

Poduzetnik i poduzetničke osobine

Martić, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:663243>

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

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



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Menadžmenta

Ivana Martić

Poduzetnik i poduzetničke osobine

Završni rad

Osijek, 2020.g

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Menadžmenta

Ivana Martić

Poduzetnik i poduzetničke osobine

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010222165

e-mail: imartic@efos.hr

Mentor: Izv.prof.dr.sc. Julia Perić

Osijek, 2020.g

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Undergraduate Study of Management

Ivana Martić

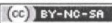
Entrepreneur and entrepreneurial traits

Final paper

Osijek, 2020.g

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 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/studentice: Ivana Martić

JMBAG: 0010222165

OIB: 54257349703

e-mail za kontakt: mivana546@gmail.com

Naziv studija: Preddiplomski studij Menadžmenta

Naslov rada: Poduzetnik i poduzetničke osobine

Mentor/mentorica rada: Izv.prof.dr.sc. Julia Perić

U Osijeku, 21. rujna 2020. godine

Potpis Ivana Martić

Poduzetnik i poduzetničke osobine

SAŽETAK

Poduzetništvo predstavlja priliku za razvijanje čovjekovih sposobnosti. Ulaskom u svijet poduzetništva, poduzetnik se susreće sa raznim problemima na kojima uči i gradi svoje iskustvo. Još od davnina i prvih razmjena postojali su ljudi poduzetnici, međutim, nisu bili pojmovno određeni. O poduzetniku se prvenstveno govori kao inovatoru koji postavlja ciljeve, koji je efikasan i efektivan. Uz posao poduzetnika vežu se i različite predrasude između ostalog i ona da se poduzetnikom rađa, a ne postaje iskustvom i obrazovanjem. Kao svaki posao i ovaj sadrži svoje prednosti i nedostatke. Biti poduzetnikom najčešće znači živjeti 24 sata sa svojim poslom i pretpostavlja otežano održavanje balansa između privatnog i poslovnog života. Usprkos tome većina poduzetnika ne bi mijenjala svoju karijeru za neki drugi posao jer biti poduzetnikom znači imati mogućnost upravljati svojim vremenom i samostalno donositi odluke vezane u profesionalnom životu. Iako se poduzetnici međusobno razlikuju, postoje karakteristike koje su im zajedničke i koje uvelike doprinose ostvarenju njihovih ciljeva. Svrha ovog rada, upravo je sagledati osobine, vještine i ponašanja poduzetnika koje ga čine uspješnim, koje mu pomažu da prepozna i iskoristi prilike u okruženju, ali i da na inovativan način riješi probleme s kojima se u okruženju suočava. U Republici Hrvatskoj postoji mnoštvo sposobnih i talentiranih ljudi koji svojim trudom i radom doprinose razvoju gospodarstva. Nekoliko takvih pojedinaca predstavljaju primjere uspješnih poduzetnika u ovom radu. Iako se svaki od njih razlikuje, ipak posjeduju određene osobine i vještine koje su im zajedničke i koje su karakteristične za gotovo sve uspješne poduzetnike.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, poduzetničke osobine i vještine, poduzetnički pothvat

Entrepreneur and entrepreneurial traits

ABSTRACT

Entrepreneurship presents an opportunity developing personal and professional skills and competencies. Entering the world of entrepreneurship, the entrepreneur encounters various problems which are usually perceived as opportunities for learning and gaining experience. People have been entrepreneurs even before any conceptual definition of the term entrepreneur was set. The entrepreneur was and still is primarily described as an innovator who sets goals and is effective and efficient. However, there are different stereotypes that can be related to entrepreneur work. One of the most used stereotypes is that entrepreneurs are born and not made by their experience and education. One of the goals of this paper is to reject that stereotype. Being entrepreneur is not easy, despite all the advantages, there are many disadvantages as well. Being an entrepreneur often means to live 24/7 with the job and not being able to balance private and business life. Despite of that, most of the entrepreneurs would not change their career for another job because being entrepreneur means having an opportunity to self-manage the time and make own decisions in professional life. Although it would be hard to find two entrepreneurs with the same skills, knowledge, competencies and ambitions, there are still some characteristics which all entrepreneurs have in common. The purpose of this paper is to introduce characteristics, skills and behavior that help entrepreneurs become successful, recognize, and seize opportunities in their environment, and solve problems in more innovative way. There are many capable and talented people in the Republic of Croatia who contribute to the development of the economy with their efforts and work. Some of them will be introduced in this paper. Although with different trades all of them possesses characteristics and skills that are common to almost every successful entrepreneur.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial traits and skills, entrepreneurial venture

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Razvoj i obilježje poduzetništva	3
2.1. Povijesni razvoj.....	3
2.2. Što je poduzetništvo.....	4
2.2.1. Vrste poduzetništva	6
3. Pojam poduzetnika	8
3.1. Tko je poduzetnik?	8
3.2. Poduzetnik i menadžer	10
3.3. Predrasude o poduzetnicima	11
3.4. Žene poduzetnice	13
4. Ključne osobine i vještine poduzetnika.....	17
4.1. Kompetencije poduzetnika	20
4.2. Poduzetnička motivacija i namjere.....	22
4.3. Utjecaj poduzetničkih osobina na donošenje odluke o pokretanju pothvata	23
4.3.1. Poduzetnička odluka	23
4.3.2. Obitelj ili poslovanje	25
4.3.3. Najčešće početničke pogreške poduzetnika	25
5. Analiza osobina i vještina uspješnih hrvatskih poduzetnika	28
6. Zaključak	30
Literatura	31
Popis tablica	33
Popis slika.....	34

1. Uvod

Poduzetništvo je djelatnost koja je sve više zastupljena, kako u Republici Hrvatskoj, tako i diljem svijeta. Ljudska narav prožeta je poduzetničkim karakteristikama. Još od davnina ljudi su bili poduzetnici iako nisu bili pojmovno određeni. Ljudi su svoja dobra razmjenjivali, trgovali robama i životinjama. U radu će se detaljnije pojasniti povijesni razvoj poduzetnika od samih početaka pa sve do danas. Pojam poduzetništva teško se može objasniti jednom definicijom zbog svoje složenosti. U radu će se obraditi brojne definicije raznih stručnjaka ovoga područja koje pojašnjavaju razumijevanje poduzetništva u cjelini. Za uspjeh u ovome poslu nema posebnoga recepta. Kao i svaki posao on sa sobom nosi uspone i padove na kojima se uči i gradi iskustvo.

Kao što je teško izvesti kratku definiciju poduzetništva, tako je i definiranje poduzetnika izrazito kompleksno. Poduzetnici su prvenstveno shvaćeni kao ljudi koji pokreću svoj posao i postaju sami svoji vlasnici. Pojam poduzetnika detaljnije će se pojasniti u nastavku rada. Također, analizirati će se sličnosti i razlike poduzetnika i menadžera koji se u ovom poslovnom svijetu često povezuju.

U radu će se također naglasiti važnost žena u poduzetništvu. Iako su žene još od davnina bile poduzetnice, njih se često opisuje kao one koje su stvorene za ulogu majke. Unatoč njihovoj većoj populaciji u svijetu, manje su zastupljene u svijetu poduzetništva.

Za uspjeh u pokretanju poslovnog pothvata važno je učiti i graditi sebe kao osobu spremnu na sve izazove koje dolaze u budućnosti. Osoba se može roditi sa posebnim talentom koji mu može pomoći lakšem ostvarenju cilja. Posjedovanje ili ne posjedovanje talenta nije razlog za uspjeh ili neuspjeh u ovom poslu. U radu će se izdvojiti i pojasniti određene osobine i vještine poduzetnika koje bi trebao imati kako bi se suočavao sa zadacima. O tome koje osobine posjeduje poduzetnik ovisit će brzina i razina njegovog uspjeha. Često ljudi koji nisu poduzetnici ili koji to tek planiraju biti imaju razne predrasude o njima. Ovim radom pokušat će se „razbiti“ predrasude koje se protežu još od davnina i koje nemaju valjane argumente.

Na temelju svojih osobina i vještina poduzetnik mora donijeti odluku o kojoj ovisi budućnost njegovog poduzeća. Donošenje odluke zahtjeva poseban proces analize podataka. Veliku ulogu u tome kada, kakvu i na koji način treba donijeti odluku igra poduzetnički instinkt. U radu će prikazati i proces donošenja optimalne odluke. Jasno je kako pokretanje vlastitog poslovnog pothvata sa sobom nosi odgovornost. Kada je puno odgovornosti na poduzetniku,

važnu ulogu igra obitelj. Često se postavlja pitanje „kako uravnotežiti obitelj i karijeru?“. Obitelj treba biti podrška koja će mu pružiti vjetar u leđa kako bi se nosio sa svakodnevnim izazovima. Ljudi koji rade i griješe, a u radu će se izdvojiti neke od najčešćih početničkih pogrešaka poduzetnika.

U Republici Hrvatskoj postoji veliki potencijal za razvijanjem inovacija i rasta poduzetničkog duha. Poduzetnici igraju veliku ulogu u razvijanju gospodarstva zemlje. U radu će se analizirati osobine i vještine nekih od najuspješnijih hrvatskih poduzetnika koji na svoj način doprinose boljitku zemlje i njezinih građana.

2. Razvoj i obilježje poduzetništva

Razvoj poduzetništva osobito je važan za ekonomski razvoj društva. „Kroz inovacije i otvaranje novih radnih mjesta poduzetnici utječu na razvoj društva u cjelini. Osim što utječu na razvoj društva u cjelini, mala poduzeća utječu i na razvoj velikih poduzeća“ (Tubić i sur., 2016:26).

2.1. Povijesni razvoj

Može se reći kako poduzetnici nisu pojam novog doba koji se pojavio u određeno vrijeme. Oni su postojali ranije kroz povijest čovječanstva. Poduzetničko ponašanje u srži je čovjekove prirode. Poduzetništvo postoji još od prvih civilizacija kao što su sumerske civilizacije, izgradnje piramida u Egiptu, trgovine Grka i Rimljana i sl. „Prvi poduzetnici bili su vojskovođe i trgovci koji su po svojoj prirodi bili avanturističkog duha, spremni na rizik, vođeni željom za uspostavljanje novih putova širenja vlastita utjecaja, a samim time i tržišnih promjena“ (Tubić i sur., 2016:11). U obliku današnjeg značenja, prvi oblici poduzetništva javljaju se u razdoblju je od 11.-13. stoljeća. Prvi kolegij o poduzetništvu počeo je predavati Myles Mace 1947. godine na Harvard Business School. Stvaralačko poduzetništvo javilo se u 17. stoljeću. Do toga razdoblja govorilo se o tipu poduzetnika koji trguje životinjama, robovima i sl. Škrtić (2016:33) navodi kako poduzetnik stvara poduzeće kao gospodarski i organizacijski oblik izvršavanja gospodarske aktivnosti u „onom trenutku kada poduzetnik počinje stalno i trajno obavljati svoju poduzetničku funkciju.“ U Tablici 1 navedene su neke od mnogobrojnih ali najčešće korištenih definicija poduzetništva tijekom povijesti.

Tablica 1: Definicije poduzetništva tijekom povijesti

IZVOR	DEFINICIJA
Knight (1921.)	Profit iz preuzimanja nesigurnosti i rizika.
Schumpeter (1934.)	Iznalaženje novih kombinacija organizacije poduzeća- novih proizvoda, novih usluga, novih izvora sirovina, novih metoda proizvodnje, novih tržišta, novih oblika organizacije
Hosellitz (1952.)	Preuzimanje rizika, koordinacija proizvodnje resursa, uvođenje inovacija, pribavljanje kapitala
Cole (1959.)	Svrhovito djelovanje na pokretanju i razvoju profitabilnog poslovanja
McClelland (1961.)	Umjereno preuzimanje rizika
Gartner (1985.)	Kreiranje novih organizacija

Stevenson, Roberts i Grousbeck (1989.)	Iskorištavanje prilika bez obzira na trenutačno poslovanje
Hart, Stevenson i Dial (1955.)	Iskorištavanje prilika bez obzira na trenutačno poslovanje, ali ograničeno prethodnim iskustvom iz povezanih industrija

Izvor: Izrada autora prema Bazina, (2018).

Sikavica (1999:3) smatra kako je čovjek stjecanjem iskustva i usavršavanjem alata pronalazio sve bolje i bolje metode rada i primjereniju organizaciju da bi što lakše podmirio svoje potrebe uz što manje truda i utrošenog vremena. Na kraju 14. stoljeća poduzeća koja su bila usko vezana uz obitelj i tradiciju poprimaju trajniji karakter. Također, autor navodi da je poduzeće nastalo u onom trenutku kada je privredna aktivnost nekog domaćinstva postala samostalna i izdvojena djelatnost, odnosno kada se poslovna imovina obitelji odvojila od privatne imovine njezinih članova. Ta se promjena počela događati u 15. stoljeću.

Danas je u svijetu sve više i više poduzetničkih poslovnih škola i sveučilišta u kojima se nude programi iz poduzetništva. „Od desetak, koliko ih je u SAD-u bilo 1967. godine do danas, kada je ta brojka narasla na preko 1000“ (Tubić i sur., 2016:12). Potreba za razvojem poduzetništva i njegovog obrazovanja itekako je u interesu poslovne zajednice, ali i ekonomskih politika.

2.2. Što je poduzetništvo

Poduzetništvo je širok pojam koji se može objasniti na puno različitih načina od kojih je svaka definicija točna. Žanić (2000) poduzetništvo vidi kao izazov, priliku za provjeru vlastitih sposobnosti, puni nadzor nad rezultatima vlastita rada i vlastitu materijalnu i duhovnu slobodu. Zbog svega što obuhvaća poduzetništvo, jedinstvena definicija ovog pojma ne bi bila moguća jer bi bila preopširna i najvjerojatnije neprecizna. Vuković (1999.) govori da je poduzetništvo u neposrednoj vezi s raspoloživim resursima i kako o raspoloživim resursima i ljudskoj kreativnosti i inovativnosti ovisi razina proizvodnje određenih proizvoda i usluga kao i razina zadovoljenja ljudskih potreba.

Ulaskom u poduzetništvo nema jamstva za uspjeh. Za takav pothvat nisu dovoljni samo financijski i ostali materijalni resursi. Izrazito je važno posjedovati određena stručna znanja kojima se obavljaju važni poslovi tehničke, financijske i druge vrste.

Kao i za veću stvari sa kojima se ljudi susreću, poduzetništvo također ima svoje prednosti i nedostatke. Prije svega, važno je napomenuti da je poželjno pozitivno razmišljanje koje predstavlja jedan od preduvjeta uspjeha u ovome poslu. Neke od prednosti poduzetništva su:

- Ostvarenu dobit možete koristiti za proširenje svog posla
- Stjecanje osobnog zadovoljstva ostvarenjem uspjeha
- Ugled
- Ostvarenom dobiti možete povećati osobnu potrošnju
- Možete prodati dijelove imovine ili cijeli posao

Uspješni poduzetnici uglavnom odabiru onaj posao koji vole i koji im je interesantan, na taj način rade stvari koje vole. Također, mnogi će poduzetnici na ovaj način maksimalno iskoristiti svoje potencijale. Posjedovanje poduzeća iz poduzetnika iziskuje korištenje njegovih potencijala kao što su kreativnost, vještina i snalažljivost. No, da nije sve idealno i u svijetu poduzetništva pokazuju sljedeći nedostaci:

- Država određuje pravila poslovnog ponašanja, zahtjev za plaćanje poreza
- Zahtjeva naporan rad
- Profesionalni i privatni život često neodvojiv
- Kupac često predstavlja vašeg 'poslovnog gospodara'
- Dobavljači mogu uvjetovati ponašanje, osobito bankari

Dodatnu nesigurnost predstavlja činjenica da ne postoji garancija da će zaraditi dovoljno novca potrebnih za održavanje poduzeća, ali i za život. Osobito na početku poslovanja česta je situacija susretanja poduzetnika sa financijskim poteškoćama koji tada moraju živjeti na prethodno uštedenom novcu.

Poduzetništvo ima iznimno veliki značaj za društvo i ekonomiju zemlje. Svojim postojanjem prvenstveno utječu na otvaranje novih radnih mjesta. Također, mala poduzeća imaju moć da utječu na postojanje velikih poduzeća. Prema Tubić i sur. (2016:26) poduzetnici često, kao partneri, kooperanti i dobavljači velikim poduzećima inovativnim ponašanjem u pružanju vlastitih usluga i proizvodnju vlastitih proizvoda utječu i na inovativno ponašanje velikih poduzeća i stvaranju njihove konkurentske prednosti. Škrtić i Mikić (2011) tvrde kako se poduzetničkom aktivnošću razvija gospodarstvo i pridonosi stvaranju države blagostanja te kako samim time gospodarstvo kao sustav djelatnosti, obuhvaćajući područje proizvodnje, raspodjele, razmjene i potrošnje, svojim pravilima utječe na razvoj poduzetništva. Također,

poduzetništvo svojim djelovanjem treba olakšavati rad poduzeća te bi svakoj državi trebalo biti u interesu poticati njegov razvoj. Prema Delač (2010) poduzetništvo je najbitniji element, odnosno resurs za odvijanje proizvodnje jer ono, osim što podrazumijeva poslovnu ideju za otvaranje poduzeća, podrazumijeva i osmišljavanje proizvodnih procesa. Stanje u nacionalnom gospodarstvu uvelike je vezano uz ekonomski optimizam i poticanje poduzetništva.

2.2.1. Vrste poduzetništva

Gledajući različite aspekte poduzetništva kao što su gdje se razvija, koje je njegova svrha, tko ga razvija i sl. poduzetništvo se može podijeliti na tri različite vrste, a to su:

- tradicionalno poduzetništvo
- korporacijsko poduzetništvo
- društveno poduzetništvo

Kada je riječ o malim poduzećima, njihovom nastanku i razvoju koji se vezuje uz poduzetnika pojedinca koji je nositelj te funkcije, tada se ono veže uz tradicionalno poduzetništvo. U ovoj vrsti poduzetnik sam ulaže u kapital, preuzima rizik, pruža uslugu, a sve u svrhu ostvarenja dobiti. „Tradicionalno poduzetništvo se prvi puta spominje prije 4000 godina, kada su se pojavili prvi zapisi o malom poduzeću. Arapi, Babilonci, Egipćani, Grci, Feničani i Rimljani su se posebno isticali u malom poduzetništvu,...“ (Tubić i sur., 2016:27). Moglo bi se reći kako mala i srednja poduzeća, osiguravanjem konkurencije, zapravo djeluju protiv monopola na tržištu. Škrtić (2006.) govori o tome kako su mala i srednja poduzeća samostalne gospodarske jedinice koje otvaraju mnoga i različita radna mjesta, te potiču odgovorno djelovanje i razvoj ljudi više od velikih poduzeća. Prema Zakonu o računovodstvu poduzetnici se, unutar tradicionalnog poduzetništva, razvrstavaju na sljedeći način (tablica2) :

Tablica 2: Vrste poduzetnika

	Ukupna aktiva	Prihod	Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine
Mikro poduzetnici	2.600.000,00	5.200.000,00	10
Mali poduzetnici	30.000.000,00	60.000.000,00	25

Srednji poduzetnici	150.000.000,00	300.000.000,00	250
Veliki poduzetnici	Poduzetnici koji prelaze granične pokazatelju najmanje dva od tri uvjeta iz prethodne kategorije (srednji poduzetnici)		

Izvor: Izrada autora prema Tubić i sur. (2016).

Nakon tradicionalnog, slijedi korporacijsko poduzetništvo. Najčešće se povezuje uz velike, a ponekad i srednje organizacije te je puno složenije od tradicionalnog. Bazina (2018:6) smatra da razlog složenosti korporacijskog poduzetništva leži u tome što poduzetnik treba organizirati znatno veći broj ljudi i materijala, kvalitetan menadžment i suvremene menadžerske tehnike i alate. U tablici 3 navedeni su samo neki od mnogih prednosti i nedostataka, a koji su najviše naglašeni u poduzetničkom svijetu.

Tablica 3: Prednosti i nedostaci korporacija

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
Ograničena odgovornost	Visoki početni troškovi
Kontinuitet	Naglašena reguliranost
Lakoća prijenosa vlasništva	Ekstenzivno izvještavanje
Lakoća dobivanja kredita	Dvostruko oporezivanje

Izvor: Izrada autora prema Kružić (2017).

Tradicionalno i korporativno poduzetništvo imaju mnoge sličnosti. Prema Škrtić (2006.) neke od njih su:

- usredotočenost na inovacije,
- usredotočenost na kreiranje proizvoda koji stvaraju dodanu vrijednost
- potreba investiranja u rizične aktivnosti

Treću vrstu poduzetništva predstavlja socijalno ili društveno poduzetništvo. Prema Tubić i sur. (2016:36) društveno se poduzetništvo pozicionira negdje između profitno orijentiranog poslovanja i državnog i javnog sektora te ima za temeljni cilj ostvariti društvenu (socijalnu) korist koristeći poduzetničke vještine i poduzetničke poslovne modele. U odnosu na druge vrste, ova vrsta umjesto generiranja profita, za cilj ima društvenu korist. Dakle, u potrazi za rješavanjem društvenih problema kao što su siromaštvo, nepismenost, kršenje ljudskih prava i dr. građani se koriste poduzetničkim metodama. Škrtić (2006:17) navodi kako poduzetnik koji se bavi društvenim poduzetništvom identificira praktična rješenja socijalnih problema kombiniranjem inovacije, raspoloživih resursa i prilika.

3. Pojam poduzetnika

Definiranje samoga pojma poduzetnika i njegovog značaja izrazito je teško i kompleksno zbog raznih karakteristika i elemenata koje se koriste prilikom njihovog određivanja. Neke od osnovnih i poželjnih karakteristika poduzetnika su to da je inovativan, sposoban, spreman na rizik, prepoznaje prilike marljiv i dr.

Također, zbog svoje kompleksnosti, poduzetnici bi se mogli razvrstati po svojim tipovima, odnosno načinu djelovanja i realiziranja poduzetničkog pothvata pa se stoga poduzetnike često smatra idealistima, optimizatorima, radnicima, žonglerima i održavateljima (Partnerstvo za razvoj, 2020). Idealisti su oni koji posjeduju odličnu poslovnu ideju te iz tog razloga ulaze u poduzetništvo. Oni uživaju u kreativnom radu i usredotočeni su na cijenu te preferiraju stvaranje odnosa sa pouzdanim dobavljačima. Optimizatori su oni poduzetnici koji su fokusirani na zaradu i vrlo su vješti u financijskim pitanjima. Ne usredotočuju se na prihode već na profite te znaju balansirati obiteljski i poslovni život. Oni ne žele raditi za drugog, već žele slobodu i fleksibilnost. Radnici su, kao što i sama riječ kaže, oni koji su spremni uložiti puno truda i rada kako bi postigli određeni cilj, a sve to iz razloga jer vole svoj posao. Striktno se drže postavljenih dugoročnih planova. Žongleri su skloni upravljanju poslovima. Često se dogodi da se nalaze između nekoliko poslova u isto vrijeme, tj. „žongliraju“. Također, oni će vrlo rijetko poslove delegirati, radije sve prepuštaju sebi. Održavatelji su poduzetnici koji poduzeće preuzimaju, odnosno kupuju ga ili nasljeđuju. Dakle, oni poslovanje nisu započeli od nule te vole status quo (nepromijenjenost stanja).

3.1. Tko je poduzetnik?

„Poduzetnici su ljudi koji ustraju i traže željene okolnosti, a ako ih ne pronađu, stvaraju ih sami.“ George Bernard Shaw

Vuković (1999.) poduzetnika definira kao inovatora, hrabrog ali opreznog pojedinca koji je izrazito spreman za preuzimanje rizika, a pokreću ga izgledi za ostvarenje dobiti i vjera u uspjeh. Poduzetnik je inicijator novih poduzetničkih pothvata, on ulaže kapital i vrijeme,

zapošljava ljude, osmišljava projekt i prati njegovo ostvarenje te obavlja kontrolu da bi ostvario što veću dobit. Peter Drucker (1992.) govori o tome kako poduzetnici „...nisu ni kapitalisti, premda im je dakako potreban kapital kao i za sve ekonomske djelatnosti. Nisu ni investitori. Oni, naravno, riskiraju, ali to čini svatko tko se upušta u bilo kakvu ekonomsku aktivnost...Poduzetnik nije ni poslodavac, ali može biti, a često to i jest, zaposlen u dotičnom poduzeću – ili je netko tko radi sam i isključivo sam.“

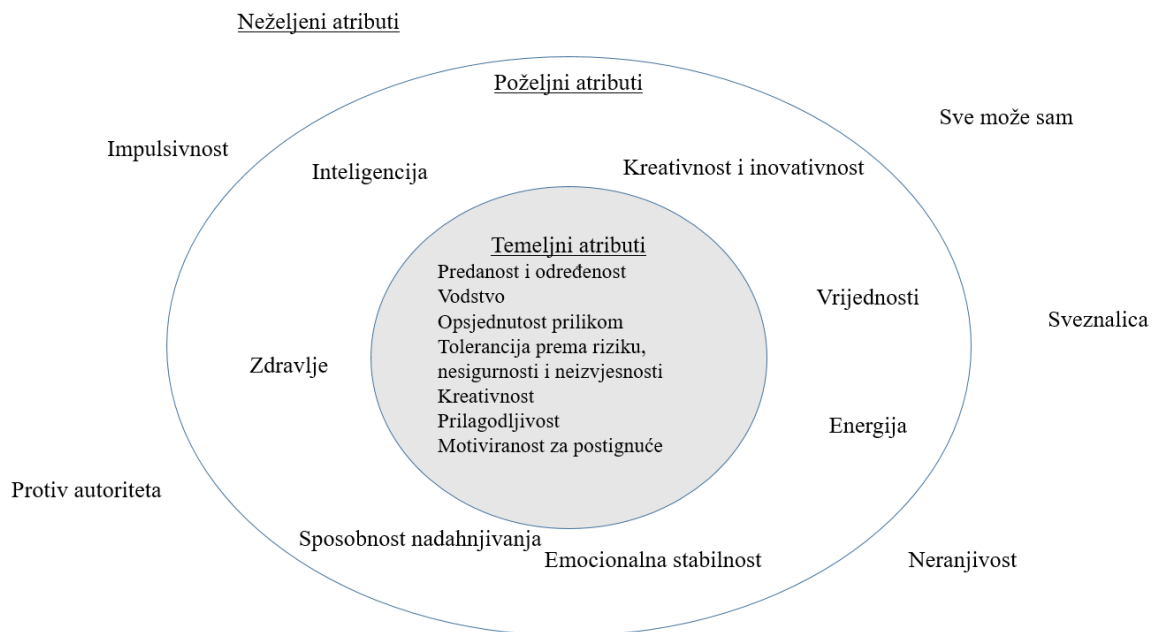
Begović (2006:9) je iz raznih definicija poduzetnika i poduzetništva izvukao one karakteristike koje većina tih definicija i spominje:

- specifičan oblik ponašanja i sustav menadžmenta
- moć promjena unutar i izvan postojećih organizacija
- vizionarsku aktivnost i unošenje kreativnih promjena koje doprinose transformaciji i razvoju društva
- nalaženje i uporaba novih mogućnosti, odnosno maksimalizacija mogućnosti
- proces pretvaranja invencije u inovacije
- proces samozapošljavanja i zapošljavanja
- kombiniranje resursa s ciljem uvećavanja njihove vrijednosti
- preuzimanje poslovnog rizika i neizvjesnosti
- način rukovođenja i upravljanja

Osim što obavlja poslove, mora postaviti odgovarajuće zadatke, ali i potrebna rješenja. Pravi poduzetnik mora znati i gubiti. Ukoliko dođe do neuspjelog poduzetničkog pothvata treba početi ponovo, u suprotnom ne treba se zadovoljavati postignutim, već tražiti nove ideje i prilike.

Timmonsov model temeljnih poduzetničkih atributa (slika 1) ukazuje na određene poželjne, ali i neželjene attribute koje većina poduzetnika posjeduje.

Slika 1: Timmonsov model temeljnih poduzetničkih atributa



Izvor: Izrada autora prema Šimić (2014).

3.2. Poduzetnik i menadžer

Poduzetnik je definiran kao osoba koja je spremna na odgovornost i preuzimanje rizika u neizvjesnim situacijama. Često se pretpostavlja kako su poduzetnici isti kao menadžeri te da je poduzetništvo kao menadžment. Važno je naglasiti kako u ekonomskoj teoriji, unatoč nekim sličnostima, postoji jasna razlika između poduzetnika i menadžera. Prije svega, poduzetnik mora biti lider. On je taj koji posjeduje viziju poslovanja i koji svojim radom i odlučnošću utječe na suradnike. Iz njegovog liderstva proizlazi potreba za posjedovanjem određenih vještina vođenja. Te vještine pomažu mu u uspješnom poslovanju sa dobavljačima, kupcima, radnicima, bankarima i dr.

Primarne zadaće menadžera su planiranje i donošenje odluka, organizacija rada i poslovanje, zapošljavanje i vođenje ljudi te kontrola resursa. Menadžerske funkcije obavljaju se sa tri razine prva i najniža razina zove se operativni menadžment, sljedeća je srednji menadžment i najviša ili top menadžment. On mora preuzeti odgovornost, osim za sebe, i za suradnike i kolege koji obavljaju svoj dio posla. Neke od osnovnih razlika između poduzetnika i menadžera prikazane su u tablici 4.

Tablica 4: Razlike između poduzetnika i menadžera

Poduzetnik	Menadžer
Stvara poduzeće	Preuzima odgovornost
Dobit kao naknada za rad	Plaća kao naknada za rad
Sklon riziku	Nije sklon riziku
Koristi intuiciju	Koristi podatke i procjene
Inovativan	Usmjeren na postojeće
Stvara prilike	Čeka prilike
Nekonformizam	Konformizam
Orijentiran na budućnost	Orijentiran na sadašnjost
Stvara zadatke	Izvršava zadatke

Izvor: Izrada autora.

Da bi privukao kvalitetne osobe u svoje okruženje i ostvario dominaciju poduzetnik mora biti spreman na suradnju. Osobito kada je u planu dugoročno ostvarenje uspjeha, sam poduzetnik nema velikog izgleda za uspjeh. Škrtić (2006.) ističe kako je jedan od mogućih aspekata za uspjeh fleksibilnost i prihvaćanje stalnih promjena kojima se fleksibilnost ostvaruje, a to su:

- bezuvjetna orijentacija u korist kupca
- stalne, brze i prave inovacije
- razvijanje fleksibilnosti na svim razinama poslovanja
- unaprjeđenje suradnje s dobavljačima
- razvijanje fleksibilnosti u upravljanju i organizaciji
- razvijanje sustava za kaotični svijet, tj. sustava informiranja i kontrole, strategije razvoja potencijala poduzeća i sve šireg sustava decentralizacije.

3.3. Predrasude o poduzetnicima

O poduzetništvu i poduzetnicima postoje mnogobrojni stavovi i promišljanja. Jedan od najpoznatijih i učestalijih stavova seže još od davnina a govori o tome da se poduzetnici rađaju te da to ne mogu postati svojim trudom i radom . U nastavku ovoga rada izdvojit će se neki od mitova o osobnostima i karakteristikama poduzetnika.

1. Poduzetnici se rađaju, a ne stvaraju

Priča o tome kako se osoba mora roditi za ovaj posao predstavlja jedan je od najvećih mitova. Rađanjem čovjek može steći određene talente koji igraju važnu ulogu u njegovom životu.

Dobivanje takvih poduzetničkih talenata predstavlja prednost za osobu kod formiranja poduzetničkog poziva. No, urođeni talent nije osiguranje za poslovni uspjeh. Kao što je već ranije navedeno, osoba mora upornim radom razvijati i usavršavati svoj talent. Dakle, osoba koja nije rođena sa posebnim talentom može svojim trudom i radom postići uspjeh iako na teži način. Uspješan poduzetnik stvara se tijekom cijelog života.

2. Poduzetnički život je izrazito stresan i negativno se odražava na zdravlje

Svaki posao kojeg čovjek obavlja nosi određenu dozu stresa. No, ne postoje dokazi kako je posao poduzetnika stresniji od drugih profesija kao što je menadžer ili bilo koje drugo zanimanje. Poduzetnik ima potrebu svakodnevno razmišljati o potrebama svoga posla i na taj način živi pod određenom dozom stresa. Vrlo često ta doza stresa ne nosi sa sobom negativne posljedice već je ona zapravo pokretač poduzetnika i daje mu energiju za svakodnevne izazove.

3. Novac je najvažniji resurs pri započinjanju posla

Novac za poduzetnika ne predstavlja glavni resurs ukoliko on posjeduje originalnu ideju i viziju koji su potrebni za pokretanje poduzetničkog pothvata. Nije rijedak slučaj da poduzetnici koji kreću u posao sa manje novčanih sredstava više razvijaju svoju kreativnost i snalažljivost. Samim tim, nedostatak novaca potiče poduzetnika da bude oprezniji kod provedbe svoga pothvata. Ukoliko postoje potrebni elementi za uspjeh, tada novac ne predstavlja veliki problem za poduzetnika. Često oni koji imaju dovoljno ili više novca za pokretanje pothvata manje su predani poslu jer ne moraju biti toliko snalažljivi i oprezni.

4. Poduzetnici moraju biti mladi

Kao i za većinu ostalih predrasuda pa tako i za ovu, važno je naglasiti kako za pokretanje poduzetničkog pothvata nisu važne godine. Ukoliko je osoba spremna na uporan rad i ima određene atribute poput inteligencije, hrabrosti, snalažljivosti, marljivosti i sl. tada onda može uspjeti i sa 20 i sa 50 godina. Štoviše, veća je pretpostavka kako mlađi ljudi imaju manje iskustva i poznanstava koji su vrlo važni u realizaciji pothvata. U najvećem broju slučajeva prosječna starost poduzetnika početnika je 35 godina.

5. Poduzetnici su neovisni u vlastitom poslu

Daleko je od istine kako pokretanje vlastitog posla stvara neovisnost. U odnosu na neovisnost o nadređenom, u ovom slučaju stvara se ovisnost i brojne obaveze koje moraju zadovoljiti prema svojim zaposlenicima, partnerima, dobavljačima, kupcima, investitorima i dr. Za

uspjeh suviše je važno održavati kvalitetan odnos sa okolinom poduzeća. Oni zapravo i stvaraju promet i donose profit poduzeću. Moguće je posjedovati najbolje proizvode ili pružati najbolje usluge ali ako nema onih koji će to koristiti i kupovati tada nema profitabilnosti.

6. Poduzetnici su kockari

Kockari se mogu opisati kao osobe koje ulažu novac u igre čiji uspjeh ovisi isključivo o sreći. Za razliku od njih, poduzetnici su osobe koje ulažu novac u projekte na koje se nisu oslonili isključivo na sreću. U njihovom ulaganju, osim novca, nalazi se i trud, rad, ugled, promišljanja, obitelj, vrijeme i sl. Teško se može poistovjetiti rizik kockara i rizik poduzetnika gdje je rezultat njegovog uspjeha njegovo pažljivo i promišljeno donošenje odluka. Za poduzetnika je važno da, ukoliko može, smanji poslovni rizik istraživanjem i prošlim iskustvima te da se ne oslanja isključivo na sreću jer ona u vrlo malom broju slučajeva dovodi do uspjeha.

7. Poduzetnički pothvat često završi neuspjehom

Kao i u životu, ljudi često prolaze kroz određene uspone i padove. Bilo bi neprirodno misliti da svaki poduzetnički pothvat vodi profitu i uspjehu. Međutim, iz padova se vjerojatno uči više nego iz uspjeha. Moguće je da postoji odlična poslovna ideja, ali da ju tržište jednostavno nije prihvatilo na pravi način. Za poduzetnika taj cijeli put predstavlja njegovo iskustvo koje će mu pomoći u budućnosti da ne radi iste pogreške.

3.4. Žene poduzetnice

O važnosti žena u poduzetništvu govori se tek posljednjih godina. No, može se reći kako su žene poduzetnice postojale još od povijesnog doba kada su pomagale svojim muškarcima pri odlasku u rat, ali i u obnavljanju zemlje. Osobito nakon Drugog svjetskog rata kada su radile kako bi mogle otplatiti ratnu odštetu. Đirilić i Kvartuč (2013) žensko poduzetništvo definiraju kao poduzeće koje je u minimalno 51% vlasništvu žene koja ga istovremeno vodi i kontrolira. Uz „žensko poduzetništvo“ vezano je mnogo stereotipa koji se protežu još od davnina. No, isto tako žene se često percipira kao one koje su stvorene za ulogu majke i nemaju puno vremena za druge poslove. Također, žene poduzetnice često reagiraju i razmišljaju drugačije od muškaraca zbog veće razine emocionalnog poistovjećivanja. Osim profita, često teže ostvarenju većih ciljeva koji se vezuju uz nematerijalno. Samopouzdanje je jedno od osnovnih osobina koje treba posjedovati jedan poduzetnik. Stereotipi u društvu i umanjivanje žena kao

onih koje mogu pokrenuti poslovni pothvat često je narušavalo samopouzdanje žena. Osim toga, u društvu su često postojale predodžbe o tome što je posao za muškarca, a što za ženu. Iz tog razloga, unatoč većoj populaciji žena u svijetu, broj žena poduzetnica manji je od broja muškaraca.

Neke od izdvojenih prepreka i rješenja izjednačavanja žena i muškaraca u poduzetništvu prikazano je u tablici 5.

Tablica 5: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetništvu

Prepreka	Rješenje
Usklađivanje profesionalnog i privatnog života/ Nedostatak podrške ta žene	-Osigurati dostupne javne servise čuvanja djece, jednosmjenska nastava u školama -Dječji kutak unutar poduzeća -Subvencioniranje dječjih vrtića, škola, posebno u organizaciji slobodnog vremena žene -Rad od kuće, fleksibilno radno vrijeme, poticanje muškaraca na korištenje porodiljnog dopusta
Nedovoljna podrška okoline	-Edukacija članova obitelji i bračnih partnera
Zakonodavne i institucionalne barijere	-Smanjivanje poreza i nameta -Plaćanje PDV-a po naplaćenom računu -Uskladiti pravnu regulativu bez mogućnosti različitih tumačenja
Nedovoljno umrežavanje poduzetnica	-Kreiranje projekata i raznih Internet stranica i usluga sa svim raspoloživim informacijama -Osnivanje asocijacija i udruga koje okupljaju poduzetnice s istim i sličnim problemima radi uzajamne pomoći -Organiziranje aktivnosti- udruge, forumi, projekti, slobodne aktivnosti i sl.
Premala ili nedovoljna educiranost vezana uz razvoj ženskog poduzetništva i samozapošljavanje	-Obrazovanje žena posebno u području tehničkih znanosti i područja za kojima postoji „potreba“ na tržištu -Uvođenje predmeta Poduzetništvo u osnovne škole, čime se mogu mijenjati stavovi i uvjerenja pozitivnim pomakom -Promptna i kontinuirana edukacija žena kroz različite radionice, osobito u manjim

	<p>sredinama</p> <ul style="list-style-type: none"> -Uvođenje predmeta Poduzetništvo u osnovne i srednje škole, praktična znanja, primjeri dobre prakse -Korjenita reforma sustava obrazovanja
Otežan pristup financijskim resursima	<p>Omogućiti porezne olakšice za poduzetnice</p> <ul style="list-style-type: none"> -Razviti programe financiranja -RH treba osnovati vlastitu banku za poduzetništvo žena; u bankama omogućiti pojedinačne razgovore uz obrazloženje poslovne ideje; smanjiti administraciju, bez zaloga nekretnina, više povjerenja u poduzetnike/ce, više kontrole

Izvor: izrada autora prema Strategiji razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj 2014.-2020.

Na slici 2 prikazan je udio žena poduzetnica, odnosno osnivačica trgovačkih društava u razdoblju od 2016. do 2018. godine gdje se može primijetiti kontinuirani blagi rast žena osnivačica. Također, slika prikazuje žene osnivačice u odnosu na muškarce osnivače gdje se može primijetiti razlika zastupljenosti između žena i muškaraca u poduzetničkom svijetu.

Slika 2: Vlasnička struktura prema rodnom kriteriju

	2016	2017	2018	Ukupno
Žene osnivačice	23.201	24.572	26.676	74.449,00
Muškarci osnivači	59.436	63.565	70.078	193.079,00
Pravne osobe osnivači	7.745	8.086	8.473	24.304,00
Mješoviti osnivači	12.124	12.239	12.518	36.881,00
Neodređeno	4.087	3.622	3.289	10.998,00
Ukupno	106.593	112.084	121.034	

Izvor: Fina. Vlasnička struktura prema rodnom kriteriju GFI 2018.

U Republici Hrvatskoj pokrenuta je strategija za dugoročnu provedbu aktivnosti kojima se utječe na promjene u sustavu i okolini. Također, 2014. pokrenuta je srednjoročna strategija – do 2020. godine koja se sastoji od četiri strateška cilja kojima je cilj povećati broj žena koji će pokrenuti poduzetnički posao, a to su:

- Strateški cilj 1: Poboljšanje usklađenosti i umreženost javnih politika
- Strateški cilj 2: Poboljšanje sustavne podrške poduzetništvu žena
- Strateški cilj 3: Uvođenje poduzetništva žena u cjelokupnu institucionalnu infrastrukturu

- Strateški cilj 4: Promocija poduzetništva žena

Ukoliko se analizira broj muškaraca i žena u obrazovanju od magistra znanosti do doktora znanosti može se zaključiti kako podatci idu u korist žena što se vidi prikazom u tablici 6.

Tablica 6: Magistri znanosti i doktori znanosti između muškaraca i žena 2016.-2018.g

	MAGISTRI ZNANOSTI		DOKTORI ZNANOSTI	
	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene
2016.	42,8%	52,7%	45,0%	55,0%
2017.	39,6%	60,4%	44,6%	55,4%
2018.	38,4%	61,6%	46,2%	53,8%

Izvor: Izrada autora prema podacima DZS: Žene i muškarci u Hrvatskoj 2019.

U tablici 6 prikazani su podaci odnosa između žena i muškaraca u Hrvatskoj u razdoblju od 3 godine od 2016. do 2018. godine. Može se zaključiti kako je odnos s godinama obrnuto proporcionalan između dva spola. Sve je više žena magistrica i žena doktorica znanosti. U 2016. godini muškaraca magistara znanosti bilo je 42,8% što je manje u odnosu na žene koje su iznosile 51,7%. Do kraja 2018. godine taj broj se promijenio u korist žena gdje su one tada zauzimale 61,6%, a muškarci 38,4%. Slična situacija dogodila se i kod doktoriranja znanosti. Krajem 2016. godine muškaraca je doktoriralo nešto manje od 50%, točnije 45%, dok su žene zauzimale preostali postotak od 55%. Međutim, krajem 2018. postotak žena doktorica znanosti smanjio se na 53,8% u odnosu na prethodne godine, ali i dalje iznosi više od polovice doktora znanosti. Muškaraca je krajem iste godine doktoriralo 46,2%.

4. Ključne osobine i vještine poduzetnika

Prema Hunjet i Kozini (2014.) u glavne osobine poduzetnika svrstavaju se:

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad, tj. ustrajnost
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

Radman (2011) inovativnost vidi kao sposobnost činjenja nečega na novi način. Prema autoru u poslovanju je to spontan ili sustavan postupak ostvarivanja unapređenja koja vode korisnim pozitivnim promjenama i povećanju vrijednosti rada. Poduzetnike bi trebalo privlačiti nešto što je novo i nepoznato, gdje se trebaju uhvatiti u koštac sa novim izazovima koje se nalaze na poslovnom planu. Također, inovacija može predstavljati poboljšanje ili unaprjeđenje postojećeg. Drucker (1992) navodi sedam inovacijskih izazova:

- nepredvidljivost uspjeha, odnosno neuspjeha,
- nesklad između sadašnje i buduće realnosti,
- inovacije vezane uz potrebe određenog procesa,
- promjene u proizvodnji i tržišnoj strukturi,
- demografske promjene,
- nove spoznaje i znanja,
- promjene u razmišljanjima

Razumljivo je da je ulazak u rizik sastavni dio poduzetništva bez kojeg nije moguće poduzeti neke veće mjere na poslovnom planu. Rizik za poduzetnika predstavlja mogućnost donošenja krive odluke koja vodi manjem ili nikakvom profitu. Najbolje rješenje predstavlja određivanje prave mjere između rizičnosti i potpune sigurnosti. Za poduzetnike je izazovnije poduzimanje pothvata u kojem postoji određena doza rizika, a koja nema previše mali izgled

za uspjeh. Pothvati koji su potpuno sigurni vjerojatno daju mali profit, a pothvati koji sadržavaju veći rizik nose sa sobom i više profita što je ujedno poduzetnicima privlačno.

Samouvjerenost je bitna stavka ne samo za poduzetnike već i za sve ljude. No, za poduzetnika je bitna samouvjerenost jer je to ono što ih potiče na rizik, ulaganja i što ih motivira da budu ustrajni u novim izazovima. Isto tako, bez obzira na razinu samouvjerenosti vrlo je važno postaviti realne ciljeve. Pravilno postavljeni i ostvareni ciljevi više će motivirati poduzetnika u nadolazećim izazovima te će isto tako povećati njegovu vjeru u sebe.

Jedno od svima jasnih činjenica je da uporan rad otvara mnoga vrata. Iza svih uspješnih poduzetnika stoji puno truda i rada. Takvim načinom stječu se životna iskustva te je potrebno proći puno uspona i padova koji će se premostiti samo naporom. Često svaka prilika koju poduzetnici prihvate ne urodi plodom, ali da bi ostvarili promjene i razvoj moraju ostati uporni i puno raditi. Škrtić (2006) naglašava kako postoji suglasnost znanstvenika, stručnjaka i praktičara da svaki poduzetnički trud, a da bi ušao u svjetsku klasu, mora proći kontinuirani proces izgrađivanja sposobnosti (kod toga, naravno, nije sigurno koje su to sposobnosti neophodne za uspjeh i kako i kada ih treba iskoristiti).

Već je ranije napomenuto kako je za poduzetnika važno da postavi realne ciljeve. Kreativnim idejama poduzetnici postižu prednost od konkurencije te ih nadmašuju umjesto da ih kopiraju. Postavljanje ciljeva teče kontinuiranim tokom. Ostvarenjem jednih javljaju se drugi i svaki put sljedeći veći od prethodnog. Uz postavljanje ciljeva usko je vezan i poslovni plan. Njime naravno nije moguće potpuno izbjeći pogreške, ali se može smanjiti njihov broj. Također, poslovni plan ima veliku ulogu jer na jednom mjestu sadrži bitne sastavnice pothvata. Mnogima ciljevi predstavljaju ostvarenje kontrole nad vlastitom sudbinom, zarada, dokazivanje sposobnosti i dr.

Odgovornost za poduzetnika znači priznanje za njihov uspjeh, ali i preuzimanje krivice za neuspjeh. Tošić (2016:14) smatra kako poduzetnici imaju odgovornost prema težeći stalnom poboljšavanju poslovnih učinaka i odgovornost prema društvenoj zajednici i prirodnom okružju eliminacijom štetnih učinaka poslovnog pothvata.

Kada je riječ o vještinama poduzetnika one se mogu podijeliti na osobne, komunikacijske, međuljudske i konceptualne. Vještine predstavljaju jednu od bitnih pretpostavki oblikovanja i pokretanja poduzetničkog procesa, ali i za razvoj osobne karijere. Mogu se steći i razviti kroz praksu i rezultat su iskustva.

1. Osobne vještine poduzetnika

Tubić i sur. (2016) među osobnim vještinama poduzetnika ističe prepoznavanje vlastitih prednosti i slabosti, upravljanje stresom, upravljanje vremenom i analitički pristup i kreativno rješavanje problema. Prepoznavanje vlastitih prednosti i slabosti zahtjeva visoku razinu samosvijesti. Ukoliko poduzetnik želi izvršiti istinsku analizu i sagledati realnu sliku vlastitog položaja, mora biti svjestan u pronalasku osobina koje posjeduje ili ne posjeduje. Stres se može promatrati kao pozitivan i kao negativan čimbenik poslovanja. Rad sa ljudima često iziskuje puno napora i iscrpljuje ljudski organizam zbog svoje složenosti. Zato je izrazito važna vještina upravljanja stresom i njegovo kontroliranje kako bi se izvukla maksimalna učinkovitost koju on pruža. U narodu se često koristi izreka „Vrijeme je novac.“. Vrijeme se ne može zaustaviti, vratiti niti usporiti. Za poduzetnika je važno da upravo zbog toga iskoristi vrijeme koje ima na najefikasniji način. Tubić i sur. (2016.) vrijeme naziva „bojnim poljem“ na kojemu se dobivaju i gube poslovne bitke. Poduzetnik mora biti spreman i znati njime učinkovito upravljati. Analitički pristup i kreativno rješavanje problema podrazumijeva prvobitno shvaćanje problema u potpunosti, a zatim njegovo kreativno rješavanje.

2. Komunikacijske vještine poduzetnika

Komunikacijske vještine bitna su stavka ne samo u poduzetničkom poslovanju nego i u većini poslovnih zanimanja. Lamza-Maronić i Glavaš (2008:18) naglašavaju kako organizacija ne bi mogla poslovati bez sustava komuniciranja kojeg čine prenošenje poruka, vođenje korespondencije, razmjena i obrada informacija, izdavanje i primanje naloga među strukturama u organizaciji, kontakti s poslovnim partnerima i odnosi s javnošću. Među nekima od najvažnijih komunikacijskih vještina ubrajaju se govor tijela, pregovaranje, vođenje, pisanje i jasan razgovor. Sve nabrojene vještine imaju veliki utjecaj u sklapanju poslovnih ugovora i u ostavljanju dojma na sugovornika. Uspješan poduzetnik, osim što je dobar govornik, mora biti i aktivan slušatelj. Vještina aktivnog slušanja važna je u prepoznavanju osjećaja i shvaćanju stavova sugovornika na temelju kojeg može dati odgovor i argumentirati vlastiti stav. Također, veliki dio komunikacije zauzima neverbalna komunikacija. Neke od osnova i odlika uspješnog poduzetnika su ispravno držanje, ispravno držanje glave, ruke izvan džepova, gledanje u oči i sl.

3. Međuljudske vještine poduzetnika

Čovjek je rođen kao društveno biće i kao takvom mu je potrebna zajednica za rast i razvoj. Međuljudske vještine odnose se na stvaranje kvalitetnog odnosa sa suradnicima,

zaposlenicima i poslovnim partnerima. Neke od sposobnosti koje se ubrajaju u ove vještine su motiviranje suradnika, kvalitetan timski rad, vođenje, održavanje kontakata i delegiranje. Rad u skupini ljudi koji teže ostvarenju zajedničkog cilja sve više postaje nezaobilazna točka u razvoju poduzeća. Kako bi se uspostavila ravnoteža u timu potrebno je ostvariti kvalitetne odnose sa suradnicima. Često u poduzećima, bila ona mala ili velika, neizostavno stanje međuljudskih odnosa predstavlja konflikt. No, nije svaki konflikt nužno loš za poduzeće iako predstavlja narušavanje tih odnosa. Stoga je za uspješnog poduzetnika važno uspostaviti vješto upravljanje takvim situacijama i otklanjanje njihovog uzroka u korijenu.

4. Konceptualne vještine poduzetnika

Ove vještine podrazumijevaju sagledavanje šire slike, tj. organizacije kao cjeline i povezivanje njezinih dijelova u cjelinu. Druga sastavnica konceptualnih vještina jest korištenje organizacijske moći. Poduzetnik mora u obzir uzeti sve pojedine projekte, misiju, viziju i ciljeve organizacije te uspostaviti uspješan odnos koji vodi uspjehu cjeline. Tubić i sur. (2016:62) naglašava kako vještina sagledavanja cjeline dolazi do punog izražaja u situacijama kada je potrebno uskladiti organizaciju i odlučivanje u situacijama kada briga o interesu sustava ima prioritet nad interesom njenih podsustava kao pojedinih dijelova organizacije. Vještina organizacijskih moći potrebna je kod provođenja ciljeva i ostvarenja dugoročnih planova.

4.1. Kompetencije poduzetnika

Kako bi se objasnilo značenje kompetencije u općenitom smislu, može se reći da ona podrazumijeva sposobnost, stručnost i nadležnost kojom pojedinac može raspolagati u svome poslu. Kompetentnom osobom smatra se ona osoba koja svoje djelovanje temelji na vještinama, znanju, stavovima i iskustvu. Postoje brojni autori koji definiraju ove pojmove sa različitih stajališta. Mijatović (2000) kompetenciju definira kao sposobnost da se čini, izvodi, upravlja ili djeluje na razini određenog znanja, umijeća i sposobnosti, što osoba može dokazati na formalni ili neformalni način. Prema Agenciji za znanost i visoko obrazovanje (2020) kompetencija se definira kao dinamična kombinacija kognitivnih i metakognitivnih vještina, znanja i razumijevanja, međuljudskih, intelektualnih i praktičnih vještina te etičkih vrijednosti. Također, navodi da su neke kompetencije područno specifične (svojstvene određenoj disciplini), dok su druge generičke (zajedničke svim programima). Poduzetnička se kompetencija može opisati kao sposobnost pretvaranja ideja u konkretne akcije. Sedlan Kónig (2013) navodi kako osobe koje posjeduju poduzetničku kompetenciju obrađuju, pohranjuju,

dohvaćaju i koriste informacije iz okruženja bolje od osoba kojima ta kompetencija nedostaje. Na slici 3 prikazane su tri kategorije poduzetničke kompetencije za koje se vežu određene karakteristike.

Slika 3: Kategorije poduzetničke kompetencije

Kategorije	Elementi
Kognitivna	<p>Sposobnost analiziranja i razumijevanja velikih količina informacija Sposobnost korištenja poduzetničkih zapisa, mapa i nacрта Sposobnost preuzimanja kalkuliranog rizika Kreativnost, inovativnost i vizija Efektuacija¹ u uvjetima neizvjesnosti Percepcija prilika i rizika Poduzetnička budnost Intuicija Korištenje vještina obje polutke mozga</p>
Afektivna	<p>Samopouzdanje Interni <i>locus</i> kontrole Samostalnost Entuzijazam i upornost Marljivost i želja za uspjehom Nošenje s neuspjehom Sposobnost pozitivnog razmišljanja Pozitivan stav prema promjenama Sposobnost poticanja promjena Visoka tolerancija prema neizvjesnosti</p>
Bihevioralna	<p>Motiviranost postignućem Preuzimanje inicijative Spremnost na djelovanje Izgradnja i vođenje timova Sposobnost preuzimanja odgovornosti i vođenje Sposobnost uvjeravanja i pregovaranja Upravljanje konfliktima Asertivnost Sposobnost pronalaženja, upravljanja i kontrole resursa Sposobnost uspostavljanja i njegovanja kontakata</p>

Izvor: Sedlan Kónig (2013)

Za kognitivno područje bitna sastavnica je znanje. Poduzetnici moraju razmišljati u uvjetima koji često nisu ugodni, nose neizvjesnost i velike pritiske. Iz tog razloga vrlo je bitno posjedovati sposobnost razumijevanja velikih količina informacija. Kako bi mogla uhvatiti najbolje poslovne prilike važna je poduzetnička budnost. Kreativnost, inovativnost i vizija neizostavni su elementi. Za poduzetnika je važno ne samo da bude ispred konkurencije već i da nema sličnosti sa istom. Kreativne ideje uvijek su prihvatljivije u društvu i imaju predispozicije da postanu izvrsni poduzetnički pothvati.

Afektivna kategorija podrazumijeva čvrst i pozitivan stav prema promjenama. Iz poduzetničkog stava proizlazi njegova samouvjerenost, neovisnost, samostalnost i sl.

Također, razvijeni *locus* ili težište kontrole (izvor kontrole osobnog ponašanja) omogućava unutarnji osjećaj kontrole poduzetniku te samim time sposobnost predviđanja događaja i veći osjećaj unutarnje slobode. Entuzijizam i upornost prethodno su navedeni kao neizostavna sastavnica uspjeha. Važno je naglasiti sposobnost nošenja sa neuspjehom koje je usko vezano sa pozitivnim stavom poduzetnika. Pozitivan odnos prema poslu povećati će spremnost na nošenje sa rizikom. Tubić i sur. (2016) navodi kako je poduzetništvo obilježeno visokom razinom neizvjesnosti i rizika, a uspješno nošenje s rizikom u značajnoj mjeri ovisi o razini usvojenosti svih sastavnica i elemenata poduzetničke kompetencije. Visoka tolerancija i otpornost poduzetnika je ono što ga razlikuje od gubitnika.

4.2. Poduzetnička motivacija i namjere

Motivacija se može definirati kao želja pojedinca da obavlja određene zadatke vezane uz njegove potrebe. Nisu svi ljudi isti i ne pokreće svakoga jednake stvari. Netko voli vježbati, netko trčati, netko čitati knjige...Ona se zapravo očituje u tome kako će pojedinac obavljati određene aktivnosti, hoće li trebati više ili manje vremena, hoće li biti kvalitetno ili ne. Kada je riječ o poslovnom smislu za poduzetnika je bitna motivacija njegovih suradnika. Svaki vođa prvenstveno želi dobro okruženje u svome poduzeću. Dobre vibracije i pozitivna energija generiraju nove ideje i povećavaju učinkovitost suradnika. Zaposlenici koji su puni energije bit će predaniji svome poslu i spremniji odraditi dodatne zadatke ukoliko ima potrebe za njima.

McClelland (1961, u Dojčinović i sur., 2012.) je u svojim istraživanjima zaključio kako potreba pojedinca za postignućem stvara njegovu motiviranost. Ta tri motivatora opisana su u nastavku:

- **Potreba za moći** – želja za kontrolom i mogućnošću utjecaja na druge. Ova se potreba povezuje s kompetencijama kao što su asertivnost i strateško komuniciranje
- **Potreba za pripadanjem** – želja za održavanjem dobrih međuljudskih odnosa. Iako se smatra da zbog svoje probitačne i inovativne prirode poduzetnici kotiraju nešto niže na ovoj potrebi, ona je usko povezana s obiteljskim biznisima gdje poduzetnik nastavlja tradiciju zbog odanosti i privrženosti obitelji, a ne zbog vlastitih preferencija.
- **Potreba za postignućem** – želja da se nešto napravi bolje ili učinkovitije nego ikad prije, stremljenje izvrsnosti i fokus na potpuno ostvarenje ciljeva. U cijelosti ova potreba, koja se poistovjećuje s poduzetničkom motivacijom, uključuje definiranje problema, želju za rješavanjem problema, razmišljanje o različitim načinima

rješavanja, o preprekama pri svakom od predloženih rješenja, o ljudima i resursima koji su potrebni da bi se do rješenja stiglo te o posljedicama uspjeha ili neuspjeha.

Kako bi znao koja od navedena tri motivatora najbolje utječu na organizacijski uspjeh i produktivnost zaposlenika, poduzetnik najprije mora dobro upoznati svoje suradnike.

4.3. Utjecaj poduzetničkih osobina na donošenje odluke o pokretanju pothvata

Poduzetničke osobine jedne su od temeljnih svojstava poduzetnika koji se odlučuje na pokretanje poslovnog pothvata. Kao što su već ranije opisane u radu, inovativnost, samouvjerenost, uporan rad i preuzimanje rizika pružaju određenu hrabrost poduzetniku da se upusti u nepoznate pothvate. Svaka od osobina ima određenu ulogu na putu do uspješnog poduzetnika. Može se reći kako nisu sve osobine nužne kako bi osoba postala poduzetnik, ali su itekako poželjne. Inovativnost pruža poduzetniku sposobnost za stvaranje novih, do tada nepoznatih stvari i stvaranje prednosti pred konkurencijom. Samouvjerenost se može usko povezati sa preuzimanjem rizika. Osoba koja vjeruje u sebe i ima određenu dozu sigurnosti bit će spremnija na veće korake i put u nepoznato. Jasno postavljanje ciljeva i preuzimanje odgovornosti za njihovo ostvarenje, ali i za pogreške na putu do njih važne su osobine zbog kojih, ukoliko ih poduzetnik posjeduje, ima sposobnost gledanja realne slike o svom poduzeću. Iako sve osobine igraju važnu ulogu kod pokretanja pothvata, može se reći kako je uporan rad najbitnija osobina poduzetnika. Upornim radom i trudom može se puno toga postići pa tako i s vremenom steći neke od navedenih osobina.

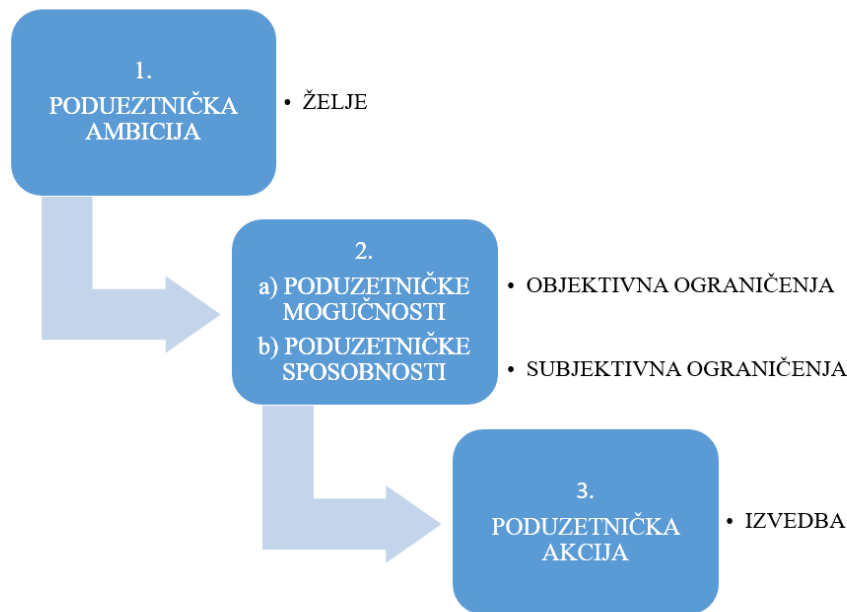
4.3.1. Poduzetnička odluka

Donošenje odluke temeljni je dio poduzetništva i poduzetnikovog poslovnog procesa. Odlučivanje se proteže od samog početka i prve odluke o pokretanju pothvata, preko svakodnevnog odlučivanja u razvoju pa sve do odluke o prekidu, odnosno odustajanju od poduzetništva.

Poduzetnička odluka temeljan je proces iza kojeg se nalaze brojne analize pomoću kojih se smanjuje rizik donošenje iste. Također, odluku slijedi velika odgovornost te je zato odlučivanje jedna od težih sastavnica gospodarskih aktivnosti. Ona je presjek između onoga što je trenutno i onoga što se može dogoditi u budućnosti. Iz tog razloga se može reći kako je neizvjesnost njezina glavna sastavnica.

Poduzetničke osobine i vještine se, dakako, mogu povezati sa donošenjem odluke. Donošenje prave odluke u pravo vrijeme moguće je uz pomoć poduzetničkih instinkata koji se stječu iskustvom. Na sljedećoj slici prikazan je proces donošenja odluke s određenim pojmovima koje bi poduzetnik trebao imati u vidu kako bi odluka sadržavala što manje rizika.

Slika 4: Proces donošenja poduzetničke odluke



Izvor: Izrada autora prema Žanić (2000)

Kod donošenja odluka poduzetniku pomaže izrada poslovnog plana. Kvalitetan poslovni plan točno određuje koje radnje je potrebno poduzeti, kada, gdje i zašto. Obično se izrađuje na vremenski period od 5 do 10 godina. Financije su jedan od glavnih pokazatelja uspješnosti poduzeća na temelju kojih poduzetnik donosi odluke o budućem poslovanju. Dakle, ako poduzetnik ne isplanira svoje financijske primitke i izdatke na vrijeme može zapasti u određene probleme iz kojih će se teško izvući. Prema Škrtić (2006:201) kvalitetan poslovni rad se treba temeljiti na sljedećim odrednicama:

1. „misiji poduzeća
2. viziji poduzeća
3. strategiji poslovanja
4. strateškim ciljevima poduzeća

4.3.2. Obitelj ili poslovanje

Pokretanje poslovnog pothvata od poduzetnika iziskuje potpunu pažnju i maksimalno iskorišteno vrijeme. Vrijeme koje poduzetnik ulaže u razvoj novih ideja i razvijanje analiza za donošenje odluka odlučuje o uspjehu njegove karijere. No, to ne bi trebalo značiti što više vremena provesti u poslu. Važno je vrijeme koje je izdvojeno za radni odnos iskoristiti u potpunosti. Jasno je da se otvaranjem vlastitog poduzeća stvaraju i određene odgovornosti od kojih poduzetnik kao vlasnik ne može pobjeći. Kada sve ovisi o vlastitim odlukama i o budućnosti cjelokupne organizacije i suradnika, normalno je u ljudskoj psihologiji da se stvara određeni pritisak i misli od kojih se ne može pobjeći ni nakon radnog vremena. Iz tog razloga, često se javlja pitanje kako uspostaviti ravnotežu između obitelji i posla?

Za uspostavljanje ravnoteže najprije je potrebno imati podršku obitelji. Za čovjeka obitelj predstavlja „sigurnu luku“ i mjesto na kojem se osjeća voljeno i voli. Podrška obitelji pružit će poduzetniku vjetar u leđa. Spoznaja da nije sam u usponima i padovima dat će mu više sigurnosti i samopouzdanja. Na taj način poduzetnik će imati više energije za rješavanje poslovnih zadataka i generiranje novih ideja. Isto tako, pozitivan i sretan poduzetnik motiviraniji je u obavljanju zadataka i prije će završiti sa svojim obavezama te se posvetiti obitelji. „...pojedinci koji osjećaju dugotrajni sukob između svoje radne i obiteljske uloge osjećat će neuspješnost u postizanju zacrtanih profesionalnih ciljeva“ (Čudina-Obradović i Obradović, 2000.). Kao i svaki posao, poduzetništvo sa sobom nosi dosta lijepih, ali i dosta teških dana. Ako je podrška obitelji prisutna sve se može lakše prebroditi i uravnotežiti.

Unatoč tome što se osnivanje vlastitog poduzeća povezuje za činjenicom da posao prati poduzetnika 24 sata, ono ima i određene prednosti. Mogućnost fleksibilnog radnog vremena, samostalno postavljanje tempa, samostalno donošenje odluka omogućuju poduzetniku da uskladi vrijeme za posao i za obitelj. Osim navedenoga, poslovanjem poduzetnik pruža obitelji određenu financijsku sigurnost koju svojim sposobnostima i vještinama može povećati. Poduzetnik ne bi trebao izabirati ili obitelj ili posao, nego bi trebao na pravi način uskladiti oboje.

4.3.3. Najčešće početničke pogreške poduzetnika

U pokretanju poslovanja, ali i općenito u poslovanju greške su sastavni dio čovjekove svakodnevnice. Razlog pogrešaka je neizvjesnost i nespremnost na situacije koje se ne mogu poistovjetiti sa nekim od prethodnih iskustava. Stare izreke govore kako je ljudski griješiti i

onaj koji radi mora griješiti. Jedan od načina sprječavanja tih grešaka je učenje od drugih ili proučavanje najčešćih početničkih pogrešaka, a neke od njih su:

1. Nedovoljno planiranja i istraživanja

Velik broj ljudi ima dobru poduzetničku ideju, hrabrosti i samouvjerenosti, ali nedovoljno istraživanja, znanja i planiranja. Dobra ideja ima svrhu jedino ukoliko se pametno razradi. Najprije je potrebno dobro obrazovanje. Obrazovanjem se otvaraju perspektive i spoznajemo više načina kojima se može doći do uspješnosti. Pavlović (2018.) navodi kako svatko tko se planira baviti ozbiljno određenim poslom i realizirati svoju ideju treba odvojiti neko vrijeme na istraživanje tržišta i izradu poslovnog plana jer poznato je da sama ideja ne mora nužno značiti i uspjeh poslovnog pothvata. Konkurencija također ima važnu ulogu kod pokretanja vlastitog poduzeća. Istraživanje konkurencije i tržišta dovodi do usavršavanja proizvoda prema potražnji.

2. Strah

Strah od pokretanja poduzetničkog pothvata spriječio je pretvaranje mnogih ideja u stvarnost. Najveću prepreku predstavlja potreba za ulaganjem novčanih sredstava za koje poduzetnik nije siguran hoće li mu se vratiti. Strah ima određene prednosti u situaciji kada čovjeka potakne na detaljnije promišljanje i razrađivanje ideje. No, isto tako strah je razlog za mnoge ne realizirane ideje koje su mogle biti uspješne na poslovnom planu. Nije rijedak slučaj da se realiziranje ideje svakim danom odlaže zbog nesigurnosti u projekt. Tržište je širok pojam i treba imati na umu da često postoji više ljudi koji imaju jako slične ideje. Ukoliko se ta realizacija sve više odlaže, postoji mogućnost da će konkurencija iskoristiti vrijeme i ideju.

3. Precjenjivanje sebe i podcjenjivanje pomoći drugih

Pokretanje poslovnog pothvata nije lak proces i zahtjeva puno učenja pa čak i stručnih znanja. Koliko god učili poduzetnici ne mogu poznavati sva područja istovremeno toliko dobro koliko i stručnjak za određeno područje. Pomoć treba tražiti i ne treba se ustručavati u primanju savjeta od stručnjaka u određenom području. Precjenjivanjem sebe dolazi se do krivih rješenja kada su ključne odluke u pitanju. Ne treba se stidjeti potražiti pomoć te isto tako treba prihvatiti priliku ukoliko se ponudi. Donošenje prave odluke na vrijeme utječe i na financijska sredstva koja će biti uštedena ukoliko se uz pomoć pravog tima suradnika donese ispravna odluka.

4. Nerealno sagledavanje troškova

Novac predstavlja pokazatelja uspješnosti poduzeća. Pametno ulaganje i raspoređivanje financijskih sredstava ključ su uspjeha. Iz tog razloga uvijek se ističe duboko istraživanje i planiranje ideje kako bi se uložena sredstva vratila i donijela određenu dobit. Troškovi koje ulažemo u proizvod ili uslugu definiraju cijenu toga proizvoda/usluge o kojima ovisi prihod.

5. Bez jasne vizije i cilja

Ako se krene na put bez odredišta, ne može se znati gdje će se stići. Ista stvar može se prenijeti na pokretanje poduzetničkog pothvata. Bez jasnog cilja ne može se znati kamo taj put vodi. Može se dogoditi da se stigne na poželjno odredište, ali iste šanse su i one koje vode u propast poduzeća. To je preveliki rizik i laka greška za koju postoje načini na koje se može smanjiti.

5. Analiza osobina i vještina uspješnih hrvatskih poduzetnika

Efikasnost poduzeća mjeri se u uspješnom transformiranju inputa u outpute. U Republici Hrvatskoj postoji puno poduzetničkog duha i želje za rastom i razvojem kako sebe tako i poslovne ideje i poduzeća. Pomoć poduzetnicima uvelike može pružiti i zemlja u kojoj razvijaju svoje projekte kroz određene novčane poticaje.

Poduzetničke priče u Hrvatskoj sežu od proizvodnje kupaonske opreme, preko dizala pa sve do automobila i njihove opreme. U nastavku rada istaknut će se neki od uspješnih hrvatskih poduzetnika kao što su Siniša Stanić, Mate Rimac, Stjepan Basar i Boris Ferkula, Frane Franičević i Darko Paviša. Njihovi projekti te njihove osobine i vještine kao poduzetnika koje su ih dovele do cilja razlog su spominjanja u ovome radu.

Siniša Stanić osnivač je obiteljske tvrtke Simplex. Tvrtka se bavi instalacijom dizala te njihovom modernizacijom i pokretnih stubišta. 2019. godine dobitnik je nagrade Menadžer godine u kategoriji Poduzetnik godine. Karakterizira ih visoka kvaliteta koja je prioritet u radu zahvaljujući predanosti Siniše i njegovog brata Ivana. Zahvaljujući upornom radu i iskustvu zbog kojeg su stekli vještine upravljanja poduzećem, tvrtka Simplex proširila se i na druga tržišta diljem Europe. Tajna je uspješnosti ovoga poduzeća, osim u vlastitoj inteligenciji i naporu, to što njihovi djelatnici odlaze na usavršavanja te su na taj način konstantno na visokoj razini. „Organizacija u tom smislu daje veliki značaj obučavanju zaposlenika u pogledu stručnosti izvođenja poslovnih zadataka, kvalitete, sigurnosti na radu i odnosa prema okolišu“ (Simplex, 2019.). Na taj način Siniša Stanić pokazuje osobinu odgovornosti za svoje suradnike ali i okolinu. Također, u takvom okruženju razina motivacije je zasigurno visoka, a ako je motivacija visoka tada je produktivnost velika. Njegove komunikacijske i međuljudske vještine razlog su stjecanja poslovnih partnera po cijeloj Europi, a uskoro i u ostatku svijeta.

Među uspješnim poduzetnicima Republike Hrvatske nalazi se i Mate Rimac. On je osnivač i vlasnik tvrtke Rimac Automobili. U zemlji koja ranije nije imala automobilsku industriju, Mate Rimac je ostvario svoju ideju o najbržem električnom automobilu na svijetu. Njegova inovativnost ključni je pokretač njegova uspjeha. Stvorio je nešto novo svjetskom tržištu. Njegova spremnost na ulaganje i rizik doveli su ga do jednog od najuspješnijih poduzetnika u Hrvatskoj, ali kada je riječ o automobilskoj industriji i u svijetu. Njegova prva inovacija bila je njegov maturlni rad, a riječ je o iGlove rukavici koja zamjenjuje miša i tipkovnicu na računalima. Često je sudjelovao na street race utrkama gdje je otkrivao nedostatke svoga automobila i poboljšavao ga kako bi bio brži i bolji. Svoj hobi odlučio je pretvoriti u posao te je počeo izrađivati vlastitu elektroniku i baterijske sustave. Poduzetnički duh u njemu doveo ga je do najvećeg sajma automobila na svijetu koji se održavao u Frankfurtu. Tamo je predstavio svoj električni automobil koji je dočekan sa oduševljenjem. Njegova tvrtka konstantno raste i povećava broj zaposlenih sa potrebnim znanjem bez obzira bili oni fakultetsko obrazovani ili ne.

Tvrtka Aquaestil osnovana je 1988. godine te se bavi proizvodnjom kupaonske opreme kao što su hidromasažna kada, tuš kada, stakleni tuš, parne kabine i sl. Poduzetnici Stjepan Basar i Boris Ferkula zaslužni su za dugogodišnje uspješno poslovanje i napredovanje tvrtke. Pri realiziranju poslovne ideje imali su jasno postavljen cilj i plan poslovanja. Sustavno su širili poduzeće postupnim uvođenjem inovacija. Strpljivost je njihova vrlina i tajna uspjeha. Također, fokusiranost na jedan segment, a to je kvaliteta proizvoda, svoja su financijska sredstva uspješno ulagali te su ona rezultirala profitom. Ustrajnost u njihovom radu od samog početka dok su pozicionirali ime svoje tvrtke na tržištu kao odličje kvalitete i modernizacije kupaonica pomoglo im je u bržem napredovanju kasnije.

Poduzetnici Frane Franičević i Darko Paviša zaslužni su za uspješno poslovanje tvrtke RASCO koja uspješno posluje već 40 godina. Bavi se proizvodnjom uređaja za održavanje komunalne infrastrukture. „30 godina snažne vizije, inovacija i kontinuiranih investicija rezultiralo je postojanim i stabilnim rastom“ (RASCO, 2020.). Ovu dvojicu poduzetnika odlikuje kontinuirano i realistično postavljanje ciljeva. Svojim kontinuiranim radom postepeno su se probijali na svjetska tržišta gdje su na kraju postali vodeća tvrtka u proizvodnji opreme za održavanje prometnica u Europi. Kao dokaz njihove inovativnosti izdvajaju se čak dvije nagrade Zlatna kuna u kategoriji Inovacija. Razvijanje svojih ideja u glavi i pravovremeno realiziranje doveli su ih do vrha ljestvice uspješnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj.

Može se reći kako navedeni poduzetnici posjeduju skoro sve iste osobine koje i u teoriji predstavljaju definiciju uspješnog poduzetnika. Osim osobina kao što su uporan rad, inovativnost, preuzimanje rizika i odgovornost ovi poduzetnici posjeduju važne vještine koje im pomažu u ostvarenju svojih ciljeva. Zajedničko svim navedenim poduzetnicima je da su neke vještine sigurno stekli dugogodišnjim iskustvom.

6. Zaključak

Poduzetništvo je važan faktor u održivom društvenom i ekonomskom razvoju država. Svrha ovog rada je što više približiti značenje poduzetnika i njegovih djelatnosti za gospodarstvo. Njegovi počeci koji sežu još od prvih razmjena roba i životinja doveli su ga do onoga što je danas. Ljudi su na taj način trgovali sredstvima koja su imali čineći to na poduzetnički način. Poduzeće od vlasnika iziskuje korištenje i unaprjeđenje njegovih vještina, osobina i kreativnosti. Uzimajući u obzir prednosti i nedostatke koje ovaj posao sa sobom nosi poduzetnik bi trebao izgraditi svoju optimalnu odluku. On mora biti lider i mora posjedovati viziju poslovanja.

U radu su navedene neke od ključnih osobina kao što su inovativnost, samouvjerenost, odgovornost, uporan rad i sl. Sve te osobine utječu na kvalitetu poslovnog pothvata koja se često očituje u financijskim priljevima. O kvaliteti se također može govoriti kao o rezultatu poduzetničke motivacije. Postizanje motivacije svojih suradnika povećati će energiju i pozitivno raspoloženje koji će povećati učinkovitost rada. Istraživanje McClellanda, navedeno u radu, pokazalo je kako su potreba za noći, potreba za pripadanjem i potreba za postignućem jedni od glavnih motivatora pojedinca.

Iz rada se može zaključiti kako su u poduzetničkom poslovanju gdje je velika razina odgovornosti, velike i mogućnosti za grešku. Ne postoji znanje kojima možemo predvidjeti neizvjesne situacije. Stjecanjem iskustva mogu se smanjiti rizici i smanjiti šanse za pogreške. Upravo zbog manje iskustva početnici češće prave pogreške. Kako bi se spriječili razlozi pravljenja pogrešaka prvenstveno je važno dovoljno planirati i istražiti sa jasnom vizijom i ciljem, zatim znati prihvatiti i tražiti pomoć drugih te suzbiti strah.

U Republici Hrvatskoj uspješne poduzetničke priče sežu preko raznih gospodarskih grana. Navedeni poduzetnici i njihove priče trebale bi nadahnuti nesigurne ljude da se usude poduzeti taj prvi korak za svoju budućnost. Temeljem njihovog iskustva trebali bi realizirati svoje poduzetničke ideje u poduzetničke pothvate.

Literatura

1. Bazina, V. (2018) Analiza sustava potpora za pokretanje poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Požega: Veleučilište u Požegi, Preddiplomski stručni studij računovodstva. URL: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vup:858/preview> (Pristupljeno: 7.4.2020.)
2. Čudina-Obradović, M. i Obradović, J. (2000) Obitelj i zaposlenost izvan kuće: međusobno ometanje i/ili pomaganje. Sveučilište u Zagrebu. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/47332> (Pristupljeno: 20.5.2020.)
3. Delač, D. (2010). Mikroekonomija: za poduzetnike i menadžere. Zagreb: Grupa VERN d.o.o.
4. Dojčinović, L., Dorđević, Z., i Jergović, A. (2012). Upravljanje karijerom – Poduzetnička kompetencija. Učenje za poduzetništvo, Vol. 2 No. 2, 2012. URL: <https://hrcak.srce.hr/130272> (Pristupljeno: 15.5.2020.)
5. Drucker, P. (1992). Inovacije i poduzetništvo: praksa i načela, Zagreb, Globus
6. Đirilić, M. i Kvartuč T. (2013) Zaposlena žena je neovisna žena. Split: Udruga „Domine“. URL: <http://www.domine.hr/cms/clients/4/documents/85.pdf> (Pristupljeno: 19.4.2020.)
7. Hunjet, A. i Kozina, G. (2014) Osnove poduzetništva. Varaždin: Sveučilište Sjever.
8. Lamza – Maronić, M. i Glavaš, J. (2008) Poslovno komuniciranje. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera, Ekonomski fakultet u Osijeku. URL: <http://www.efos.unios.hr/poslovno-komuniciranje/wp->

content/uploads/sites/226/2018/10/Poslovno-komuniciranje_KNJIGA.pdf

(Pristupljeno: 2.5.2020.)

9. Pavlović, A. (2018) Poduzetnik početnik u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. URL: file:///C:/Users/mivan/Downloads/pavlovic_ante_efst_2018_speci_struc.pdf (Pristupljeno: 21.5.2020.)
10. Radman, G. (2011) Inovativnost: ključ održive konkurentnosti. Veleučilište VERN'. URL: http://www.een.hr/upload/vedran/3_vern-radman.pdf (Pristupljeno: 2.5.2020.)
11. Sedlan König, Lj. (2013). Poduzetnička kompetencija kao izvor konkurentnosti studenata na tržištu rada. *Ekonomski vjesnik*, XXVI (1), 57-69. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/107935> (Pristupljeno: 15.5.2020.)
12. Sikavica, P., Novak, M. (1999) Poslovna organizacija. Zagreb: Informator.
13. Stanić, S. (2019) Politika kvalitete, sigurnosti i zaštite zdravlja na radu. Slavonski brod: Simplex d.o.o. URL: <https://www.simplex.hr/hr/quality-safety> (Pristupljeno: 21.5.2020)
14. Šimić, S. (2014) Poduzetništvo u turizmu Republike Hrvatske. Završni rad. Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, Menadžment turizma i sporta. URL: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/mev%3A144/datastream/PDF/view> (Pristupljeno: 12.4.2020)
15. Škrtić M., (2006) Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija-nakladništvo.
16. Škrtić, M. i Mikić, M. (2006). Gospodarsko značenje hrvatskoga poduzetništva - šanse i zamke. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 4 (1), 191-204. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/10965> (Pristupljeno: 12.4.2020.)
17. Tošić, A. (2016) Poduzetnik i poduzetništvo te upravljanje rizicima na primjeru poduzeća „Podravka d.d.“. Diplomski rad. Varaždin: Sveučilište Sjever. URL: <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A800/datastream/PDF/view> (Pristupljeno: 2.5.2020.)
18. Tubić, D., Bakan, R., Ciriković, E., Tolušić, E., Špeh, I. Uvod u poduzetništvo // Uvod u poduzetništvo / Bedeković, Vesna (ur.). Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, 2016. str. 7-18.
19. Vuković, I. (1999) Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu. Zagreb
20. Žanić, V. (2000.) Poslovni plan poduzetnika. (ur.), Zagreb, Ministarstvo gospodarstva RH, MASMEDIA

Internet stranice

1. Agencija za znanost i visoko obrazovanje. (2020) Kompetencije. Zagreb. URL: <https://www.azvo.hr/hr/pojmovnik/78-kompetencije> (Pristupljeno: 5.9.2020.)
2. Državni zavod za statistiku (2019) Žene i muškarci u Hrvatskoj 2019. Zagreb: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. URL: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/menandwomen/men_and_women_2019.pdf (Pristupljeno: 21.5.2020.)
3. Fina. (2019). Vlasnička struktura prema rodnom kriteriju GFI 2018. Preuzeto s <https://www.fina.hr/-/udio-zena-u-vlasnickoj-strukturi-trgovackih-drustava-u-hrvatskoj-u-2018.-godini-iznosi-31-3-> (Pristupljeno: 5.9.2020.)
4. Nagrade i postignuća (2020). Rasco d.o.o. URL: <https://rasco.hr/nagrade/> (Pristupljeno: 21.5.2020.)
5. Partnerstvo za razvoj. (2020). Poduzetnik. Zagreb. URL: <http://www.partnerstvo-razvoj.net/files/file/pdf/Poduzetnistvo/6.%20Tko%20je%20poduzetnik.pdf> (Pristupljeno: 15.9.2020.)
6. Strategija razvoja poduzetništva žena u Republici Hrvatskoj, Zagreb, Ministarstvo poduzetništva i obrta, URL: <http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/SRP%C5%BD%20%202014%20-%202020.pdf> (Pristupljeno: 19.4.2020)

Popis tablica

Tablica 1: Definicije poduzetništva tijekom povijesti.....	3
Tablica 2: Vrste poduzetnika.....	6
Tablica 3: Prednosti i nedostaci korporacija	7
Tablica 4: Razlike između poduzetnika i menadžera	11
Tablica 5: Prepreke i rješenja u izjednačavanju žena i muškaraca u poduzetništvu	14
Tablica 6: Magistri znanosti i doktori znanosti između muškaraca i žena 2016.-2018.g	16

Popis slika

Slika 1: Timmonsov model temeljnih poduzetničkih atributa	10
Slika 2: Udio žena u programima poticanja malog i srednjeg poduzetništva	15
Slika 3: Kategorije poduzetničke kompetencije	21
Slika 4: Proces donošenja poduzetničke odluke	24
Slika 5: Prikaz broja poduzetnika s dobitkom i gubitkom 2017. godine	Error! Bookmark not defined.