji šire društvene zajednice prema poduzetnicima i poduzetništvu	139
Slika 25: Glavni izvori negativne percepcije poduzetnika od strane šire društvene zajednice	141
Slika 26: Struktura ispitanika prema odgovorima na pitanje jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat.....	143
Slika 27: Struktura ispitanika prema odgovorima na pitanje jesu li tijekom studiranja na fakultetu počeli razmišljati o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat.....	144
Slika 28: Struktura ispitanika kontrolne skupine prema odgovorima na pitanje jesu li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat.....	145
Slika 29: Struktura ispitanika kontrolne skupine prema odgovorima na pitanje jesu li tijekom studiranja na fakultetu počeli razmišljati o tome da pokrenu vlastiti poduzetnički pothvat..	146

Slika 30: Utjecaj fakulteta i utjecaj profesora na poticanje želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata	149
Slika 31: Akumulirane ocjene o utjecaju fakulteta i utjecaju profesora na poticanje želje za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata.....	150
Slika 32: Osjećaj stupnja znanja i sposobnosti za pokretanjem i upravljanjem poduzetničkim pothvatom.....	153
Slika 33: Doticaj ispitanika sa poduzetništvom prije upisa na fakultet.....	158
Slika 34: Ispitanici koji razmišljaju o preuzimanju posla ili su već preuzeli posao kojega su započeli njihovi roditelji.....	160
Slika 35: Ispitanici kontrolne skupine koji razmišljaju o preuzimanju posla ili su već preuzeli posao kojega su započeli njihovi roditelji	161
Slika 36: Stav ispitanika o tome tko je na njih imao značajniji utjecaj na odluku da nastave posao koji su započeli njihovi roditelji	161
Slika 37: Regresijska analiza međuovisnosti između studenata koji su imali želju postati poduzetnici prije upisa na fakultet te razvijenosti županije iz koje dolaze	173
Slika 38: Regresijska analiza međuovisnosti između studenata koji koji su dobili želju postati poduzetnici za vrijeme trajanja studija te razvijenosti županije iz koje dolaze	174
Slika 39: Razina želje za pokretanjem poslovnog pothvata kod studenata obzirom na godinu studiranja na preddiplomskom studiju	178
Slika 40: Razina želje za pokretanjem poslovnog pothvata kod studenata obzirom na godinu studiranja na diplomskoj razini studija.....	179
Slika 41: Razina želje za pokretanjem poduzetničkog pothvata kod studenata u kontrolnoj skupini obzirom na godinu studiranja na preddiplomskoj razini studija	180
Slika 42: Odgovori ispitanika preddiplomske razine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat	180
Slika 43: Odgovori ispitanika diplomske razine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat	181
Slika 44: Odgovori ispitanika preddiplomske razine kontrolne skupine na pitanje imaju li trenutno poduzetničku ideju koju bi htjeli realizirati u poduzetnički pothvat.....	182

14. POPIS KRATICA I SIMBOLA:

BDP = Bruto društveni proizvod

CEPOR = Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

CROSBI = Croatian Scientific Bibliography (hrv. Hrvatska znanstvena bibliografija)

DZS = Državni zavod za statistiku

EU = Europska unija

EC = European Commision

EHEA = European Framework for Qualifications

ERA = European research area

ESIF = Europski strukturni i investicijski fondovi

ESG = Standards and Quidelines for Quality Assurance in the European the higher Education

HAMAG = Hrvatska agencija za malo gospodarstvo

HAZVV = Hrvatska agencija za znanost i visoko obrazovanje

HBOR = Hrvatska banka za obnovu i razvitak

HKO = Hrvatski kvalifikacijski okvir

HZZ = Hrvatski zavod za zapošljavanje

GEM = Global Entrepreneurship Monitor

MIT = Massachusetts Institute of Technology

NN = Narodne novine

per capita = po glavi stanovnika

OECD = Organisation for Economic Cooperation and Development (hrv. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj)

RH = Republika Hrvatska

STEM = science, technology, engineering i mathematics

TEA indeks = indeks motiviranosti za poduzetništvo (TEA nužnost i TEA prilika)

UNESCO = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (hrv. Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu)

15. PRILOZI

Prilog br. 1. Anketni upitnik

1. Godine života: _____
2. SPOL: M Ž
3. Na kojoj ste trenutno godini studiranja?: (zaokružite)

1 2 3 4 5
4. Upišite naziv institucije na kojoj studirate

5. Upišite smjer na kojemu studirate:

6. Mjesto iz kojega dolazite (ne misli se na mjesto studiranja):

7. Jeste li se prije upisa na fakultet imali svoje poduzeće ili je netko blizak Vama bio vlasnik/suvlasnik nekog (zaokruži jedan od ponuđenih odgovora)
 - a) Nikada
 - b) bavio sam se samostalno poduzetništvom
 - c) roditelji se samostalno bave poduzetništvom
 - d) bliski rođak ili bliski prijatelj obitelji je vlasnik/suvlasnik nekog poduzeća
8. Ukoliko vaši roditelji imaju poduzeće, razmišljate li o uključivanju u obiteljski posao?
 - a) DA
 - b) NE
 - c) NISAM O TOME RAZMIŠLJAO/LA
 - d) VEĆ SAM UKLJUČEN U RAD OBITELJSKOG PODUZEĆA
9. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje a ili d - Tko je, po Vašem mišljenju, imao najviše utjecaja na vašu odluku da nastavite posao koji su započeli roditelji?
 - a) Roditelji
 - b) Fakultet
 - c) Netko/nešto treće (upiši što) _____
10. Jeste li prije upisa na fakultet razmišljali o tome da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?
 - a) Da, razmišljao sam o tome
 - b) Ne, nisam razmišljao o tome

11. Jeste li tijekom studiranja počeli razmišljati o tome da da pokrenete vlastiti poduzetnički pothvat?

- a) Da, počeo sam razmišljati o tome
- b) Ne, ne razmišljam o tome da postanem poduzetnik

12. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanje slaganje sa tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje sa tvrdnjom:

- Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da razmišljam kreativno:

1 2 3 4 5 6 7

- Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da iznosim svoje ideje:

1 2 3 4 5 6 7

- Fakultet na kojem trenutno studiram potiče me da konkretiziram svoje ideje:

1 2 3 4 5 6 7

13. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanje slaganje sa tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje sa tvrdnjom:

- Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram potiču me da sudjelujem u dodatnim aktivnostima izvan samog studiranja:

1 2 3 4 5 6 7

- Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram slušaju moje ideje:

1 2 3 4 5 6 7

- Profesori na fakultetu na kojem trenutno studiram uče me da je u redu raditi greške:

1 2 3 4 5 6 7

14. Imate li trenutno poslovnu ideju koju bi htjeli realizirati u poslovni pothvat?

Da
Ne

15. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanju razinu želje, a 7 označava najvišu razinu želje: Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli želju da pokrenete vlastiti pothvat?

1 2 3 4 5 6 7

16. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanju razinu znanja, a 7 označava najvišu razinu znanja: Jeste li na fakultetu tijekom studiranja do sada stekli dovoljno znanja da pokrenete vlastiti pothvat?

1 2 3 4 5 6 7

17. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanje slaganje sa tvrdnjom, a 7 označava najviše slaganje sa tvrdnjom:

- Sposoban/sposobna sam samostalno pročitati i razumjeti osnovna financijska izvješća:

1 2 3 4 5 6 7

- Sposoban/sposobna sam samostalno izraditi jednostavni poslovni plan za manji projekt:

1 2 3 4 5 6 7

- Sposoban/sposobna sam samostalno voditi i kontrolirati manji poslovni pothvat:

1 2 3 4 5 6 7

18. Ocijenite ocjenom od 1 – 7 gdje 1 označava najmanju pozitivnu razinu, a 7 označava najviše pozitivnu razinu: Prema Vašem mišljenju, u Republici Hrvatskoj kakva je percepcija poduzetnika od strane šire društvene zajednice:

1 2 3 4 5 6 7

19. Prema Vašem mišljenju, kakva je percepcija poduzetnika od strane javnosti i društvene zajednice?

- a) pretežno pozitivna
- b) pretežno negativna

20. Prema Vašem mišljenju, što ima najveći utjecaj na percepciju poduzetnika u javnosti?

- a) Javni Mediji
- b) Društvene mreže
- c) Mentalitet pojedinaca
- d) Obrazovni sustav
- e) Gospodarsko okruženje
- f) Nešto drugo (upiši što) _____

21. Ocijenite, koliko sljedeći elementi mogu pomoći povećanju interesa studenata za poduzetništvo i pokretanje poslovnog pothvata (1 označava najmanje slaganja sa

pojedininim elementom, dok 7 označava najveću razinu slaganja sa pojedinim elementom)

a) Povećani obujam gradiva

1 2 3 4 5 6 7

b) Više gostiju predavača/poduzetnika

1 2 3 4 5 6 7

c) Gosti predavači/profesori s drugih institucija

1 2 3 4 5 6 7

d) Organizirati više projektnih zadataka sa konkretnim primjerima

1 2 3 4 5 6 7

e) Organizirati više terenske nastave sa posjetima poduzećima

1 2 3 4 5 6 7

f) Omogućiti održavanje stručne prakse kao obavezni dio nastavnog programa

1 2 3 4 5 6 7

g) Povećati dostupnost literature potrebne za učenje

1 2 3 4 5 6 7

h) dodati novi kolegij (upiši prijedlog teme kolegija)_____

i) Nešto drugo (Vaš prijedlog)_____

ŽIVOTOPIS

mr.sc. Damir Ribić

Rodio se 1978. godine u Virovitici, gdje je završio osnovnu školu i srednju ekonomsku školu.

Nakon toga je upisao Ekonomski fakultet u Osijeku, koji je nakon pet godina studiranja uspješno završio. Na Ekonomskom fakultetu je 2002. diplomirao na smjeru Marketing management s izvrsnim uspjehom pod mentorstvom prof. dr. sc. Antuna Šundalića na temu *Socio-ekonomske i kulturne promjene hrvatskog društva u uvjetima tranzicije i globalizacije.*

Nakon odsluženog vojnog roka zaposlio se u Ministarstvu financija, Poreznoj upravi Virovitica, na radno mjesto samostalnog upravnog referenta, gdje je radio do 2005. godine.

Godine 2003. upisao je Poslijediplomski znanstveni studij Marketinga na Ekonomskom fakultetu u Osijeku te ga je s izvrsnim prosjekom ocjena završio u studenom 2007. godine nakon čega je stekao akademski stupanj magistra znanosti. Magistarski studij završio je pod mentorstvom prof. dr. sc. Đurđane Ozretić Došen obranom magistarskog rada na temu *Utjecaj promocijskih aktivnosti na prodaju bankarskih usluga.*

Nakon isteka pripravničkog staža u Poreznoj upravi, u veljači 2005. godine počeo je raditi u Slavonskoj banci, u virovitičkoj podružnici, na radnome mjestu osobnog bankara u poslovanju s građanstvom. Na istome radnome mjestu proveo je dvije godine te je prešao na poslove stručnog suradnika – financijskog savjetnika u poslovanju s pravnim osobama, a nakon toga na radno mjesto voditelja odjela poslovanja s pravnim osobama. Pripajanjem Slavonske banke Hypo-Alpe-Adria banci, od 1. ožujka 2009. godine postao je zaposlenik Hypo-Alpe-Adria banke.

U studenom 2012. prestao je raditi u Hypo-Alpe-Adria banci te je počeo raditi u Raiffeisen banci, u virovitičkoj podružnici, na radnome mjestu višeg voditelja poslovnog odnosa u poslovanju s gospodarstvom i poduzetništvom.

Od 2005. godine radi kao stručni suradnik – predavač u Obrtničkoj komori Virovitica, gdje predaje predmet Gospodarstvo i pravni propisi prilikom stručne izobrazbe obrtnika različitih profesija. Povremeno održava različita stručna predavanja kao gost predavač u Strukovnoj školi Virovitica, Obrtničkoj komori Virovitičko-podravske županije te u Visokoj školi Virovitica.

Tijekom listopada 2011. godine stekao je naslovno nastavno zvanje predavač za znanstveno područje društvenih znanosti, polje ekonomija te je postao vanjski suradnik Visoke škole Virovitica, na kolegijima Financijski menadžment, Logistika u poduzetništvu te Pokretanje i upravljanje poduzetničkim poduhvatom.

U ožujku 2016. godine postaje stalni zaposlenik Visoke škole Virovitica u zvanju višeg predavača te uz postojeće kolegije preuzima kolegije Poduzetništvo, Upravljanje kvalitetom i Upravljanje malim i srednjim poduzećima.

U znanstvenim i stručnim radovima obrađuje tematiku razvoja i unapređenja poduzetništva, prije svega malog i srednjeg poduzetništva, pokretanja poslovnih pothvata i stvaranja uvjeta za unapređenje poduzetničke klime.

POPIS OBJAVLJENIH RADOVA

Udžbenici:

- Ribić, D., Pleša-Puljić, N. (2020): Osnove poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, ISBN: 978-953-0-30293-8
- Ribić D., Blažević Z., Bosnić I., Kiralj D., Bedeković M. (2016.): Poslovni plan, str. 49–71. ur. Oberman Peterka, S., Delić, A., Perić., J., (ur.) (2016): Poduzetništvo u malim I srednjim poduzećima, Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici – poglavlje u knjizi

Priručnici:

- Ribić, D., Šujica, A. (2021): Osnove gospodarstva, priručnik za polaganje majstorskog ispita, Hrvatska obrtnička komora, Zagreb, ISBN: 978-953-99596-5-2

Znanstveni i stručni radovi:

- Ribić, D., „Djelovanje promocije na korištenje usluge dječje štednje“, Tržište, časopis za tržišnu teoriju i praksu, Zagreb, Vol.XX, broj 1, 2008., str. 95-108, ISSN: 0353-4790, UDK: 659:336.722.142-053.2
- Ribić, D., Bedeković, M., Kadlec, Ž. (2017.): Efficiency of business incubators as generators for development of entrepreneurship, Interdisciplinary management research XIII, Opatija 2017., str. 563-576, ISSN 1847-0408
- Blažević Bognar, Z., Ribić, D., Križnjak, V., „The influence of motivators on blood donors attitudes“, Economic and Social Development, 17th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Managerial Issues in Modern Business”, Warsaw, Poland, 20-21 October 2016., Online Edition, str. 128 – 135, ISSN 1849-7535

- Blažević Bognar, Z., Ribić, D., Hegedušić, T., „Importance of continuous research of employer’s needs in Virovitica county for adequate workforce structuring “, Economic and Social Development, 42nd International Scientific Conference on Economic and Social Development, London, United Kingdom, 12-13 June 2019., Online Edition, str. 233 – 242, ISSN 2584-6485
- Ribić, D., Ribić, I., „Social entrepreneurship” Economic and Social Development, 18th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Building Resilient Society“, Zagreb, Croatia, 9-10 December 2016., Online Edition, str. 287 – 298, ISSN 1849-7535
- Bedeković, M., Kadlec, Ž., Ribić, D. (2017): Financial literacy of the student population in professional studies of the college of tourism and IT management in Virovitica// VI. međunarodni znanstveni simpozij Gospodarstvo istočne Hrvatske – vizija i razvoj, Osijek, ISSN 1848-9559, str. 991-1000.
- Kadlec, Ž., Bedeković, M., Ribić, D. (2017): The influence of managing risks on strategic management of enterprises in Virovitica county // VI. međunarodni znanstveni simpozij Gospodarstvo istočne Hrvatske – vizija i razvoj, Osijek, ISSN 1848-9559, str. 202-210
- Ribić, D., Oremuš, I.: (2018): Procurement standards of multinational companies, VII. međunarodni znanstveni simpozij Gospodarstvo istočne Hrvatske – vizija i razvoj, Osijek, ISSN 1848-9559, str. 602-617.
- Ribić, D., Pleša-Puljić, N.: (2018): EDUCATION AS A FACTOR OF SUCCESS IN AGRICULTURAL PRODUCTION OF TOBACCO; , Interdisciplinary management research XIV, Opatija 2018., str. 563-578, ISSN 1847-0408

- Ribić, D., „Sposobnost zaduživanja trgovačkih društava“, Praktični menadžment, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, Vol. I., broj 1., 2010., str. 91 – 96, ISSN: 1847-8107, UDK: 339.7
- Ribić, D., „Procjena kreditnog rizika“, Praktični menadžment, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, Vol. II., broj 2., 2011., str. 107 – 114, ISSN: 1847-8107, UDK: 336:338.3
- Ribić, D., Blažević Bognar, Z., „Utjecaj obrazovne institucije na poticanje i razvoj poduzetništva“, ICEL - 6 Međunarodna konferencija o učenju za poduzetništvo, Zagreb, 27 listopada 2016, ISSN 1849-8310, str. 133-145.
- Ribić, D., Vakanjac, D. (2017): Proces kreditiranja građana od strane banaka u Republici Hrvatskoj, Praktični menadžment, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, Vol. VIII., broj 1., 2017., str. 29 – 37, ISSN: 1849-0689, UDK: 336.77
- Ribić, D., Tutić, K.: (2018): Rudarenje podataka kao podrška procesu odlučivanja, 5 međunarodna konferencija Inovacije tehnologije, edukacija i menadžment, Međimursko Veleučilište u Čakovcu, ISSN: 2584-7562, 79-84
- Ribić, D., Suk, D.: (2019): Crowdfunding modeli, ET²eR – Ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, Vol I, br. 2., 2019., str. 1 – 7, ISSN 2670-8930.
- Ribić, D., Barnaki, M.: (2020): Poduzetnik kao nositelj poduzetničkog pothvata, ET²eR – Ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Virovitica, Vol II, br. 2., 2020., str. 13 – 18, ISSN 2670-8930.