

# Što je poduzetništvo?

---

Oreč, Matej

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:019062>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i  
poslovna ekonomija

Matej Oreč

## **ŠTO JE PODUZETNIŠTVO?**

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i  
poslovna ekonomija

Matej Oreč

## **ŠTO JE PODUZETNIŠTVO?**

Završni rad

**Kolegij: Poduzetništvo**

JMBAG: 0010237635

e-mail: [morec@efos.hr](mailto:morec@efos.hr)

Mentor: prof. dr. sc. Julia Perić

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
University Undergraduate Study Programme  
Economics and Business

Matej Oreč


## **WHAT IS ENTREPRENEURSHIP?**

Final paper

Osijek, 2024.

## IZJAVA

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

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

Ime i prezime studenta/studentice: Matej Orec

JMBAG: 00237635

OIB: 46159672204

e-mail za kontakt: matej.orec@gmail.com

Naziv studija: Prijediplomski studij, Ekonomija i poslovanje ekonomija

Naslov rada: Što je poduzetništvo

Mentor/mentorica rada: Julia Perić

U Osijeku, 28.8.2024. godine

Potpis Matej Orec

# Što je poduzetništvo?

## SAŽETAK

Poduzetništvo je ključni faktor gospodarskog rasta, ali zbog svoje kompleksnosti i širine ne postoji jedinstvena definicija ovog koncepta. Različiti autori ističu različite aspekte poduzetništva, međutim, svi naglašavaju ključne elemente poput preuzimanja kalkuliranog rizika i mobilizacije resursa za ostvarivanje održivih poslovnih pothvata. U današnjem kontekstu, poduzetništvo se sve više promatra kao vitalna kompetencija koja omogućuje pojedincima da uspješno navigiraju kroz kompleksno i dinamično poslovno okruženje.

Ovaj rad analizira poduzetništvo s dva ključna aspekta: prvo, istražuje proces pokretanja specifičnih poslovnih pothvata, uključujući faze razvoja, financiranja i tržišnog lansiranja; drugo, razmatra poduzetništvo kao kompetenciju, naglašavajući važnost vještina i sposobnosti potrebnih za uspjeh u današnjem dinamičnom okruženju. Cilj rada je pružiti detaljnu analizu i uvid u ove aspekte, koristeći relevantnu literaturu i primjere iz prakse, kako bi se razumjeli ključni faktori uspjeha i izazovi s kojima se suočavaju i poduzetnici, ali i ostali pojedinci, bez obzira na svoj karijerni odabir.

**Ključne riječi:** poduzetništvo, pokretanje poslovnog poduhvata, poduzetništvo kao kompetencija, *EntreComp* okvir

## **What is entrepreneurship?**

### **ABSTRACT**

Entrepreneurship is an important driver of economic growth, but due to its complexity and breadth, there is no single definition of this concept. Different authors highlight different aspects of entrepreneurship, but all emphasize crucial elements such as taking calculated risks and mobilizing resources to realize sustainable business ventures. In today's world, entrepreneurship is increasingly seen as a critical skill that enables individuals to successfully navigate a complex and dynamic business environment.

This paper analyzes entrepreneurship from two main perspectives: First, it examines the process of new venture creation, including the stages of development, financing and market launch; second, it looks at entrepreneurship as a competence, emphasizing the importance of skills and abilities required to succeed in today's dynamic environment. The aim of the paper is to provide a detailed analysis and insight into these aspects, drawing on relevant literature and practical examples to understand the key success factors and challenges for both entrepreneurs and others, regardless of their career choice.

**Keywords:** entrepreneurship, new venture creation, entrepreneurship as a competence, EntreComp framework

# SADRŽAJ

<b>1. Uvod</b> .....	1
<b>2. Osnovna definicija poduzetništva</b> .....	2
2.1. Poduzetništvo kao pokretanje poslovnog poduhvata .....	3
2.2. Vrste poduzetništva .....	7
<b>3. Poduzetništvo kao kompetencija</b> .....	10
3.1. Poduzetnički način razmišljanja kao preduvjet osobnog i profesionalnog uspjeha.....	11
3.2. Europski okvir poduzetničkih kompetencija .....	13
3.3. Kako postati poduzetan? .....	16
<b>4. Empirijsko istraživanje</b> .....	20
4.1. Metodologija istraživanja i analiza intervjua .....	20
4.2. Zaključak istraživanja .....	21
<b>5. Zaključak</b> .....	23
<b>6. Literatura</b> .....	23
<b>Popis slika</b> .....	31
<b>Popis tablica</b> .....	31



## 1.Uvod

Poduzetništvo je ključni pokretač gospodarskog rasta, no zbog svoje kompleksnosti i širine ne postoji jedinstvena definicija ovog koncepta. Različiti autori ističu različite aspekte poduzetništva, no sve te definicije u značajnoj mjeri naglašavaju sposobnost preuzimanja kalkuliranog rizika i prikupljanje potrebnih resursa poput novca i ljudi radi pokretanja i ostvarivanja održivog poduzetničkog poduhvata. No, danas se poduzetništvo sve više promatra kao ključnu kompetenciju koja je potrebna svima kako bi prevladali sve izazove današnjeg kompleksnog, dinamičnog i neizvjesnog okruženja. Cilj završnog rada je analizirati poduzetništvo, kako s aspekta pokretanja specifičnih poslovnih pothvata, tako i s aspekta poduzetništva kao kompetencije.

U teorijskom dijelu rada koji naglasak stavlja na poduzetništvo kao pokretanje poduzetničkog pothvata, navest će se brojne prednosti pokretanja poslovnog poduhvata, ističući važnost ustrajnosti i spremnosti za svladavanja budućih izazova. Jedan od ciljeva rada je ukazati da poduzetništvo kroz pokretanje poduzetničkog pothvata predstavlja proces inoviranja, kreiranja proizvoda i njihovu prilagodbu tržištu. U ovom dijelu rada navest će se i analizirati ključne osobine uspješnih poduzetnika poput strasti, kontinuirane želje za učenjem i optimizma, odnosno učenja iz neuspjeha. Osim toga, objasnit će se i analizirati poduzetnički proces i prozor prilika kao ključni pokazatelji uspješnosti poduzetničkih aktivnosti. U teorijskom dijelu rada posvećenom poduzetništvu kao kompetenciji, objasnit će se na što se odnosi poduzetništvo kao kompetencija i kako se poduzetništvo uklapa u ostvarenje osobnih i profesionalnih ciljeva bez obzira na karijerni odabir. Analiza poduzetništva kao procesa pokretanja poduzetničkog pothvata i poduzetništva kao kompetencije, detaljnije će se analizirati kroz empirijski dio rada u kojem će biti intervjuirane dvije osobe različitih poduzetničkih kompetencija i pogleda na poduzetništvo. Jedan od ispitanika je poznati slavonsko-brodski poduzetnik, vlasnik strojarškog poduzeća. Druga osoba nije poduzetnik, ali pokazuje poduzetno razmišljanje i poduzetničke osobine te često preuzima inicijativu kako u privatnom tako i u poslovnom životu. U ovom završnom radu, prilikom analize karakteristika kod osoba koje nisu poduzetnici autor će se, kroz cijeli rad, odnositi na njih koristeći pojam „ne-poduzetnici“.

## 2. Osnovna definicija poduzetništva

Poduzetništvo je dinamičan proces stvaranja, pokretanja i upravljanja novim poslovnim pothvatom s ciljem ostvarivanja profita i stvaranja vrijednosti (Hisrich et al., 2017). To je sposobnost pojedinca ili skupine da prepozna priliku na tržištu, mobilizira potrebne resurse, preuzme rizik i stvori novu vrijednost (Shane & Venkataraman, 2000). Poduzetnik je osoba koja kombinira inovativnost, proaktivnost i spremnost na preuzimanje rizika kako bi pokrenula novi posao ili unaprijedila postojeći. U srži poduzetništva leži kreativnost, strateško razmišljanje i sposobnost pretvaranja ideja u održive poslovne modele (Drucker, 1985). Uspješno poduzetništvo ne samo da donosi financijsku korist pojedincu, već često doprinosi i gospodarskom rastu, stvaranju novih radnih mjesta te tehnološkom i društvenom napretku.

U današnjem brzo mijenjajućem poslovnom okruženju, adaptabilnost je postala ključna za dugoročni uspjeh (Ries, 2011). Poduzetnici moraju biti fleksibilni i spremni prilagoditi svoje strategije, proizvode ili čak cijeli poslovni model kao odgovor na promjene na tržištu, nove tehnologije ili promjene u zakonodavstvu. Ovo zahtijeva konstantno učenje, praćenje tržišta i spremnost na promjenu kada je to potrebno. Koncept poduzetništva se proširio i na područja poput društvenog poduzetništva, koje se fokusira na rješavanje društvenih problema, i unutarnjeg poduzetništva, koje potiče poduzetnički duh zaposlenika unutar postojećih organizacija (Hisrich et al., 2017). Budućnost poduzetništva leži u sposobnosti prilagodbe novim tehnologijama, globalnim izazovima i promjenjivim potrebama društva, uz istovremeno održavanje temeljnih principa inovacije, preuzimanja rizika i stvaranja vrijednosti (Sarasvathy, 2001).

Postoji nekoliko ključnih elemenata koji zajedno čine osnovu uspješnog poslovnog pothvata. Prvi korak je prepoznavanje prilike, što zahtijeva konstantno praćenje tržišnih trendova, razumijevanje potreba potrošača i sposobnost predviđanja budućih potreba (Shane & Venkataraman, 2000). Uspješni poduzetnici često vide prilike tamo gdje drugi vide samo probleme ili prepreke. Nakon prepoznavanja prilike, slijedi inovacija - razvoj novih proizvoda, usluga ili poslovnih modela koji donose dodanu vrijednost (Drucker, 1985). Inovacija ne mora nužno biti revolucionarna; može biti postupna poput poboljšanja postojećeg proizvoda ili procesa. Sljedeći ključni element je prikupljanje resursa, što uključuje osiguravanje financijskih sredstava, okupljanje tima stručnjaka i nabavu potrebne opreme i materijala

(Hisrich et al., 2017). Uspješno prikupljanje resursa često ovisi o sposobnosti poduzetnika da uvjeri druge u vrijednost svoje vizije.

Poduzetništvo je inherentno rizična aktivnost, stoga je upravljanje rizikom ključan aspekt poduzetničkog procesa (Ries, 2011). Poduzetnici moraju biti sposobni procijeniti i upravljati različitim vrstama rizika, uključujući financijske, tržišne, operativne i osobne rizike. Uspješno upravljanje rizikom uključuje pažljivo planiranje, diversifikaciju i sposobnost brzog prilagođavanja promjenama. Krajnji cilj poduzetništva je stvaranje vrijednosti, kako za samog poduzetnika, tako i za kupce, zaposlenike i širu zajednicu (Sarasvathy, 2001). Ovo uključuje generiranje ekonomske vrijednosti kroz profitabilno poslovanje, ali i stvaranje društvene vrijednosti kroz zapošljavanje, inovacije koje poboljšavaju kvalitetu života i doprinose rješavanju društvenih problema. Uspješni poduzetnici često balansiraju između kratkoročnih financijskih ciljeva i dugoročnog stvaranja vrijednosti.

## **2.1. Poduzetništvo kao pokretanje poslovnog poduhvata**

Poduzetništvo u svojoj srži predstavlja proces pokretanja i razvoja novog poslovnog poduhvata. Ovo je dinamičan i često izazovan proces koji zahtijeva od poduzetnika da pretvori inovativnu ideju u održiv i profitabilan poslovni model (Shane & Venkataraman, 2000). Pokretanje poslovnog poduhvata počinje prepoznavanjem tržišne prilike ili neispunjene potrebe, nakon čega slijedi razvoj proizvoda ili usluge koji će tu potrebu zadovoljiti. Poduzetnik tada mobilizira potrebne resurse, uključujući financijska sredstva, ljudski kapital i materijalne resurse, kako bi realizirao svoju viziju (Hisrich et al., 2017).

Proces pokretanja poslovnog poduhvata obuhvaća niz ključnih faza, počevši od konceptualizacije ideje. U ovoj inicijalnoj fazi, poduzetnik identificira poslovnu priliku i razvija ideju za proizvod ili uslugu kroz intenzivno razmišljanje, istraživanje tržišta i analizu konkurencije (Ries, 2011). Primjer za ovu prvu fazu može biti način na koji su osnivači Airbnb-a prepoznali priliku za alternativni smještaj tijekom velikih konferencija u gradovima s nedovoljnim hotelskim kapacitetima.. Sljedeća faza uključuje izradu detaljnog poslovnog plana koji služi kao putokaz za razvoj poslovanja i alat za privlačenje investitora. Jeff Bezos je, pokrećući Amazon, razvio poslovni plan koji je uključivao viziju online knjižare s potencijalom prerastanja u "trgovinu za sve" (Stone, 2014).

Osiguravanje financiranja često je kritična faza koja može uključivati različite izvore, od osobne uštedevine do investicija rizičnog kapitala. Mark Zuckerberg je, primjerice, za

pokretanje Facebooka koristio vlastita sredstva prije privlačenja značajnih investicija (Kirkpatrick, 2010). Pravno strukturiranje poslovanja, koje uključuje odabir pravne forme i izvršavanje potrebnih registracija, može biti posebno izazovno za inovativne poslovne modele, što pokazuje primjer Ubera i njegovih pregovora s lokalnim vlastima u mnogim gradovima (Stone, 2017).

Razvoj proizvoda ili usluge obuhvaća stvaranje prototipa, testiranje i pripremu za proizvodnju ili isporuku, često kroz iterativni proces poboljšanja. Tesla Motors je započeo s luksuznim sportskim automobilom kao dokaz koncepta (proof-of-concept) prije razvoja pristupačnijih modela (Lambert, 2023). Lansiranje na tržište je ključni trenutak kada poduzetnik implementira marketinšku strategiju i uspostavlja odnose s prvim kupcima. Dropbox je, na primjer, koristio inovativnu strategiju viralnog marketinga za brzo širenje korisničke baze (Bodnar, 2022).

Nakon uspješnog lansiranja, fokus se prebacuje na rast i skaliranje poslovanja, što može uključivati širenje na nova tržišta i razvoj novih proizvoda ili usluga. Netflix je uspješno evoluirao od dostave DVD-ova do globalnog streaming servisa, demonstrirajući važnost prilagodbe tržišnim promjenama (Wijnen, n.d.).

Poduzetnik mora biti spreman preuzeti značajan rizik, suočiti se s neizvjesnošću i prevladati brojne prepreke na putu do uspjeha (McMullen & Shepherd, 2006). Uspješno pokretanje poslovnog poduhvata zahtijeva ne samo inovativnost i kreativnost, već i praktične vještine upravljanja, strateško promišljanje i sposobnost brze prilagodbe promjenjivim tržišnim uvjetima. Poduzetnici moraju biti spremni učiti iz svojih pogrešaka, kontinuirano poboljšavati svoj proizvod ili uslugu, te graditi održive odnose s kupcima, dobavljačima i drugim ključnim dionicima (Vashisth et al., 2019). U današnje vrijeme, digitalna transformacija i globalizacija otvorili su nove mogućnosti za pokretanje poslovnih poduhvata, omogućujući poduzetnicima da brže i s manje početnog kapitala lansiraju svoje ideje na tržište. Pojava *e-commerce* platformi, društvenih medija i cloud tehnologija značajno je smanjila barijere ulaska u mnoge industrije. Međutim, ovi trendovi su također povećali konkurenciju i potrebu za kontinuiranom inovacijom i prilagodbom (Brynjolfsson & McElheran, 2019).

Bitno je napomenuti da poduzetništvo nije ograničeno samo na pokretanje novih samostalnih poduzeća. Koncept korporativnog poduzetništva odnosi se na poduzetničke aktivnosti unutar postojećih organizacija. Pokretanje poslovnog poduhvata kroz poduzetništvo nije samo put k osobnom i financijskom uspjehu pojedinca, već i ključan pokretač ekonomskog rasta, stvaranja

radnih mjesta i društvenih promjena. Uspješni poduzetnički poduhvati, poput onih Elona Muska (Tesla, SpaceX) ili Sare Blakely (Spanx), pokazuju kako ustrajnost, prilagodljivost i spremnost na preuzimanje rizika mogu dovesti do stvaranja inovativnih poslovnih modela koji imaju potencijal promijeniti industrije, riješiti društvene probleme i stvoriti značajnu vrijednost za širu zajednicu.

Suvremeno poduzetništvo sve više prepoznaje važnost održivosti kao ključnog elementa uspješnog poslovnog poduhvata. Održivost, koja obuhvaća brigu za okolinu, društvo i zajednicu, postaje temelj na kojem se grade uspješni poduzetnički projekti. Ovo znači da poduzetnici, osim fokusa na ekonomsku održivost svog poslovanja, moraju razmotriti i svoj utjecaj na okoliš, dobrobit zaposlenika i lokalnih zajednica, te šire društvene implikacije svojih aktivnosti. Primjeri kao što su Patagonia u modnoj industriji ili Tesla u automobilske industriji, pokazuju kako integracija održivosti u srž poslovnog modela može ne samo doprinijeti društvu i okolišu, već i stvoriti snažnu konkurentsku prednost i lojalnost kupaca. Ovakav pristup poduzetništvu, koji balansira ekonomske ciljeve s ekološkom i društvenom odgovornošću, postaje sve važniji u svijetu suočenom s klimatskim promjenama i rastućim društvenim nejednakostima, postavljajući temelje za novu generaciju poduzetnika koji će oblikovati održiviju budućnost.

Slika 1. prikazuje ključne elemente poduzetničkog procesa, uključujući centralne komponente kao što su prilika, resursi, te vanjske faktore i izazove s kojima se poduzetnici suočavaju. Posebno je naglašena uloga osnivača i važnost održivosti kao temelja cijelog procesa.

Slika 1: Poduzetnički proces

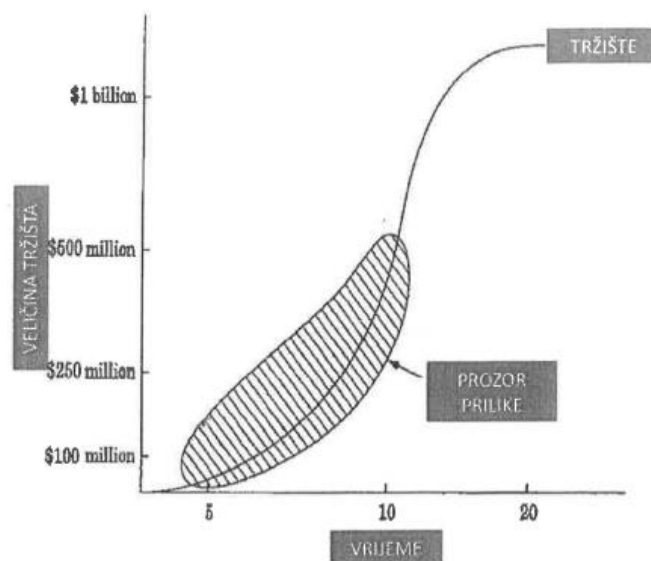


Izvor: Timmons i Spinelli (2009)

Iako se često može čuti kako poduzetnici ostvaruju svoj uspjeh na temelju sreće, Timmons i Spinelli (2009.) navode tri elementa koji čine osnovu poduzetničkog procesa: poslovna prilika, resursi i tim (slika 1). Prema autorima poduzetnik je nositelj poduzetničkih aktivnosti te samim time mora biti svjestan svog okruženja i svih internih i eksternih čimbenika koji mogu utjecati na njegov uspjeh. Iako je ideja jako važna ona nije presudna za uspjeh poduzeća što se može iščitati i iz samog modela jer nije prikazana kao osnovni element. Imati ideju ne osigurava i pokretanje poslovnog pothvata jer je ideja samo misao. Za pretvaranje ideje u konkretan projekt, ključno je temeljito istražiti tržište kako bi poduzetnik bio siguran da postoji potreba za njegovom idejom i kako ima ideju koja kupcima nosi neku dodanu vrijednost. Istraživanjem tržišta poduzetnik si osigurava ulazak na pravo tržište i u pravo vrijeme, osiguravajući optimalan "prozor prilika" (slika 2). Prerani ulazak na tržište povećava troškove promocije i edukacije kupaca koji još uvijek nisu svjesni potrebe za proizvodom ili uslugom. S druge strane, kasni ulazak na tržište može rezultirati borbom na već zasićenom tržištu, gdje je konkurencija jaka, a postojeći brandovi već imaju lojalne kupce, što otežava osvajanje tržišnog udjela.

Važan aspekt pokretanja poslovnog poduhvata je prepoznavanje pravog trenutka za ulazak na tržište. Slika 2 prikazuje koncept "prozora prilike" u razvoju tržišta.

Slika 2. Prozor prilika



Izvor: obrada autora prema Timmons i Spinelli (2003)

Prema Barringeru i Irelandu (2010.) ključno je da poduzetnik uđe na tržište kada je "prozor prilika" otvoren. Rani ili kasni ulazak na tržište može rezultirati gubitkom dobiti, lošijom pozicijom na tržištu i smanjenim uspjehom. Stoga je na poduzetniku da pažljivo procijeni je li njegova ideja konkurentna, pravovremena, privlačna te dugoročno isplativa kao i koliko će vremena i truda uložiti u nju kako bi je uspješno predstavio tržištu. Kako navode Timmons i Spinelli (2009), razvoj poduzetničkog pothvata ne ovisi samo o poduzetničkoj prilici nego i resursima, timu, ali i samom poduzetniku i njegovim poduzetničkim vještinama.

## 2.2. Vrste poduzetništva

Promatrajući poduzetništvo s različitih aspekata, poput njegovog predmeta poslovanja i veličine, mogu se identificirati tri osnovne vrste:

- tradicionalno
- korporacijsko i
- društveno ili socijalno.

Tradicionalno poduzetništvo obuhvaća mikro, mala i srednja poduzeća (tablica 1). Poduzetnik u ovom modelu ulaže svoje resurse, preuzima određeni rizik te pruža usluge s ciljem zadovoljenja potreba kupaca i postizanja profita. Tubić et al. (2016:27) govore kako ova poduzeća djeluju neovisno, bez monopola na tržištu te igraju ključnu ulogu u generiranju radnih mjesta, potičući rast gospodarstva i podržavajući savjesno poslovanje.

Tablica 1: Mikro, mala i srednja poduzeća

Veličina poduzeća	Broj zaposlenih	Godišnji prihod (EUR)	Vrijednost aktive (EUR)
Mikro poduzeće	Manje od 10	Manje od 700,000	Manje od 350,000
Mikro poduzeće	Do 50	Manje od 8,000,000	Manje od 4,000,000
Srednje poduzeće	Do 250	Do 40,000,000	Do 80,000,000

Izvor: Europska unija, *Preporuka Komisije 2003/361/EZ od 6. svibnja 2003. o definiciji mikro, malih i srednjih poduzeća*. Službeni list Europske unije, L 124, 20.5.2003. str. 36-41. Dostupno na: [eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu)

Tradicionalno poduzetništvo u Hrvatskoj obuhvaća osnivanje i vođenje malih i srednjih poduzeća (MSP), koja često služe lokalnoj zajednici i pružaju specifične proizvode ili usluge. Prema definiciji iz 2020. godine Hrvatske gospodarske komore, MSP-a se definiraju prema broju zaposlenih, godišnjem prihodu i vrijednosti aktive (Hrvatska gospodarska komora, 2021). Obiteljski restorani, zanatske radionice i lokalne trgovine su tipični primjeri tradicionalnog poduzetništva koji igraju ključnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i ekonomskom razvoju lokalnih zajednica. Tradicionalni poduzetnici često se suočavaju s izazovima kao što su pristup financiranju, konkurencija i prilagodba tržišnim promjenama. Prema istraživanju Hrvatske gospodarske komore, tradicionalno poduzetništvo predstavlja temelj lokalne ekonomije te doprinosi očuvanju kulturne baštine i identiteta (Hrvatska gospodarska komora, 2021).

Jedan od takvih primjera tradicionalnog poduzetništva je obiteljski restoran "Kod Ruže" u Zagrebu, koji već više od 30 godina uspješno posluje. Ovaj restoran nije samo mjesto za gastronomski užitek, već je i važan čimbenik lokalne zajednice. "Kod Ruže" se ponosi svojom domaćom kuhinjom i autentičnim gostoprimstvom, što privlači stalne posjetitelje i turiste iz cijelog svijeta (Hrvatska gospodarska komora, 2021). Osim toga, restoran aktivno podržava lokalne dobavljače i sudjeluje u kulturnim događajima u svom kvartu, što ga čini integralnim dijelom zajednice

Korporacijsko poduzetništvo predstavlja strategiju unutar većih organizacija koja potiče zaposlenike na inovativnost i razvoj novih ideja unutar postojećih struktura. Ova praksa nije samo ključna za održavanje konkurentnosti, već i za poticanje internog poduzetničkog duha među zaposlenicima. Prema istraživanju koje su proveli Kuratko, Hornsby i Hayton (2015), korporacijsko poduzetništvo može značajno doprinijeti inovacijama i bržem razvoju novih proizvoda i usluga. Izazovi korporacijskog poduzetništva uključuju potrebu za usklađivanjem između redovnih operacija i razvoja novih ideja, kao i osiguranje podrške i resursa za uspješno ostvarenje inovacija. Važno je da organizacije pruže poticajno okruženje koje potiče kreativnost i poduzetnički duh među svojim zaposlenicima, što može donijeti dugoročne koristi u smislu inovacija i tržišne konkurentnosti (Kuratko, Hornsby i Hayton, 2015). Jedan od zanimljivih primjera korporacijskog poduzetništva, prema Povijač (2023), je program "20% vremena za projekte" u Googleu, gdje se zaposlenicima omogućuje da izdvoje dio svog radnog vremena za rad na vlastitim projektima izvan njihovih redovnih dužnosti. Ovaj pristup rezultirao je brojnim inovacijama koje su postale ključne za Googleovu dominaciju u području tehnologije i internetskog poslovanja.



Društveno ili socijalno poduzetništvo predstavlja poseban oblik poduzetništva koji se fokusira na rješavanje društvenih i ekoloških problema kroz inovativne poslovne modele. U Hrvatskoj, društveno poduzetništvo sve više dobiva na značaju kao integracija društvenih vrijednosti u poslovne prakse koje doprinose općem dobru (Alfirević et al., 2015). Jako je važno naglasiti da društveno poduzetništvo nije isto što i društveno odgovorno poslovanje. Društveno odgovorno poslovanje dio je tradicionalnog poduzetništva, odnosno profitno orijentiranih poduzeća koji žele da generiranje profita ne bude samo sebi svrha, nego da se ono ostvaruje društvenom odgovornošću i uzimanjem u obzir potreba svih unutarnjih i vanjskih dionika poduzeća.

Društveni poduzetnici često svoje poslovne aktivnosti usmjeravaju prema rješavanju konkretnih društvenih izazova, kao što su nezaposlenost među marginaliziranim skupinama, siromaštvo, nedostatak pristupa obrazovanju ili zaštita okoliša. Kako navodi Udruga Sunce (2022.) na svojoj službenoj stranici, društveno poduzeće u Hrvatskoj nije zakonski definirano te se može obavljati kao trgovačko društvo, zadruga, obrt, udruga ili ustanova. Navode i kako u Hrvatskoj ne postoje direktni poticaji za razvoj društvenog poduzeća te kako se njihov razvoj potiče kroz sredstva iz brojnih fondova i natječaja.<sup>1</sup>

Jedan od primjera društvenog poduzeća u Hrvatskoj je socijalna zadruga Humana Nova. Kako opisuje BIZkoshnica (2022) u svome blog-u, to je društveno poduzeće koje zapošljava osobe s invaliditetom i ostale marginalizirane skupine, koje od doniranog tekstila i otpada izrađuju nove odjevne predmete. Dalje navode kako svojim načinom poslovanja generiraju profit brinući se o povećanju kvalitete života slabo zapošljivih skupina te se brinu o zaštiti okoliša.

Izazovi s kojima se suočavaju društveni poduzetnici uključuju pristup financiranju koji je specifično usmjeren prema njihovom društvenom utjecaju, edukaciju tržišta o vrijednosti njihovih proizvoda ili usluga te prepoznavanje njihovog društvenog utjecaja od strane šire zajednice (Ebrahim & Rangan, 2014; Nicholls, 2020; Vedula et al. (2022).

---

<sup>1</sup> <https://sunce-st.org/vijesti/sto-je-drustveno-poduzetnistvo/> {pristupljeno 30.8.2024.}

### 3. Poduzetništvo kao kompetencija

Poduzetništvo se definira kao proces stvaranja inovacija kroz prepoznavanje poslovnih prilika, preuzimanje rizika i stvaranje dodatnih vrijednosti za tržište. Prema Barringeru i Irelandu (2010), poduzetništvo obuhvaća sustavni proces prepoznavanja prilika i pokretanja novih poslovnih pothvata s ciljem stvaranja vrijednosti. U suvremenom poslovanju, poduzetništvo se smatra ključnom kompetencijom jer uključuje niz vještina, znanja i stavova koji su nužni za uspješno vođenje poslovnih inicijativa.

Šipić (2012) ističe nekoliko ključnih poduzetničkih kompetencija kao što su inovativnost, kreativnost, sposobnost preuzimanja rizika, samoinicijativnost, proaktivnost te vještine vođenja i upravljanja. Ove kompetencije omogućuju poduzetnicima da prepoznaju i iskoriste poslovne prilike, upravljaju neizvjesnostima i rizicima te učinkovito upravljaju timovima i resursima.

Važnost poduzetničkih kompetencija posebno se očituje u doprinosu ekonomskom rastu i društvenim promjenama. Kružić (2007) naglašava kako poduzetništvo potiče ekonomski rast inovacijama i stvaranjem novih radnih mjesta. Prema podacima Europske komisije (2019), mala i srednja poduzeća čine više od 50% BDP-a u mnogim zemljama jer poduzetnici često rješavaju društvene probleme kroz inovativne proizvode i usluge, čime doprinose pozitivnim promjenama u društvu.

Razvijanje poduzetničkih kompetencija ključno je za osobni i profesionalni rast pojedinaca. Obrazovni programi, radionice, stvarni poslovni projekti i mentorstvo od strane iskusnih poduzetnika igraju ključnu ulogu u stjecanju potrebnih vještina i znanja. Primjerice, programi poput Međunarodnog studentskog startup natjecanja nude specijalizirane tečajeve koji pomažu razviti specifične poduzetničke vještine (Stup, 2023). Primjeri iz prakse, poput uspješne priče Mate Rimca i njegovog poduzeća Rimac Automobili (2024), ilustriraju konkretne prednosti poduzetničkih kompetencija i njihovu primjenu u različitim industrijama.

Poduzetništvo kao kompetencija obuhvaća širok spektar vještina i znanja koji nisu ključni samo za uspješno vođenje poslovnih pothvata. Podrazumijeva se razvoj kompetencija koje su potrebne svima koji žele upravljati osobnim razvojem i razvijati poduzetan način promišljanja i djelovanja.

### 3.1. Poduzetnički način razmišljanja kao preduvjet osobnog i profesionalnog uspjeha

Poduzetnički način razmišljanja igra ključnu ulogu u postizanju uspjeha ne samo u poslovnom svijetu, već i u svakodnevnom životu. On uključuje niz karakteristika i stavova koji su neophodni za vođenje poslovnih pothvata ka uspjehu, ali i za osobni i profesionalni razvoj svakog pojedinca.

Primjeri uspješnih poduzetnika poput Elona Musk-a jasno pokazuju kako poduzetnički način razmišljanja može biti ključan za postizanje izvanrednih rezultata u poslovanju. Musk je poznat po svojoj vizionarskoj sposobnosti i hrabrosti u preuzimanju rizika kroz kompanije poput SpaceX-a, Tesle i Neuralink, transformirajući industrije svemirskih letova, električnih vozila i neurotehnologije (Barringer & Ireland, 2010). Međutim, važno je naglasiti da poduzetnički način razmišljanja nije rezerviran samo za osnivače velikih kompanija. Svaki pojedinac može usvojiti ove principe i primijeniti ih u svom svakodnevnom životu i radu, što može dovesti do značajnih poboljšanja u osobnom i profesionalnom razvoju.

Prema Barringeru i Irelandu (2010), poduzetnički način razmišljanja naglašava sljedeće ključne aspekte:

**Vizionarstvo** - Uspješni poduzetnici imaju sposobnost prepoznavanja prilika i viziju za budućnost. Njihova sposobnost da vide stvari izvan ustaljenih okvira često ih vodi k inovativnim rješenjima. Istraživanja pokazuju da su poduzetnici koji imaju vizionarski pogled skloniji uspjehu i postizanju dugoročnih ciljeva. Na primjer, Baum, Locke i Kirkpatrick (1998) otkrivaju da poduzetnici koji su usmjereni na dugoročne ciljeve često imaju veću motivaciju i odlučnost u ostvarivanju svojih vizija. Za ne-poduzetnike, vizionarsko razmišljanje može biti korisno u planiranju karijere, postavljanju osobnih ciljeva ili doprinosu inovacijama unutar postojećih organizacija.

**Sposobnost preuzimanja rizika** - Spoznaja o važnosti rizika te hrabrost za suočavanje s njima često razlikuje poduzetnike od drugih osoba jer su spremniji prihvatiti rizike kako bi ostvarili svoje ciljeve (Šipić, 2012). Istraživanja su pokazala da poduzetnici koji su spremni preuzeti umjerene rizike obično imaju veću vjerojatnost postizanja većih nagrada. Na primjer, studija *"Balancing Risk and Reward in Entrepreneurial Ventures"* otkriva da poduzetnici koji su usmjereni na pronalaženje optimalne ravnoteže između rizika i nagrade često postižu bolje

rezultate u poslovanju.<sup>2</sup> Za ne-poduzetnike, preuzimanje rizika često znači preuzimanje odgovornosti za ishode svojih odluka. To ne uključuje samo potencijalne financijske gubitke ili neuspjeh projekata, već i odgovornost za svoju osobnu dobrobit, ali i dobrobit tima i održivost poslovanja. Preuzimanje odgovornosti za rizike znači biti spreman snositi posljedice, bilo one pozitivne ili negativne. Ne-poduzetnici mogu koristiti slične vještine u svojim karijerama i osobnim životima, učeći kako odgovorno pristupiti rizicima i snositi odgovornost za njih (Jones, 2012).

**Inovativnost i kreativnost** - Poduzetnici su često inovatori. Njihova kreativnost omogućuje razvoj novih proizvoda ili usluga koji zadovoljavaju potrebe tržišta na nove načine (Šipić, 2012). Za ne-poduzetnike, razvijanje inovativnog i kreativnog razmišljanja može dovesti do poboljšanja radnih procesa, rješavanja problema na nov način ili stvaranja novih ideja u bilo kojem području života.

**Samopouzdanje i upornost** - Samopouzdana poduzetnici vjeruju u sebe i u svoje sposobnosti. Oni su odlučni u postizanju svojih ciljeva i spremni su se boriti unatoč preprekama (Kružić, 2007). Za sve pojedince, bez obzira koji karijerni put odabrali, ove osobine su ključne za prevladavanje izazova, ustrajanje u teškim situacijama i postizanje dugoročnih ciljeva.

**Vještine vođenja** - Poduzetnici trebaju razviti vještine vođenja kako bi uspješno upravljali svojim timovima i organizacijama (Šipić, 2012). Za poduzetnike, ove vještine su ključne jer omogućuju učinkovito postavljanje ciljeva, motiviranje tima i donošenje strateških odluka. Za ne-poduzetnike, vještine vođenja poboljšavaju sposobnost upravljanja projektima, timovima i osobnim karijerama, te omogućuju bolju suradnju i komunikaciju unutar organizacija.

**Vještine komunikacije** - Komunikacijske vještine su ključne za uspostavljanje odnosa s klijentima, partnerima i zaposlenicima (Šipić, 2012). Poduzetnici ih koriste za pregovaranje, prodaju i izgradnju mreže poslovnih kontakata. Za ne-poduzetnike, ove vještine omogućuju jasnu i učinkovitu komunikaciju s kolegama, nadređenima i klijentima, što doprinosi profesionalnom rastu i uspjehu u različitim radnim okruženjima.

**Vještine prodaje i pregovaranja** - Poduzetnici često moraju biti dobri prodavači i pregovarači kako bi uspješno promovirali svoje proizvode ili usluge te ostvarili uspješne poslovne dogovore (Kružić, 2007). Ove vještine su ključne za povećanje prihoda i širenje poslovanja. Za ne-poduzetnike, vještine prodaje i pregovaranja mogu pomoći u postizanju boljih uvjeta pri

---

<sup>2</sup> <https://fastercapital.com/content/Entrepreneurial-risk--Risk-vs--Reward--Balancing-Entrepreneurial-Ventures.html> {pristupljeno 30.8.2024.}

zapošljavanju, pregovaranju o plaći ili suradnji na projektima, te u osobnom životu pri svakodnevnim pregovorima.

**Financijske vještine** - Razumijevanje financija i sposobnost upravljanja financijskim resursima ključne su za dugoročni uspjeh poduzetničkog pothvata. Poduzetnicima pomažu u planiranju, praćenju i optimizaciji poslovnih troškova i prihoda. Za ne-poduzetnike, financijske vještine su korisne za osobno financijsko planiranje, upravljanje proračunom te donošenje informiranih odluka o ulaganjima i štednji, što može značajno poboljšati financijsku stabilnost i sigurnost.

Poduzetničkim načinom razmišljanja i djelovanja pomaže se razvoju i unapređenju kvalitete života u cijeloj zajednici. Poduzetništvo kao jedna od ovih osam kompetencija uključuje sposobnost pretvaranja ideja u akciju kroz inovativnost, kreativnost, preuzimanje rizika i upravljanje projektima. Ova kompetencija nije vezana samo uz pokretanje vlastitog biznisa, već se odnosi na razvoj poduzetničkog načina razmišljanja koji omogućava pojedincima da prepoznaju prilike, rješavaju probleme i pridonose pozitivnim promjenama u svojoj zajednici, neovisno o njihovom profesionalnom putu. Stoga je razvijanje poduzetničkih kompetencija ključno za osobni i profesionalni razvoj svih građana. Ovaj pristup promiče aktivno sudjelovanje građana u gospodarstvu te jača njihovu sposobnost za suočavanje s izazovima i ostvarivanje osobnog i profesionalnog razvoja.

Poduzetničke inicijative često su pokretač gospodarskog rasta, potiču konkurenciju, stvaraju nove poslovne prilike i povećavaju produktivnost. Organizacije mogu poticati poduzetnički duh među svojim zaposlenicima kroz različite mjere kao što su poticanje kreativnosti i inovacija, osnaživanje autonomije i odgovornosti, te pružanje potpore za razvoj novih ideja i projekata (Stanić, Ileš i Perić, 2022). Dodatno, stvaranje poticajnog radnog okruženja koje cijeni rizik i nagrađuje poduzetničke inicijative može biti ključno za razvoj poduzetničkog duha unutar organizacije (Bračun, 2020).

### **3.2. Europski okvir poduzetničkih kompetencija**

*The Entrepreneurship Competence Framework* (EntreComp) predstavlja ključni koncept u proučavanju poduzetničkih vještina i sposobnosti koji definira što znači biti poduzetnik u širem smislu, obuhvaćajući razne aspekte osobnog i profesionalnog razvoja (McCallum et al., 2018). Ovaj okvir pruža strukturirani pristup razumijevanju i procjeni kompetencija potrebnih za

uspješno vođenje poduzetničkih pothvata, projekata ili različitih aktivnosti. Kroz svoje dimenzije i pokazatelje, EntreComp omogućuje analizu individualnih i kontekstualnih faktora koji utječu na poduzetnički uspjeh (Bacigalupo et al., 2016).

EntreComp se temelji na pretpostavci da su poduzetničke kompetencije višedimenzionalne i dinamičke prirode te kako se razvijaju kroz iskustvo, obrazovanje i interakciju s okolinom. EntreComp se sastoji od tri glavna područja i 15 ključnih kompetencija prikazanih u obliku cvijeta (Slika 3).

Slika 2: EntreComp cvijet



Izvor: McCallum, E., Weicht, R., McMullan, L., & Price, A. (2018). *EntreComp into action-Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework* (No. JRC109128). Joint Research Centre. Dostupno na: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC109128> .

Tri glavna područja su: ideje i prilike (*Ideas and Opportunities*), resursi (*Resources*) i provedba u djelo (*Into Action*), pri čemu svako područje obuhvaća po pet kompetencija koje bi svi trebali razvijati (McCallum et al., 2018):

- Područje **ideje i prilike** uključuje: prepoznavanje prilika (*Spotting Opportunities*), kreativnost (*Creativity*), viziju (*Vision*), vrednovanje ideja (*Valuing Ideas*) te etičko i održivo razmišljanje (*Ethical and Sustainable Thinking*)
- Područje **resursi** uključuje: samopouzdanje (*Self-Awareness and Self-Efficacy*), motivaciju i ustrajnost (*Motivation and Perseverance*), mobiliziranje resursa (*Mobilizing Resources*), financijsku i ekonomsku pismenost (*Financial and Economic Literacy*) te mobiliziranje drugih (*Mobilizing Others*)

- Područje **provedba u djelo** uključuje: poduzimanje inicijative (*Taking the Initiative*), planiranje i upravljanje (*Planning and Management*), upravljanje nesigurnošću, nejasnoćama i rizicima (*Coping with Uncertainty, Ambiguity, and Risk*), rad sa suradnicima (*Working with Others*) te učenje iz iskustva (*Learning through Experience*). Tablica 2 prikazuje detaljan opis svake kompetencije.

Tablica 2: Opis ključnih kompetencija prema EntreComp okviru

Područje	Kompetencija	Opis
<b>Ideje i prilike</b>	Prepoznavanje prilika	Sposobnost uočavanja prilika za stvaranje vrijednosti
	Kreativnost	Razvijanje kreativnih i svrhovitih ideja
	Vizija	Razvijanje vizije za budućnost
	Vrijednosti drugih	Prepoznavanje i vrednovanje ideja drugih
	Etičko i održivo razmišljanje	Promicanje etičkog ponašanja i održivosti
<b>Resursi</b>	Samopouzdanje	Vjerovanje u vlastite sposobnosti
	Motivacija i ustrajnost	Ostati motiviran i uporan unatoč preprekama
	Mobiliziranje resursa	Prikupljanje i upravljanje potrebnim resursima
	Financijska i ekonomska pismenost	Razumijevanje financijskih i ekonomskih koncepata
	Mobiliziranje drugih	Motiviranje i angažiranje drugih
<b>Provedba u djelo</b>	Poduzimanje inicijative	Iniciranje projekata i aktivnosti
	Planiranje i upravljanje	Učinkovito planiranje i upravljanje projektima
	Upravljanje nesigurnošću, nejasnoćama i rizicima	Upravljanje rizicima i neizvjesnostima
	Rad sa suradnicima	Suradnja i rad u timovima

	Učenje iz iskustva	Kontinuirano učenje i poboljšavanje kroz iskustvo
--	--------------------	---------------------------------------------------

Izvor: obrada autora prema McCallum et al. (2018)

Primjena ovog okvira može imati značajan utjecaj na razvoj poduzetničkog ekosustava. Kroz obrazovne programe, podršku poduzetničkim inicijativama i razvoj politika poticanja poduzetništva, EntreComp okvir može doprinijeti stvaranju povoljnog okruženja za razvoj poduzetničkog potencijala pojedinaca i zajednica (Bacigalupo et al., 2016).

### 3.3. Kako postati poduzetan

Razvijanje poduzetničkog načina razmišljanja nije ograničeno samo na one koji žele pokrenuti vlastito poslovanje; to je vještina i pristup životu koji može koristiti svakome u profesionalnom i osobnom razvoju (Kuratko, 2016). Ovaj način razmišljanja potiče proaktivnost, inovativnost i sposobnost prepoznavanja prilika u svakodnevnom životu.

Iako se pojmovi poput rizika, izazova i neizvjesnosti često povezuju s poduzetništvom, isti principi mogu se primijeniti na osobni rast, karijerni razvoj i rješavanje svakodnevnih problema (Drucker, 1985). Razvijanje poduzetničkog načina razmišljanja otvara mogućnosti za kreativnost, inovaciju i ostvarenje vlastitih ciljeva u bilo kojem području života.

Bez obzira na status koji osoba ima bilo to student, zaposlenik, menadžer ili poduzetnik, postoji niz koraka koje je moguće poduzeti radi razvijanja poduzetničkih vještine i njihove primjene (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017). Ove vještine mogu doprinijeti isticanju na radnom mjestu, napredovanju u karijeri ili jednostavno, poboljšanju pristupa svakodnevnim izazovima.

Ovaj rad istražuje ključne strategije i korake za razvoj poduzetničkog načina razmišljanja koji se mogu primijeniti u različitim životnim situacijama. Cilj je pružiti sveobuhvatne smjernice i primjenjive savjete za uspješan osobni i profesionalni razvoj, koristeći principe poduzetničkog razmišljanja

Razvijanje poduzetničkog duha zahtijeva holistički pristup koji, prema različitim autorima, uključuje samoprocjenu, kontinuirano obrazovanje, aktivno umrežavanje, temeljito istraživanje okruženja i hrabro poduzimanje akcija. Ovi principi mogu se primijeniti u različitim aspektima života, od unaprjeđenja radnog mjesta do osobnih projekata i društvenog angažmana.



- **Samoprocjena:**

Prije pokretanja poslovnog pothvata, ključno je objektivno procijeniti vlastite snage, slabosti, interese i vrijednosti. Ova procjena omogućuje usklađivanje poduzetničkog puta s osobnim ciljevima, preferencijama i prethodnim iskustvom. Samoprocjena igra ključnu ulogu u oblikovanju poduzetničkih odluka jer pomaže u usmjeravanju aktivnosti prema jedinstvenim potrebama i sposobnostima pojedinca. Analiza osobnih karakteristika i iskustava može pružiti jasniju sliku o tome kako najbolje iskoristiti svoje prednosti i adresirati slabosti (Mitchelmore & Rowley, 2010; Rath 2007).

Mitchelmore i Rowley (2010) naglašavaju da razumijevanje vlastitih snaga i slabosti može pomoći u identifikaciji područja za poboljšanje i pružiti smjernice za daljnji profesionalni razvoj. Slično tome, Lyons i Lichtenstein (2010) ističu da samoprocjena omogućuje poduzetnicima da bolje razumiju svoje interese i vrijednosti, što može olakšati donošenje odluka u vezi s poslovnim prilikama i strategijama. Ova procjena također doprinosi razvoju samopouzdanja i sposobnosti donošenja odluka temeljenih na realnim procjenama vlastitih sposobnosti i resursa što je važno i za ne-poduzetnike.

- **Obrazovanje:**

Kontinuirano obrazovanje igra ključnu ulogu u razvoju poduzetničkih vještina i znanja. Sudjelovanje u tečajevima, seminarima ili specijaliziranim programima za poduzetništvo pruža temeljito razumijevanje poslovnih principa, strategija upravljanja, financijske pismenosti i drugih ključnih područja (Kuratko et al., 2015; Neck, Neck & Murray, 2020). Ovi oblici obrazovanja pomažu poduzetnicima u usvajanju vještina koje su nužne za uspješno vođenje i razvoj poslovanja, uključujući sposobnost upravljanja financijama, analiziranja tržišta i razvijanja učinkovitih poslovnih strategija.

Za ne-poduzetnike, obrazovanje u području poduzetništva može značiti više od same pripreme za pokretanje vlastitog poslovanja. Razumijevanje osnovnih poslovnih principa i upravljačkih strategija može im pomoći u profesionalnom razvoju i unapređenju svojih karijera unutar organizacija. Ne-poduzetnici mogu steći vrijedne vještine koje poboljšavaju njihovu sposobnost donošenja odluka, povećavaju njihovu financijsku pismenost i doprinose razvoju sposobnosti rješavanja problema, što može dovesti do unapređenja na postojećim radnim mjestima ili otvaranja novih profesionalnih prilika.

- **Umrežavanje:**

Izgradnja mreže profesionalnih kontakata od suštinskog je značaja za uspjeh u

poduzetništvu. Aktivno sudjelovanje na događajima, konferencijama i društvenim okupljanjima omogućava povezivanje s drugim poduzetnicima, investitorima, mentorima i potencijalnim partnerima. *Networking* pruža priliku za razmjenu ideja, stvaranje suradničkih odnosa i pronalaženje podrške unutar poduzetničke zajednice (Hoang & Antoncic, 2003; McKown, 2019).

Za ne-poduzetnike, umrežavanje također ima važno značenje. U profesionalnom kontekstu, razvijanje mreže kontakata može otvoriti vrata novim prilikama i pomoći u napredovanju u karijeri. Sudjelovanjem na profesionalnim događajima i održavanjem kontakta s kolegama iz industrije, ne-poduzetnici mogu dobiti vrijedne informacije, savjete i podršku koja može poboljšati njihov radni učinak i otvoriti nove mogućnosti za profesionalni razvoj. Osim toga, umrežavanje može pomoći u pronalaženju mentora, uspostavljanju poslovnih veza i stjecanju novih znanja i vještina koje su korisne za unapređenje njihove trenutne karijere ili pripremu za buduće izazove.

- **Istraživanje tržišta:**

Temeljito istraživanje tržišta ključno je za razumijevanje potreba potrošača, identifikaciju konkurencije i pronalaženje prilika za inovacije. Analiza tržišta omogućuje usmjeravanje poslovnog modela prema stvarnim potrebama tržišta i minimiziranje rizika (Gioia et al., 2013; Osterwalder & Pigneur, 2010).

Za ne-poduzetnike, istraživanje tržišta ima značajnu vrijednost u kontekstu razumijevanja dinamičnih tržišnih uvjeta i potreba potrošača, što može pomoći u donošenju informiranih odluka. Temeljito istraživanje tržišta omogućuje organizacijama da prepoznaju promjene u preferencijama potrošača, nove trendove i područja rasta, što je važno za prilagodbu poslovnih strategija i razvoj proizvoda ili usluga koje su usklađene s potrebama korisnika. Također, istraživanje tržišta pomaže ne-poduzetnicima da prepoznaju tržišne praznine i prilike za inovacije, čime se smanjuje poslovni rizik i povećava konkurentnost. U konačnici, kvalitetna analiza tržišta doprinosi boljem razumijevanju konkurencije i jačanju poslovne strategije, što može biti ključno za profesionalni razvoj i uspjeh u bilo kojoj industriji.

- **Poduzimanje akcija:**

Bez obzira na razinu pripreme, ključni korak u postizanju uspjeha u poduzetništvu je poduzimanje akcija. To uključuje postavljanje ciljeva, izradu poslovnog plana,

stvaranje proizvoda ili usluga, tržišno pozicioniranje, prodajne aktivnosti i kontinuiranu prilagodbu prema povratnim informacijama (Blank, Dorf, 2020; Ries, 2017).

Za ne-poduzetnike, poduzimanje akcija također ima značajnu primjenu. Ova faza procesa omogućuje ljudima da prepoznaju važnost praktične implementacije ideja i strategija u svakodnevnom poslovanju i profesionalnom životu. Postavljanje ciljeva i izrada planova mogu pomoći u organiziranju i strukturiranju rada, dok tržišno pozicioniranje i prodajne aktivnosti mogu doprinijeti uspjehu i rastu u poslovnim ulogama. Kontinuirana prilagodba prema povratnim informacijama može poboljšati profesionalne vještine i radnu učinkovitost, čak i za one koji nisu izravno uključeni u poduzetništvo. Osim toga, razumijevanje važnosti poduzimanja akcija može pomoći ne-poduzetnicima da prepoznaju i iskoriste prilike za profesionalni razvoj, unaprijede svoje strategije i osiguraju bolje rezultate na profesionalnom i privatnom planu.

Primjeri uspješnih poduzetnika, poput Oprah Winfrey, ilustriraju kako su samoprocjena, obrazovanje, umrežavanje, istraživanje tržišta i poduzimanje akcija ključni faktori u njezinoj transformaciji iz televizijske voditeljice u vodeću medijsku ličnost i uspješnu poduzetnicu. Istraživanje njezine karijere može pružiti inspiraciju i uvid u to kako primjena ovih koraka može koristiti različitim profesionalcima, neovisno o njihovom poduzetničkom statusu. Kroz analizu takvih studija slučaja, ne-poduzetnici mogu steći vrijedne lekcije o važnosti odlučivanja i proaktivnog pristupa u postizanju ciljeva i uspjeha.

## **4. Empirijsko istraživanje**

Empirijsko istraživanje ima za cilj napraviti komparativnu analizu između poduzetnika i nepoduzetnika radi boljeg razumijevanja razlika i sličnosti u njihovom viđenju važnosti i primjene poduzetničkih vještina u različitim kontekstima. Kroz provedbu dva intervjua istraživanje se fokusira na usporedbu kompetencija koje ispitanici posjeduju, specifičnih izazova s kojima se susreću, važnosti poduzetničkih vještina za njihova poslovanja te strategija razvoja tih vještina.

### **4.1. Metodologija istraživanja i analiza intervjua**

U okviru empirijskog istraživanja korištena je metodologija strukturiranih intervjua s unaprijed definiranim pitanjima kako bi se usporedilo viđenje važnosti i primjene poduzetničkih vještina iz dvije različite perspektive. Prvi ispitanik je uspješan poduzetnik, odabran na temelju uspješnosti njegovog poduzeća. Drugi ispitanik je doktor tehničkih znanosti iz područja strojarstva, koji trenutno radi na Strojarskom fakultetu kao profesor. Ovakav odabir ispitanika omogućuje usporedbu percepcije poduzetničkih vještina između osobe koja aktivno vodi vlastiti posao i stručnjaka koji radi u istoj industriji, ali u drugačijoj ulozi. Cilj je bio dobiti uvid u to kako se poduzetnički način razmišljanja manifestira i primjenjuje u različitim profesionalnim kontekstima unutar istog sektora.

U svijetu poduzetništva i profesionalnog razvoja, postoje različite perspektive i iskustva. Empirijski dio rada prati dvije osobe sličnih godina, s različitim obrazovnim i profesionalnim putem, ali vrlo sličnim poduzetnim načinom razmišljanja.

Prvi je 38-godišnji poduzetnik, prvostupnik strojarstva, koji već više od pet godina vodi uspješno poduzeće Basch-Mont d.o.o. s oko 160 zaposlenika. Drugi je 39-godišnji doktor tehničkih znanosti iz područja strojarstva, koji, iako nije poduzetnik, pokazuje snažan interes za poduzetničke principe i njihovu primjenu u svom radu.

Obojica ističu važnost realizacije vlastitih ideja kao ključni motivacijski faktor. Poduzetnik naglašava da je to glavni pokretač njegovog poslovnog puta, dok profesor smatra da je mogućnost realizacije vlastitih ideja, uz financijsku neovisnost jedan od najvažnijih aspekata njegovog istraživačkog rada.

Kada je riječ o ključnim vještinama za uspjeh, njihova se mišljenja preklapaju, ali s različitim naglascima. Poduzetnik ističe voditeljske vještine kao najvažnije, smatrajući da dobro vođenje

tima i organizacija internih procesa čine razliku između uspjeha i neuspjeha. Profesor prepoznaje važnost svih poduzetničkih vještina u svom radu - od marketinških vještina pri prezentaciji projekata, preko voditeljskih sposobnosti u vođenju istraživačkih timova, do financijskih vještina pri upravljanju resursima i budžetima.

Obojica ocjenjuju podršku poduzetništvu u svom lokalnom okruženju kao zadovoljavajuću, ali s prostorom za poboljšanje. Poduzetnik ističe izazove birokracije i administrativnih opterećenja, dok profesor naglašava potrebu za boljim pristupom iskusnim mentorima i mrežama koje mogu pomoći malim start-up-ovima.

Poduzetnik se suočava s izazovima održavanja konkurentnosti na dinamičnom i promjenjivom tržištu, upravljanja rastom bez ugrožavanja kvalitete usluge te pronalaska kvalificiranog osoblja. Unatoč tim izazovima, on prepoznaje brojne prilike za rast, uključujući širenje na nova tržišta, implementaciju novih tehnologija i razvoj novih proizvoda.

Iako profesor razmišlja o pokretanju vlastitog posla u području digitalnog marketinga i e-trgovine, trenutno ga u tome sprječava nedostatak financijskih sredstava, ali prepoznaje ključne vještine potrebne za uspjeh u poduzetništvu, uključujući upravljanje, komunikaciju, marketing i prodaju, financijsko upravljanje, inovaciju i tehnološko znanje.

Obojica imaju vrijedne savjete za buduće poduzetnike. Poduzetnik naglašava važnost strasti, otvorenosti za učenje, upornosti i izgradnje dobrih odnosa. Profesor savjetuje temeljito educiranje o području poslovanja, jasnu viziju i strategiju, povezivanje s mentorima i fleksibilnost u pristupu.

Njihove priče pokazuju kako poduzetničko razmišljanje može biti korisno ne samo za poduzetnike, već i za profesionalce u drugim područjima, potičući inovaciju, osobni rast i uspjeh u različitim karijernim putevima. Upravo zato važno je kontinuirano razvijati poduzetničke vještine i poduzetnički način promišljanja kako bi svatko, bez obzira na karijerni put, mogao postići svoj puni potencijal i uspješno se nositi s izazovima suvremenog poslovnog svijeta.

## **4.2. Zaključak istraživanja**

Provedeno empirijsko istraživanje pružilo je vrijedne uvide uspoređujući perspektive uspješnog poduzetnika i profesora koji također pokazuje poduzetnički način razmišljanja. Analiza ovih dvaju slučajeva ukazuje na sličnosti, ali i razlike u njihovom viđenju važnosti i primjene poduzetničkih vještina.

I poduzetnik i profesor ističu ključnu ulogu realizacije vlastitih ideja kao snažan motivator za postizanje osobnih i profesionalnih ciljeva. Međutim, dok poduzetnik to prepoznaje kao primarni pokretač svog poslovnog puta, profesor, to vidi više kao važan aspekt svoje istraživačke djelatnosti. Ova razlika odražava različite kontekste u kojima oni primjenjuju poduzetnički način razmišljanja.

U pogledu ključnih vještina, oboje naglašavaju kompetencije poput vodstva, marketinga, financijskog upravljanja i inovativnosti. Poduzetnik stavlja jači naglasak na voditeljske vještine u upravljanju timom i internim procesima, dok profesor prepoznaje širi spektar poduzetničkih vještina potrebnih u svom profesionalnom radu.

Zanimljivo je da obojica smatraju podršku poduzetništvu u lokalnom okruženju tek zadovoljavajućom, ističući potrebu za daljnjim poboljšanjima, poput smanjenja administrativnih opterećenja i boljeg pristupa mentorima i poduzetničkim mrežama. Ova sličnost ukazuje na zajedničko prepoznavanje izazova s kojima se poduzetnici suočavaju, bez obzira na to jesu li aktivno uključeni u pokretanje i vođenje vlastitog posla.

Ono što razlikuje ova dva ispitanika jest trenutni status u poduzetništvu. Dok poduzetnik aktivno vodi uspješno poduzeće, suočavajući se s izazovima poput održavanja konkurentnosti i pronalaženja kvalificiranog osoblja, profesor još nema mogućnosti za pokretanjem poslovnog pothvata. Usprkos tome, profesor prepoznaje ključne vještine potrebne za uspjeh u poduzetništvu, pokazujući potencijal za budući poduzetnički angažman.

Ova usporedba dviju perspektiva pruža vrijedne uvide. Ona pokazuje kako poduzetnički način razmišljanja i djelovanja ima široku primjenu, ne samo među poduzetnicima, već i među nepoduzetnicima. Kontinuirano razvijanje poduzetničkih kompetencija može stoga koristiti svima, bez obzira na njihov trenutni profesionalni status, pomažući im da ostvare svoje ambicije i uspješno se nose s izazovima suvremenog poslovanja.

## 5. Zaključak

Poduzetništvo se u suvremenom društvu prepoznaje kao ključna kompetencija koja nije relevantna samo za poduzetnike, već za sve članove zajednice. Ovo istraživanje pružilo je vrijedne uvide o važnosti i praktičnoj primjeni poduzetničkih vještina u različitim kontekstima - od aktivnog vođenja poslovnog pothvata do akademskog okruženja. Teorijski okvir jasno ukazuje na širok spektar poduzetničkih kompetencija, uključujući inovativnost, preuzimanje rizika, vodstvo i financijsko upravljanje, koje su ključne za uspjeh u poduzetničkim pothvatima. Ove vještine ne samo da su bitne za one koji se bave poduzetništvom, već su i značajne za ne-poduzetnike.

Inovativnost omogućava pojedincima da pristupe problemima i izazovima s novim perspektivama, što može poboljšati njihove sposobnosti u rješavanju problema i unapređenju procesa u svim profesionalnim okruženjima. Preuzimanje rizika pomaže u razvijanju spremnosti za suočavanje s neizvjesnostima i donošenje odluka u uvjetima nejasnoća, što je korisno ne samo za poduzetnike nego i za radnike u različitim industrijama koji se suočavaju s promjenama i izazovima.

Vodstvo i upravljanje, iako često povezana s pozicijama menadžmenta, također su važni za svakog zaposlenika. Razvijanje vještina vođenja može poboljšati sposobnost suradnje i vođenja timova, što doprinosi boljim radnim odnosima i učinkovitijem radu u grupi. Financijsko upravljanje pomaže pojedincima da bolje razumiju i upravljaju vlastitim resursima, planiraju i organiziraju svoje financije, što je korisno za osobno i profesionalno usmjerenje.

Razumijevanje i primjena ovih kompetencija omogućava ne-poduzetnicima da poboljšaju svoje profesionalne vještine i uspjeh u svojoj karijeri, čak i ako nisu izravno uključeni u poduzetničke aktivnosti. Kroz razvoj ovih vještina, ne-poduzetnici mogu postati učinkovitiji u svojim ulogama, unaprijediti svoje sposobnosti donošenja odluka i povećati svoju sposobnost prilagodbe na promjene u radnom okruženju.

Empirijsko istraživanje potvrdilo je da osoba ne mora biti poduzetnik kako bi razumjela važnost ovih vještina, bez obzira na trenutnu karijernu ulogu.

Ono što razlikuje ova dva ispitanika jest način na koji primjenjuju poduzetničke kompetencije. Dok poduzetnik aktivno koristi ove vještine u svakodnevnom poslovanju, suočavajući se s konkretnim izazovima profesor vidi njihovu vrijednost u širem kontekstu istraživanja i razvoja.

Ipak, zajedničko im je prepoznavanje ključne uloge financijske neovisnosti, fleksibilnosti i realizacije vlastitih ideja kao motivacijskih čimbenika. Ključnu ulogu u poticanju poduzetništva imaju podrška vlade i lokalne zajednice, no oba ispitanika smatraju da postoji prostor za poboljšanje, poput smanjenja administrativnih prepreka i boljih mentorskih programa.

Stoga, kako bi se potaknuo širi razvoj poduzetničkih kompetencija, preporučuje se cjelovit pristup koji uključuje jačanje poduzetničkog obrazovanja, izgradnju snažne poduzetničke infrastrukture i promicanje kulture koja potiče inovativnost, preuzimanje rizika i toleranciju prema neuspjehu. Ulaganjem u razvoj poduzetničkih kompetencija na individualnoj i društvenoj razini, svatko, bez obzira na karijerni put, može postići svoj puni potencijal i uspješno se nositi s izazovima suvremenog poslovnog okruženja. Time se potiču ekonomski rast, društvene promjene i osobni razvoj, u skladu s konceptom poduzetništva kao ključne životne vještine.



## 6. Literatura

1. Alfirević, N., Pavičić, J., Čizmek Vujnović, O., Vlašić, G. (2015). Društveno odgovorno poslovanje.
2. Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
3. Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2010). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (4th ed.). Prentice Hall.
4. Baum, J. R., Locke, E. A., & Kirkpatrick, S. A. (1998). A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms. *Journal of applied psychology*, 83(1), 43. Dostupno na:  
[https://www.researchgate.net/publication/232555457\\_A\\_Longitudinal\\_Study\\_of\\_the\\_Relation\\_of\\_Vision\\_and\\_Vision\\_Communication\\_to\\_Venture\\_Growth\\_in\\_Entrepreneurial\\_Firms](https://www.researchgate.net/publication/232555457_A_Longitudinal_Study_of_the_Relation_of_Vision_and_Vision_Communication_to_Venture_Growth_in_Entrepreneurial_Firms).
5. Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons. Dostupno na:  
[https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=3p\\_ODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=%22The+Startup+Owner%27s+Manual%22&ots=eQoEvng\\_Mt&sig=zHJTQzwY86q\\_M8eln6NPVCKiZoA&redir\\_esc=y#v=onepage&q=%22The%20Startup%20Owner's%20Manual%22&f=false](https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=3p_ODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=%22The+Startup+Owner%27s+Manual%22&ots=eQoEvng_Mt&sig=zHJTQzwY86q_M8eln6NPVCKiZoA&redir_esc=y#v=onepage&q=%22The%20Startup%20Owner's%20Manual%22&f=false) {pristupljeno 4.9.2024}.
6. Bračun, M. (2020). Poduzetničke kompetencije u kreativnim i kulturnim industrijama. *Acta Economica Et Turistica*, 6(1-2), 41-62.
7. Brynjolfsson, E., & McElheran, K. (2019). *Data in action: data-driven decision making and predictive analytics in US manufacturing*. Rotman School of Management Working Paper. Dostupno na: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3422397](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3422397).
8. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.
9. Ebrahim, A., & Rangan, V. K. (2014). What impact? A framework for measuring the scale and scope of social performance. *California management review*, 56(3), 118-141. Dostupno na:

[https://www.researchgate.net/publication/272594090\\_What\\_Impact\\_A\\_Framework\\_for\\_Measuring\\_the\\_Scale\\_and\\_Scope\\_of\\_Social\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/272594090_What_Impact_A_Framework_for_Measuring_the_Scale_and_Scope_of_Social_Performance).

10. Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/1094428112452151> {pristupljeno 3.9.2024.}
11. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
12. Hoang, H., & Antončić, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902602000812> {pristupljeno 3.9.2024.}
13. Jones, O. (2012). Poduzetničke mreže i mala poduzeća. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/276932830\\_Entrepreneurial\\_Networks\\_and\\_the\\_Small\\_Business](https://www.researchgate.net/publication/276932830_Entrepreneurial_Networks_and_the_Small_Business).
14. Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*. Dostupno na: [https://www.everand.com/book/224269300/The-Facebook-Effect-The-Inside-Story-of-the-Company-That-Is-Connecting-the-World?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=google\\_search&utm\\_campaign=Everand\\_Google\\_DSA\\_NB\\_Desktop\\_RoW&utm\\_adgroup=Book&utm\\_term=&utm\\_matchtype=&utm\\_device=c&utm\\_network=g&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwiuC2BhDSARIsALOVfBJfjCYEqHCa-U8MOEWfsIoRYzQ8uVvMZCgDFpQlu8IRT4VewIQqx1MaAgALEALw\\_wcB](https://www.everand.com/book/224269300/The-Facebook-Effect-The-Inside-Story-of-the-Company-That-Is-Connecting-the-World?utm_medium=cpc&utm_source=google_search&utm_campaign=Everand_Google_DSA_NB_Desktop_RoW&utm_adgroup=Book&utm_term=&utm_matchtype=&utm_device=c&utm_network=g&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwiuC2BhDSARIsALOVfBJfjCYEqHCa-U8MOEWfsIoRYzQ8uVvMZCgDFpQlu8IRT4VewIQqx1MaAgALEALw_wcB).
15. Kružić, D. (2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: Reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomski misao i praksa*, 16(2), 167-192.
16. Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
17. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Hayton, J. (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*.
18. Lyons, T. S., & Lichtenstein, G. A. (2010). A community-wide framework for encouraging social entrepreneurship using the pipeline of entrepreneurs and enterprises model. In *Handbook of research on social entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.

19. McCallum, E., Weicht, R., McMullan, L., & Price, A. (2018). *EntreComp into action-Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework* (No. JRC109128). Joint Research Centre. Dostupno na: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC109128>.
20. McKown, C. (2019). Challenges and Opportunities in the Applied Assessment of Student Social and Emotional Learning. *Educational Psychologist*, 54(3), 205–221. Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00461520.2019.1614446> {pristupljeno 4.9.2024.}
21. McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152. Dostupno na: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=d92325d5240221144994ba6280398bb895721c72> {pristupljeno 3.9.2024.}
22. Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16, 92-111. Dostupno na: <https://doi.org/10.1108/13552551011026995> {pristupljeno 3.9.2024.}
23. Neck, H. M., Neck, C. P., & Murray, E. L. (2020). *Entrepreneurship: The practice and mindset*. SAGE Publications.
24. Nicholls, R. (2020). What goes on between customers? A cross-industry study of customer-to-customer interaction (CCI). *Journal of Service Theory and Practice*, 30(2), 123-147. Dostupno na: <https://eprints.worc.ac.uk/9230/7/AAM-with-cover-Nicholls-what-goes-on-between-customers-a-cross-industry-study-of-customer-to-customer-interaction.pdf>.
25. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
26. Rath, T. (2007). *StrengthsFinder 2.0*. Gallup Press. *New York*. Dostupno na: <https://www.earthgifts.com.au/ebook/StrengthsFinder.pdf>.
27. Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Currency.

28. Ries, E. (2017). *The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth*.
29. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/259121?origin=crossref>.
30. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*. Dostupno na: <https://www.jstor.org/stable/259271?origin=crossref>.
31. Stanić, R., Ileš, M. i Perić, J. (2022). Jačanje poduzetničkih kompetencija kroz primjere dobre prakse. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 12 (1), 167-183. <https://doi.org/10.38190/ope.12.1.10>.
32. Stone, B. (2014). *The Everything Store. Jeff Bezos and the era of Amazon*. Moscow: Azbuka-Atticus, Azbuka Business.
33. Stone, B. (2017). *The Upstarts: How Uber, Airbnb, and the Killer Companies of the New Silicon Valley Are Changing the World*. Random House.
34. Stup (2023). International student startup competition in Split, Croatia. Dostupno na: <http://www.stup.efst.hr/wp-content/uploads/2023/03/International-STudent-Startup-Competition-in-Split-Croatia.pdf>.
35. Šipić, N. (2012). Poduzetničke kompetencije u suvremenom poslovanju. *Ekonomski vjesnik*, 25(1), 155-170.
36. Tubić, D., Bakan, R., Ciriković, E., Tolušić, E., Špeh, I. (2016). *Uvod u poduzetništvo*.
37. Timmons, E., & Spinelli, S. (2003). Entrepreneurship for the 21 St Century. *New venture creation*, 3, 249-256.
38. Timmons, J.A. and Spinelli, S. J. (2009). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21. st Century*. New York: Mc Graw Hill.
39. Vashisth, S., Linden, A., Hare, J., & Krensky, P. (2019). *Hype cycle for data science and machine learning, 2019*. Gartner Research. Dostupno na: <https://datanomers.com/whitepapers/Gartner%20Hype%20Cycle%20For%20Data%20Science%20And%20Machine%20Learning.pdf>.

40. Vedula, S., Doblinger, C., Pacheco, D., York, JG, Bacq, S., Russo, MV, & Dean, TJ (2022). Entrepreneurship for the Public Good: A Review, Critique, and Path Forward for Social and Environmental Entrepreneurship Research. *Academy of Management Annals*. Dostupno na:  
[https://www.researchgate.net/publication/355421847\\_Entrepreneurship\\_for\\_the\\_Public\\_Good\\_A\\_Review\\_Critique\\_and\\_Path\\_Forward\\_for\\_Social\\_and\\_Environmental\\_Entrepreneurship\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/355421847_Entrepreneurship_for_the_Public_Good_A_Review_Critique_and_Path_Forward_for_Social_and_Environmental_Entrepreneurship_Research).

### Internet izvori:

1. Bodnar, K. (2022). 5 Viral Marketing Lessons From Dropbox. Dostupno na: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/5956/5-viral-marketing-lessons-from-dropbox.aspx> {pristupljeno 30.8.2024.}
2. BIZkoshnica (2022). Home. Blog. Primjeri društvenih poduzeća u Hrvatskoj. Dostupno na: <https://humananova.org/humana-nova/> {pristupljeno 4.9.2024.}
3. Europska unija, Preporuka Komisije 2003/361/EZ od 6. svibnja 2003. o definiciji mikro, malih i srednjih poduzeća. Službeni list Europske unije, L 124, 20.5.2003. str. 36-41. Dostupno na: [eur-lex.europa.eu](http://eur-lex.europa.eu).
4. Faster Capital (2024). Naslovnica. Sadržaj. Poduzetnički rizik: rizik nasuprot: nagrade: balansiranje poduzetničkih pothvata. Dostupno na: <https://fastercapital.com/content/Entrepreneurial-risk--Risk-vs--Reward--Balancing-Entrepreneurial-Ventures.html> {pristupljeno 30.8.2024.}
5. Hrvatska gospodarska komora (2021). Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/hrvatsko-gospodarstvo-2020-godine> {pristupljeno 29.8.2024.}
6. Lambert, F. (2023). Electrek. Take a look at Tesla's first battery passport proof-of-concept. Dostupno na: <https://electrek.co/2023/01/18/tesla-first-battery-passport-proof-of-concept/> {pristupljeno 30.8.2024.}
7. Povijač, K. (2023). Women in Adria. Učenje nove vještine lakše je uz Googleovo pravilo 20%. Dostupno na: <https://www.womeninadria.com/ucenje-nove-vjestine/> {pristupljeno 29.8.2024.}

8. Rimac Automobili. (2024). O nama: Inovacija i poduzetništvo u automobilskoj industriji. <https://www.rimac-automobili.com/about-us> {pristupljeno 30.8.2024.}
9. Sunce (2022). Vijesti. Što je društveno poduzetništvo. Dostupno na: <https://sunce-st.org/vijesti/sto-je-drustveno-poduzetnistvo/> {pristupljeno 30.08.2024.}
10. Wijnen, R. (n.d.). Business Models Inc. Netflix: Kako je tvrtka za iznajmljivanje DVD-a promijenila način na koji provodimo slobodno vrijeme. Dostupno na: <https://www.businessmodelsinc.com/en/inspiration/blogs/netflix-how-a-dvd-rental-company-changed-the-way-we-spend-our-free-time> {pristupljeno 30.8.2024.}

## **Popis slika**

Slika 1: Poduzetnički proces .....	5
Slika 2: "Prozor prilika" .....	7
Slika 3: EntreComp cvijet.....	16

## **Popis tablica**

Tablica 1: Mikro, mala i srednja poduzeća .....	8
Tablica 2: Opis ključnih kompetencija prema EntreComp okviru.....	15