

POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Batur, Elena

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:785273>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Poduzetništvo

Elena Batur

POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Završni rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Poduzetništvo

Elena Batur

POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 0010225258

e-mail: baturelena33@gmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc Julia Perić

Osijek, 2021.

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

Elena Batur


HISTORICAL DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Final paper

Osijek, 2021.

„IZJAVA

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

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je 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:Elena Batur

JMBAG: 0010225258


OIB: 25951236892

e-mail za kontakt: baturelena33@gmail.com

Naziv studija: Preddiplomski sveučilišni studij Poduzetništvo

Naslov rada: POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Mentor/mentorica rada: Julia Perić



U Osijeku, 2021. godine

Potpis: _____“

SAŽETAK

Povijesne činjenice veoma su važne za spoznaju elemenata današnjeg svijeta, tako je i kada je riječ o poduzetništvu. Cilj ovog završnog rada temeljen je na važnosti povijesnih činjenica za razvoj poduzetništva danas.

Poduzetništvo je u današnjem društvu tisuću godina, u povijesti je riječ poduzetništvo i poduzetnik korištena nebrojeno puta u različitim kontekstima. Najraniji prikaz poduzetništva veže se za vrijeme antike. Nakon samih začetaka koji su bili u obliku današnjeg franšiznog odnosa, povijesni period od 13. do 15. st. obilježen je djelatnostima vezanim uz crkvu te je većina teorija i definicija u navedenom periodu temeljena na činjenicama vezanim uz utjecaj koji je imala crkva na razvoj poduzetništva. Od 16. do 18 st. najvažniju ulogu u razvoju poduzetništva imala je poljoprivredna praksa i njen razvoj dok je period od 19.-20. st. obilježila industrijska revolucija. Današnje moderno poimanje poduzetništva ne obuhvaća više isključivo pokretanje poduzetničkog pothvata nego se sve više raspravlja o razvoju poduzetničkog načina razmišljanja kao što su proaktivnost i poduzetničko ponašanje kod svih pojedinaca.

KLJUČNE RIJEČI: poduzetništvo, povijest, poduzetnički način razmišljanja.

ABSTRACT

Historical facts are very important to understand the elements of today's world, so also in the field of entrepreneurship. The aim of this thesis is based on the importance of historical facts in the development of entrepreneurship today. The goal is to explore moments from history that are essential to understanding entrepreneurship today.

Entrepreneurship has been around in today's society for a thousand years, and throughout history the word has been used countless times in different contexts. The earliest mention of entrepreneurship dates back to ancient times. After its beginnings in the form of today's franchise relationship, entrepreneurship has evolved through a variety of roles. The historical period from the 13th to the 15th century is characterized by church-related activities, and most theories and definitions during this period are based on facts related to the influence of the church on the development of entrepreneurship. From the 16th to 18th century, agricultural practice and its development plays the most important role in the development of entrepreneurship, while the period from the 19th to the 20th century is characterized by the industrial revolution. Today, the modern concept of entrepreneurship no longer exclusively encompasses the initiation of an entrepreneurial venture, but increasingly discusses the development of an entrepreneurial mindset such as proactivity and entrepreneurial behavior in all individuals.

KEYWORDS: entrepreneurship, history, entrepreneurialmindset.

SADRŽAJ

SAŽETAK

ABSTRACT

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. METODOLOGIJA RADA | 2 |
| 3. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA..... | 3 |
| 3.1. Rana povijest poduzetništva | 3 |
| 3.2. Poduzetništvo u razdoblju od 13. do 15. stoljeća | 4 |
| 3.3. Poduzetništvo u razdoblju od 16. do 18. stoljeća | 5 |
| 3.4. Poduzetništvo u razdoblju od 19. do 20. stoljeća | 7 |
| 4. PODUZETNIŠTVO 21. stoljeća..... | 9 |
| 5. POJAM I VRSTE PODUZETNIŠTVA..... | 15 |
| 5.1. Vrste poduzetništva | 16 |
| 5.2. Poduzetničke osobine | 20 |
| 6. ZAKLJUČAK | 25 |
| POPIS LITERATURE | 26 |

1. UVOD

Razumijevanje uloge poduzetništva i poduzetnika u procesu gospodarskog razvoja zahtijeva razlaganje pojmova. Još od prvih napisa o poduzetništvu nikada nije bilo dogovora oko definicije samog pojma. Središnje objašnjenje leži u činjenici kako poduzetništvo predstavlja višeznačni fenomen koji se analizira kao proces, resurs ili stanje (Naudé, 2013). Mnogi se učenjaci slažu oko nedostatka općeprihvaćenih definicija (Veciana, 2007).

Neke od najranijih definicija datiraju od 18. stoljeća i pripisuju se ekonomistima kao što su Adam Smith i John Stuart Mill. Sama riječ »poduzetništvo« postala je popularna od 1980-ih (Majid i Koe, 2012).

Prema Carton i sur. (1998) poduzetništvo je traženje neprekidnih mogućnosti koje uključuje stvaranje organizacija (ili podorganizacija) s očekivanim vrijednostima za sudionike.

„Značajna je podjela definicija koje preferiraju »poduzetništvo« kao aktivnost koja nije povezana s gospodarskom djelatnošću te definira neke ljudske osobine. Druge i najčešće vrste definicija opisuju poduzetništvo kao gospodarsku djelatnost koja kombiniranjem različitih činitelja ima za posljedicu određeni rezultat.“ (Tkalec, 2011;41).

Kako bi pokušali pojasniti i približiti ulogu poduzetništva i poduzetnika, bitno je razumjeti njegov povijesni nastanak. Poduzetništvo je područje u kojem su povjesničari dali važan doprinos, ali u kojem su većinu nedavnih konceptualnih radova obavili ekonomisti i znanstvenici iz područja menadžmenta. Njihove teorije pružaju snažniji set alata za ispitivanje povijest poduzetništva od bilo koje teorije povjesničara četrdesetih i pedesetih godina. Postoje još mnoga područja nepoznatosti i uzročno-posljedičnih veza između poduzetništva, inovacije i rasta koja i dalje traže objašnjenja (Casson, Casson, 2014).

Cilj ovog rada je pobliže istražiti trenutke iz povijesti koje su bitne za spoznaju poduzetništva danas. Nakon uvodnog dijela i metodologije rada sljedeće poglavlje nosi naslov Povijesni razvoj poduzetništva gdje su kroz 4 potpoglavlja sažete povijesne činjenice vezane uz poduzetništvo kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. U poglavlju Poduzetništvo 21. stoljeća opisano je poduzetništvo danas kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. U sljedećem poglavlju pod nazivom Pojam i vrste poduzetništva navedeni su temeljni pojmovi vezani uz poduzetništvo te vrste poduzetništva.

Završni rad završava zaključnim razmatranjima

METODOLOGIJA RADA

Prilikom izrade rada korištena je povijesna metoda, metoda teorijske analize te komparativna metoda. Materijali korišteni za izradu rada prikupljeni su iz knjiga, stručnih članaka te internet izvora.

Prilikom izrade poglavlja *Povijesni razvoj poduzetništva* korištena je povijesna metoda. Povijesnom metodom su preuzete informacije o događajima iz prošlosti u svijetu i Hrvatskoj te iste služe kao dokazni materijali dok kronologija (datumi, godine...) doprinosi autentičnosti podataka.

U poglavlju *Poduzetništvo 21. Stoljeća* korištena je metoda teorijske analize te komparativna metoda kojom su činjenice, događaji i procesi uspoređeni s ciljem uočavanja sličnosti i razlika unutar sličnih sadržaja.

Prilikom pisanja poglavlja *Pojam i vrste poduzetništva* korištena je metoda teorijske analize. Uz pomoć navedene metode definirani su i objašnjeni osnovni pojmovi vezani uz temu rada iz knjiga, stručnih članaka te internet izvora.

2. POVIJESNI RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

Definiranje glavnog koncepta poduzetništva prvi je važan i izazovan korak u razumijevanju ove teme. Neke od ranih definicija datiraju od 18. stoljeća i pripisuju se ekonomistima kao što su Adam Smith i John Stuart Mill. Riječ »poduzetništvo« postala je popularna od 1980-ih (Majid, Koe, 2012). Schumpeterova definicija (1934 prema Stokes i sur. 2010) poduzetnika kao »kreativnog destruktora« jedna je od najcitiranijih i odnosi se na poduzetništvo kao na inovativni proces.

Prema Škrtić i Mikić (2011) različite ekonomske škole poput francuske, engleske, njemačke austrijske, američke i neoklasične utjecale su na razvoj ekonomske misli. Poseban doprinos poduzetničkom razvoju dali su teoretičari: Richard Cantillon, Nicolas Baudeau i Jean Baptiste Say. Upravo se Richard Cantillon veže uz prvo spominjanje pojma poduzetnika. Nicolas Baudeau svojevremeno je istaknuo rizik kao jednu od osnovnih karakteristika poduzetnika, a poduzetnika vidio kao inovatora koji treba primjenjivati nove tehnike kako bi smanjio troškove i povećao profit. Jean Baptiste Say smatra kako je dohodak od rada nagrada za rizik, te kako je poduzetnik uz faktore proizvodnje pokretač promjena i razvoja u ekonomiji.

U nastavku slijedi pregled razvoja poduzetništva u određenim periodima.

3.1. Rana povijest poduzetništva

Najraniji prikaz poduzetništva veže se za vrijeme antike. Bogati plemići još u antičko doba bili su zakupoprinci prava inkasiranja poreza na određenom teritoriju u ime vladara uz određenu naknadu. Danas bi taj odnos bio nalik franšizi gdje uloga franšizanta pripada plemićima, a franšizora vladarima.

U starom vijeku razvoj poduzetništva bio je poprilično dramatičan, a rana civilizacija se širila na području cijelog svijeta. U literaturi kao period u kojem se razvilo poduzetništvo navodi se onaj između 11 i 15 stoljeća, a uz prve poduzetničke pothvate vezuju se razmjena dobara u svrhu preživljavanja. Tako se npr. između određenih populacija trgovalo na način da resurse koje posjeduju (hrana, voda...) mijenjaju za one koji im nedostaju (zamjena stoke za vodu i sl.).

Buble i Buble (2014) ističu kako se u srednjem vijeku¹ bogatstvo stjecalo preko vojnih uspjeha s ciljem osvajanja moći i zemlje. Isto tako „*tijekom srednjeg vijeka, izraz poduzetnik rabio se kako bi opisao i izvođača i osobu koja je upravljala velikim proizvodnim projektima. U velikim proizvodnim projektima pojedinac nije preuzimao rizik, nego je samo upravljao projektom pomoću raspoloživih resursa obično omogućenih od političkih autoriteta zemlje*“ (Buble, Buble, 2014:5).

Prema Škrtić i Vouk (2006) u 12. stoljeću u Italiji zabilježeni su prvi začetci trgovačkih poduzeća. Prva trgovačka poduzeća bavila su se većinom robovima, životinjama te proizvodima od životinja kao što su krzno, med i sl.

3.2. Poduzetništvo u razdoblju od 13. do 15. stoljeća

Era kasnog srednjeg vijeka promijenila je pravila igre, odnosno došlo je do osnivanja nacionalnih država, te mira i mobilnosti koji su u to vrijeme bili nametnuti od strane katoličke crkve. Sve navedeno vodilo je mnogo brojnim aktivnostima koje se nisu odnosile ni na vojne ni na zemljovlasničke aktivnosti već poduzetničke (Buble i Buble, 2014).

Između 1250. i 1500. crkva, trgovci i članovi kraljevskog dvora su se bavili aktivnostima koje su pokazivale poduzetničke značajke inovacija, preuzimanja rizika i prosudbe. Djelatnosti samostana sv. Tynemoutha i karijera trgovca vunom Williama de la Polea karakteriziraju taj razvoj.

Prema Livesay i Porter (1971) redovnici iz samostana St Albans ponekad su bili poslani za pokoru na samostan sv. Tynemouth na obali rijeke Tyne u blizini Newcastlea koje je bilo mjesto rezervirano za putnike između Londona i Berwicka, na granici sa Škotskom. Međutim, pokora nije bila jedini razlog već su tu zbog svoje prometnosti postojali i vrlo ambiciozni planovi te se smatralo kako na tom području drže monopol u trgovini.

Kao što je vidljivo iz prethodnog navoda crkva je bila poduzetnički aktivna. Papinstvo se ponekad opisuje kao prvo multinacionalno poduzeće na svijetu (iako postoje i druga prava na tu razliku). Budući da su transport i komunikacija u srednjem vijeku bili relativno spori i uski središnja kontrola iz Rima bila je teška, pa su vjerske ustanove poput katedrale i samostana

¹ Razdoblje od 5-15 st.

uživale su znatnu lokalnu autonomiju. Prikupili su sredstva od bogatih vjernika kao uzvrat za duhovne službe, a promovirali su i hodočašće i pružali gostoprimstvo.

Prema Casson i Casson (2014) u to vrijeme englesko se iskustvo preslikalo u kontinentalnu Europu, gdje su se odvijala komercijalna putovanja. Istraživanja su pokrenuli Marko Polo i njegova trgovačka obitelj 1274. godine koji su se odvažili otputovati na Daleki istok i vratili se u Veneciju kao bogati trgovci.

Krajem 14. stoljeća dolazi do pojave trajnijih trgovačkih udruženja temeljenih na mobilizaciji ljudi i kapitala te obiteljskoj tradiciji. U ovom stoljeću svakako se ističe razvoj međunarodnog bankarstvo u cijeloj Europi. Krajem 15 stoljeća točnije 1492. Christopher Kolumbo je slavno dobio financijsku potporu kraljice Kastilje Izabele I za putovanje namijenjeno stjecanju konkurentske prednosti u istočnoj trgovini začinima što ga čini najpoznatijim istraživačem i trgovcem svog vremena.

Buble i Buble (2014) navode kako u 15. stoljeću dolazi do razdvajanja gospodarske aktivnosti te poslovne od privatne imovine poduzetnika, isto se može poistovjetiti s oblikom današnjih trgovačkih društva.

Sredinom 15. stoljeća Benedikt Kotruljević² definirao je savršenog trgovca u trenutnim uvjetima koji su u to vrijeme bili rizični i neizvjesni. Danas se njegovo viđenje veže uz pojam modernog poduzetnika, iako u to vrijeme on nije koristio navedeni naziv.

3.3. Poduzetništvo u razdoblju od 16. do 18. stoljeća

Padom Carigrada došlo je do promjena u trgovanju. Također još jedan temelj važan za razvoj poduzetništva vezan je uz značajne novine u poljoprivrednoj praksi koje su započele u 16 stoljeću i dosegle vrhunac sredinom 18 stoljeća.

Prema Casson i Casson (2014) ograđivanje zemljišta i proširenje farme i imanja smanjili su troškove hrane, proširili stanovništvo i omogućili da se nahrani sve veća radna snaga u gradskoj proizvodnji tijekom industrijske revolucije. Kanali i riječne plovidbe sustavno se promiču od 17 stoljeća nadalje dostigavši vrhunac krajem 18. stoljeća. Kanali su pružali mogućnost prijevoza sirovine kao što su ugljen, glina i sol koji su se rasuti transportirali do tvornice i gotovi proizvodi se brzo distribuirati na nacionalno tržište. Kanali se mogu usporediti s današnjom autocestom.

²hrvatski trgovac, ekonomist, diplomat i humanist 15 st.

U 17. stoljeću razvoj poduzetništva dobio je međunarodno značenje. „*Uspjeh piratstva na Karibima i poraz španjolske armade povećao je poslovno povjerenje. Dvorjani poput Sir Francisa Drakea i Sir Waltera Raleigha sklapali su prekomorske ekspedicije u potrazi za novim zemljama i resursima. Natjecanje s Nizozemskom u trgovini začinima i rastuće veze s Indijom doveli su do sve većeg interesa za financiranje velikih razmjera. Financijski položaj države i dalje je pomalo nesiguran. Međutim sudski izdaci postali su raskošni i stvoreni su državni monopoli. Mnogi javni uredi davani su u zakup pojedincima, uključujući i carinu i prodaju krunskih zemalja.*„(Casson, Casson, 2014).

Također u 17. stoljeću naglasak je stavljen na odnos između rizika i poduzetništva. U ovom je periodu poduzetnik shvaćen kao osoba trguje s vladom, odnosno s vladom dogovara ugovorne sporazume. Ugovorna cijena u ovom periodu bila je fiksna, a poduzetnik je odnio ostatak. U tom vremenu, kako navode Buble i Buble (2014.), najpoznatiji poduzetnik bio je John Law osnivač kraljevske banke koja je kasnije razvijena u ekskluzivnu franšizu. Nažalost, njegova tvrtka je propala jer je Law pokušao progurati cijenu dionice koja je viša od vrijednosti njezine imovine.

U 18. stoljeću je napravljena razlika između osoba koje su imale kapital i onih kojima je kapital potreban. Prema Buble i Buble (2014.) najistaknutiji razlog za prelazak preko ove razlike bio je jačanje industrijalizacije. Navedeno razdoblje obilježili su izumi Elija Whitneyja i Thomasa Edisona. Iako su obojica samostalno osmislili i razvili nove tehnologije, nisu ih samostalno mogli financirati. Whitney je tako svoj izum (naprava za odvajanje sjemenki pamuka) financirao ekspropiriravši vlasništvo britanske krune, dok je Edison za istraživanja električne energije i kemije koristio vlastiti kapital. (Buble, Buble, 2014).

Richard Cantillon u ovom je periodu osmislio riječ *entrepreneur* kojom ne definira poduzetništvo već poduzetnika kao osobu koja obavlja kupnju po cijenama koje su unaprijed poznate, a prodaje po nepoznatim.

U ovom periodu također su značajni Adam Smith koji poduzetničku aktivnost ističe kao najboljeg pokretača ekonomskog razvitka i ističe važnost raspodjele profita kao naknadu za rizik poduzetnika te Jean Baptiste Say populizator učenja A. Smitha koji je klasificirao tri faktora proizvodnje: rad, kapital i zemlju kao izvor prihoda vlasnika. On je proširio pojam Adama Smitha te je za njega profit osim nagrada za rizik ujedno nagrada za poduzetnost, talent i ostale vještine koje posjeduje poduzetnik.

Događaji koji su obilježili ovo razdoblje iznimno su značajni za poduzetništvo kakvo je danas.

3.4. Poduzetništvo u razdoblju od 19. do 20. stoljeća

Industrijska revolucija s kraja 19. i početka 20. stoljeća dovela je do eksplozivnog rasta važnosti poduzetništva za masovnu i visoko serijsku proizvodnju.

„U drugoj polovici 20. stoljeća došlo je do novog poticaja u razvoju poduzetništva u čemu je važnu ulogu imao bivši američki predsjednik Jimmy Carter. 1980. godine Carter je sazvao konferenciju u Bijeloj kući. Na toj konferenciji bilo je prisutno 1683 delegata iz svih 50 država SAD-a od kojih su većina bili mali poduzetnici. Sve je to dovelo do toga da se poduzetništvo počelo tretirati kao jedan od četiri glavna stupa društva slobodnog poduzetništva. Ti su stupovi: zemlja, rad, kapital i poduzetništvo. Krajem 20. stoljeća došlo je do ubrzanog razvoja poduzetništva koje je potaknuto ne samo razvojem novih tehnologija već i brojnim drugim promjenama koje karakteriziraju ekonomiju znanja i kreativnu ekonomiju“ (Buble i Buble, 2014:7).

Jedna od definicija koju Buble i Buble (2014) spominju kao važnu za razvoj poduzetništva je ona Franka H. Knighta za kojega je poduzetnik osobu spremna preuzeti rizik, a kao nagradu za to ostvaruje profit.

Također tu je i definicija Alfreda Marshalla koji ističe kako je poduzetništvo slobodna djelatnost po izboru poduzetnika, a ostvaruje se pomoću marljivosti, štedljivosti, poslovne špekulacije te poslovne inovacije.

Neizostavna ličnost pri analiziranju povijesnog razvoja poduzetništva svakako je i Joseph Schumpeter koji je prvi uveo pojam poduzetnika inovatora temeljenog na inovacijama u proizvodnji. Prema njemu poduzetnik je motiviran željom za stvaranjem vlastitog kraljevstva praćen osjećanjem za akciju i zanosom koje proističe iz inovativnosti. Prema Schumpeter-u podrijetlo modernog poduzetništva u međunarodnoj trgovini temeljeno je na pojavi kredita u 14 stoljeću, a ne na industrijskoj revoluciji 18 stoljeća. Njegova definicija inovacija ističe otkrivanje novih tržišta i novih izvora opskrba kao ključnih značajki predindustrijskog razdoblja. Proučavanje predindustrijskog poduzetništva može informirati o trenutnim raspravama poput uloge socijalnih mreža u otkrivanju poslovnih prilika, a prijepisi zapisa srednjovjekovnih cehova pružaju značajan uvid u socijalne veze između poduzetnika u različitim obrtima.

Mark. C. Casson, ekonomist koji predaje i istražuje poduzetništvo, međunarodno poslovanje i ekonomsku povijest, u 20. stoljeću definira poduzetništvo kao proces promišljanja i donošenja odluka vezanih uz korištenje limitiranih resursa (Casson i Casson, 2014).

Sustavni pristup povijesti poduzetništva može potaknuti moderne rasprave kao i pomoći pri postavljanju novih istraživačkih pitanja. Danas je poduzetništvo iznimno značajno za sve jer se putem poduzetništva stvaraju nova radna mjesta, zemlja se konstantno razvija te raste njena konkurentnost. Također, danas se poduzetništvom ne smatra samo pokretanje poduzetničkog pothvata nego se sve više raspravlja o razvoju poduzetničkog načina razmišljanja (proaktivnosti i poduzetničko ponašanje kod svih pojedinaca). Dokaz za to je okvir o 8 ključnih kompetencija koje bi trebao posjedovati svaki građanin EU³. 8 ključnih kompetencija odnose se na komuniciranje na materinjem i stranom jeziku, matematička, znanstvena i tehnološka te digitalna kompetencija, učenje kako učiti, socijalne i građanske kompetencije, osjećaj za inicijativu i poduzetništvo te kulturna svijest i izražavanje. O navedenim ključnim kompetencijama i poduzetništvu danas slijedi više u poglavlju *Poduzetništvo 21. stoljeća*.

³Službena stranica Europske unije [Key competences for lifelong learning - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/euro-education/key-competences-for-lifelong-learning/) (22.06.2021).

4. PODUZETNIŠTVO 21. stoljeća

Nakon povijesnog pregleda u sklopu rada važno je prikazati i poduzetništvo 21. stoljeća, odnosno poduzetništvo danas. Kao što je navedeno u prethodnom poglavlju danas se poduzetništvom ne smatra samo pokretanje poduzetničkog pothvata nego se sve više raspravlja o razvoju poduzetničkog načina razmišljanja (proaktivnosti i poduzetničko ponašanje kod svih pojedinaca).

Dokaz za prethodno navedeno je EU okvir o 8 ključnih kompetencija koje bi trebao posjedovati svaki građanin EU. U svibnju 2018. Vijeće Europske unije usvojilo je preporuku o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje. Preporuka sadrži osam ključnih kompetencija koje su važne za građane, a vežu se uz osobno ispunjenje, zdrav i održiv način života, zapošljavanje, aktivno građanstvo i socijalnu uključenost. Preporuka o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje je referentni alat za dionike u obrazovanju i osposobljavanju. Ova preporuka postavlja zajedničko razumijevanje kompetencija potrebnih danas i u budućnosti. Referentni okvir predstavlja uspješne načine za promicanje razvoja kompetencija kroz inovativne pristupe učenju, metodama ocjenjivanja ili podrške obrazovnom osoblju.⁴ Prema navedenim preporukama svi učenici trebali bi ostvariti puni vlastiti potencijal. Svrha preporuke je usmjeriti države članice prema ispunjenju različitih potreba, a cilj je poticanje država članica da pruže kvalitetno obrazovanje i njegu u ranom djetinjstvu, poboljšaju školsko obrazovanje i osiguraju izvrsnu nastavu, te razvijaju početno i kontinuirano strukovno obrazovanje i osposobljavanje te moderniziraju visoko obrazovanje.

U nastavku slijedi više o svakoj od 8 ključnih komponenata⁵.

Pod pojmom komunikacija na materinjem jeziku navodi se „*sposobnost izražavanja i tumačenja pojmova, misli, osjećaja, činjenica i mišljenja u usmenom i pisanom obliku (slušanje, govor, čitanje i pisanje) te da osobe jezično komuniciraju na odgovarajući i kreativan način...*“. Komunikacija na materinjem jeziku iznimno je važna u svim domenama života između ostalog i u poduzetništvu.

⁴Službena stranica Europske unije [Keycompetences for lifelong learning - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/euro-competences/) (22.06.2021).

⁵Službena stranica Europske unije [Keycompetences for lifelong learning - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/euro-competences/) (22.06.2021).

Sljedeći pojam je komunikacija na stranom jeziku koja dijeli glavne dimenzije s pojmom komunikacije na materinjem jeziku. Komunikacija na stranim jezicima danas je veoma bitna za svakodnevni život, ali i poduzetništvo zbog sve veće povezanosti Hrvatske sa stranim zemljama, čestih putovanja, međunarodne trgovine, sporazumijevanja s osobama na razmjeni i sl. Prema preporukama ističe se kako je potrebna za vještine kao što su posredovanje i interkulturalno razumijevanje, te da razina stručnosti pojedinca varira između četiri dimenzije (slušanje, govor, čitanje i pisanje) i između različitih jezika.

Osim prethodno navedena dva oblika komunikacije, još jedna ključna kompetencija je i matematička, znanstvena i tehnološka kompetencija. Kada je riječ o matematičkoj kompetenciji ona podrazumijeva sposobnost razvijanja i primjene matematičkog mišljenja koje omogućava rješavanje svakodnevnih problema. Osim svladavanja matematičkog računanja, naglasak je na procesu i aktivnosti, kao i na znanju. Matematička kompetencija uključuje različite stupnjeve sposobnosti i volje za korištenjem matematičkih načina razmišljanja kao što su logičko i prostorno razmišljanje te prezentacija odnosno primjena formula, modela, grafikona.

S druge strane, kompetencija u znanosti odnosi se na sposobnost i spremnost za korištenje znanja i metodologija koje se koriste za objašnjavanje prirodnog svijeta, sa svrhom identifikacije pitanja i donošenja zaključaka utemeljenih na dokazima. Kompetencija u tehnologiji promatra se kao primjena znanja i metodologija koje se koriste kao odgovor na uočene ljudske želje ili potrebe. Objedinjeno, kompetencije u znanosti i tehnologiji uključuju razumijevanje promjena uzrokovanih ljudskim aktivnostima i odgovornost građanina kao pojedinca.

Nadalje, s obzirom na zahtjeve današnjeg modernog doba neizostavna kompetencija je ona vezana uz tehnološko informacijska dostignuća odnosno digitalna kompetencija.

Digitalna kompetencija uključuje pouzdanu i kritičnu upotrebu tehnologije informacijskog društva u poslu, u slobodno vrijeme i u komunikaciji. Podržana je osnovnim vještinama kao što je upotreba računala za dohvaćanje, procjenjivanje, pohranjivanje, proizvođenje, prezentiranje i razmjenjivanje informacija te komuniciranje i sudjelovanje putem Interneta.

Pojam »*Learning to learn*« ili učiti kako učiti odnosi se na način kako nastaviti i ustrajati u učenju, organizirati vlastito učenje, uključujući i učinkovito upravljanje vremenom i informacijama kako pojedinačno tako i u skupinama. Ova kompetencija uključuje svijest o nečijem procesu učenja i potrebama, prepoznavanje dostupnih mogućnosti i sposobnost prevladavanja prepreka kako bi se uspješno učilo. Navedena kompetencija podrazumijeva

stjecanje, obradu i usvajanje novih znanja i vještina, kao i traženje, stvaranje i korištenje smjernica.

Pod pojmom socijalne i građanske kompetencije uključene su osobne, međuljudske i interkulturalne kompetencije koje pokrivaju sve oblike ponašanja koji kvalificiraju pojedince za učinkovito i konstruktivno sudjelovanje u društvenom i radnom životu, a posebno u sve mješovitijim društvima i rješavanju sukoba tamo gdje je potrebno. Građanska kompetencija osposobljava pojedince za potpuno sudjelovanje u građanskom životu, na temelju znanja o društvenom i političkom konceptu, strukturi i predanosti aktivnom i demokratskom sudjelovanju.

Sedma ključna stavka prema EU je Smisao za inicijativu i poduzetništvo koja se odnosi na sposobnost pojedinca da ideje pretvori u djelo. To uključuje kreativnost, inovacije i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima kako bi se postigli ciljevi. To podržava pojedince, ne samo u njihovom svakodnevnom životu kod kuće već i na radnom mjestu jer su zahvaljujući navedenoj kompetenciji svjesni konteksta vlastitog rada i mogu iskoristiti potencijalne mogućnosti. Smjernice za inicijativu i poduzetništvo temelj su za razvoj specifičnijih vještina i znanja koja su potrebna za uspostavljanje ili doprinos društvenoj ili profitabilnoj djelatnosti.

S prethodno navedenim pojmom usko se veže pojam vještina. Vještine se odnose na upravljanje projektima kao što su npr. sposobnost planiranja, organiziranja, upravljanja, vođenja i delegiranja, analiziranja, komuniciranja, opisivanja, ocjenjivanja i bilježenja. Također tu su još i učinkovito zastupanje i pregovaranje te sposobnost rada pojedinca i sposobnost rada u timu. Veoma je bitna sposobnost prosudbe i prepoznavanja nečijih snaga i slabosti te procjene rizika.

Posljednja ključna kompetencija je Kulturna svijest i izražavanje, *...odnosno uvažavanje važnosti kreativnog izražavanja ideja, iskustava i osjećaja, uključujući glazbu, izvedbene umjetnosti, književnost i vizualne umjetnosti. Kulturno znanje uključuje svijest o lokalnoj, nacionalnoj i europskoj kulturnoj baštini i njihovom mjestu na svijetu. Obuhvaća osnovno znanje o glavnim kulturnim djelima, uključujući popularnu suvremenu kulturu.* “Veoma je važno razumijevanje kulturne i jezične raznolikost u Europi i drugim regijama svijeta, te potreba da se isto očuva.

Prema navedenom vidljivo je koliko je poduzetništvo danas kompleksniji pojam od povijesnog kada se odnosio isključivo na pokretanje poduzetničkog pothvata.

4.1. Poduzetničko obrazovanje

Oberman Peterka i Alpeza (2013) ističu kako je poduzetničko obrazovanje sve češća tema 21. stoljeća, no ujedno ističu i kako različiti autori različito tumače pojam poduzetničkog obrazovanja. Za neke autore je to isključivo vezano uz pokretanje i razvoj poduzeća, dok ga drugi gledaju kroz širu sliku i osim isključivo ekonomskog pojma vezuju poduzetničko obrazovanje s primjenom karakteristika, ponašanja i atributa i izvan poslovnog konteksta.

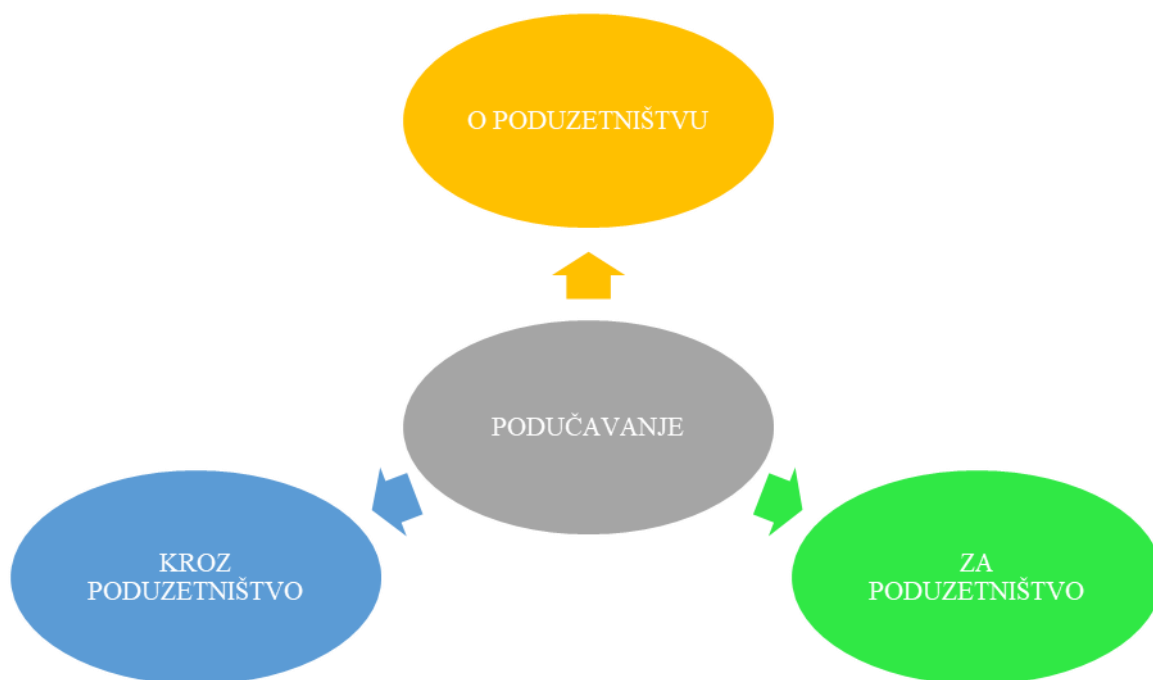
Obrazovanje za poduzetništvo je katalizator za ekonomski razvoj i otvaranje novih radnih mjesta ali i rebrandiranje obrazovne kulture (Enu, 2012). Glavni fokus poduzetničkog obrazovanja je pružiti učenicima i studentima potrebne vještine i kapacitete potrebne u svijetu rada. Širu definiciju obrazovanja za poduzetništvo dao je Evans Obinna (2014) koji je definirao poduzetničko obrazovanje kao proces kroz koji pojedinci stječu širok skup kompetencija koje im pružaju veću socijalnu i ekonomsku korist. Prema Enu (2012) poduzetničko obrazovanje je oblik obrazovanja kojim se nastoje pružiti znanja, vještine, stav i motivacija pojedincima za poduzetnički uspjeh u bilo kojem aspektu ljudskih pothvata.

Prema Lackéus (2015) glavni cilj poduzetničkog obrazovanja je razviti određenu razinu poduzetničkih kompetencija. Poduzetničke kompetencije definirane su kao znanje, vještine i stavovi koji utječu na spremnost i sposobnost obavljanja poduzetničkog posla, odnosno stvaranja novih vrijednosti. Na primjer, marketinške vještine mogu biti potrebne start-upovima koji trebaju novo razvijeni proizvodi staviti na tržište, ali i učenicima koji, primjerice, žele vlastite kolege potaknuti na odabir određene destinacije maturlnog putovanja uz pomoć navedenih vještina te ih navesti da odaberu baš tu destinaciju.

Enu (2012) tvrdi da je krajnji cilj poduzetničkog obrazovanja povećanje sposobnosti pojedinca u predviđanju i reagiranju na društvene promjene. Drugim riječima, kroz obrazovno poduzetništvo učenici i studenti su opremljeni da iskoriste svoju kreativnost za svoje dobro i koristi šireg društva. Oni su također osposobljeni za preuzimanje inicijativa, odgovornosti i rizika.

Lackéus (2015) naglašava kako se poduzetničko obrazovanje često svrstava u tri pristupa (vidi slika 1).

Slika 1 Pristupi poduzetničkog obrazovanja



Izvor: izrada autora prema Lackéus (2015)

Podučavanje „o“ poduzetništvu, prema autoru, označava teoretski pristup čiji je cilj opće razumijevanje fenomena poduzetništva. To je najčešći pristup u visokoškolskim ustanovama. **Podučavanje „za“ poduzetništvo** označava profesionalno orijentirani pristup čiji je cilj pružanje poduzetnicima potrebna znanja i vještine. **Podučavanje „kroz“ poduzetništvo** označava proces zasnovan na iskustvenom pristupu u kojem pojedinci prolaze kroz stvarni proces poduzetničkog učenja. Ovaj pristup se često oslanja na širu definiciju poduzetništva i može se integrirati u druge predmete u općem obrazovanju, povezujući poduzetnička obilježja i iskustva. Iako su pristupi „o“ i „za“ relevantni prvenstveno za srednji i viši stupanj obrazovanja, pristup poučavanja „kroz“ poduzetništvo može biti relevantan na svim razinama obrazovanja.

Oberman Peterka (2008) citira jednog od pionira razvoja poduzetničkog obrazovanja Allana Gibba, profesora sa sveučilišta Durham, i navodi kako su tri glavna cilja poduzetničkog obrazovanja:

- a) Naučiti razumjeti poduzetništvo – cilj koji je usmjeren na cijelu populaciju jer pokušava razviti široko razumijevanju o poduzetništvu kao važnom faktoru razvoja gospodarstva
- b) Naučiti biti poduzetan - cilj koji je također usmjeren na cijelu populaciju jer se odnosi na osposobljavanje pojedinca za proaktivan i poduzetnički pristup životu i preuzimanje odgovornosti za svoje obrazovanje, karijeru i život
- c) Naučiti biti poduzetnik – cilj koji je usmjeren na pripremanje pojedinca da postane poduzetnik i upravlja svojim vlastitim poduzećem

Svakako valja istaknuti kako budućnosti može donijeti bolje razumijevanje poduzetničkog obrazovanja te integriranje u obrazovanje na svim razinama i kroz većinu predmeta.

5. PODUZETNIŠTVO I PODUZETNICI 21. STOLJEĆA

Tkalec (2011;41) navodi kako se „*pojam »poduzetništvo« definira na različite načine. Značajna je podjela definicija koje preferiraju »poduzetništvo« kao aktivnost koja nije povezana s gospodarskom djelatnošću te definira neke ljudske osobine. Druge i najčešće vrste definicija opisuju poduzetništvo kao gospodarsku djelatnost koja kombiniranjem različitih činitelja ima za posljedicu određeni rezultat.*“

Kao što je navedeno u uvodu Stokes i sur. (2010) tvrde da su definicije prisutne u literaturi povezane s tri glavne domene: proces, ponašanje i ishodi. Slijedeći ove tri dimenzije Maijd i Koe (2012:295) definiraju poduzetništvo kao „*Proces prepoznavanja, vrednovanja i traženja prilika kroz kreativnost, inovativnost i transformacije za proizvodnju novih proizvoda ili usluga.*“

Iako se, prema Tkalec (2011) većina definicija više odnosi na ono što poduzetnici rade nego tko su, sve je više autora koji zagovaraju širi pristup definiranju poduzetništva (Stokes i sur., 2010., Casson, Casson, 2014.).Upravo Casson i Casson (2014) navode kako postoje dva izrazito različita pristupa definiranju poduzetništva. Prvi pristup prvo definira što je poduzetnik, a zatim promatra poduzetnike i na temelju opažanja induktivno definira poduzetništvo u smislu onoga što pojedinci čine. Bygrave i Hofer (1992, prema Casson, Casson, 2014) predložili su da se fokus područja poduzetništva promijeni od usredotočenosti na obilježja poduzetnika do usredotočenosti na obilježja poduzeća odnosno poduzetničkog procesa. Fokusiranjem na proces prepoznaje se sudjelovanje poduzetnika u procesu. Fokus na poduzetnički proces podržava apriornu definiciju poduzetništva.

Drugi pristup, kako navode Casson i Casson (2014) predlaže apriornu definiciju poduzetništva i s njim povezana ponašanja na temelju kojih se poduzetnike definira kao one koji se bave poduzetničkom aktivnošću.

Suvremena teorija poduzetništva sugerira nekoliko načina na koje se poduzetništvo može definirati (Casson, Casson, 2014):

- funkcijom poduzetnika,
- ulogom poduzetnika,
- osobnošću poduzetnika,

- specifičnim ponašanjem poduzetnika.

Casson i Casson (2014) također navode kako ekonomisti obično razmišljaju o poduzetništvu kao o funkciji koja kombinacijom raspoloživih resursa (kapitala, zaposlenika, tehnologija, distribucijskih kanala i slično) omogućava poduzetnicima jedinstveni način sudjelovanja u procesu stvaranja novih vrijednosti. To bi značilo da bit poduzetničkog procesa interpretira sposobnost opažanja prilika i ostvarivanje poslovnih koncepata (Barringer i Ireland, 2010).

5.1. Vrste poduzetništva

Poslovni koncepti mogu se ostvariti u različitim područjima zbog čega postoje i različite kategorizacije poduzetništva. Perčin (2011) navodi kako postoje tri osnovne kategorije ili vrste poduzetništva (slika 1)

Slika 2. Kategorije prema vrsti poslovanja



Izvor: izrada autora prema Perčin (2011).

Perčin (2011) u tradicionalno poduzetništvo ubraja mala i srednja profitabilna poduzeća i naglašava nekoliko različitih načina ostvarenja profita koja su karakteristična za mala i srednja poduzeća poput:

- provođenja inovativnih metoda u poslovanju,
- razumnog preuzimanja rizika,
- samouvjerenog provođenja aktivnosti koje vode realiziranju ciljeva,

- upornog i kontinuiranog rada,
- poduzimanja svih raspoloživih mjera, preuzimanje odgovornosti i realiziranje zacrtane vizije.

Tradicionalno poduzetništvo prema autoru usmjereno je na produciranje novih ideja. Kako bi tradicionalna mala i srednja poduzeća ostvarila svoj cilj važno je da znaju postaviti jasnu viziju i misiju, dok se kao temeljni čimbenik uspješnosti ističe uspješno identificiranje tržišta i dionika sa svrhom pravilnog planiranja infrastrukturnih i ostalih investicija koje doprinose rastu i plodonosnosti poslovanja.

Prema Zakonu o poticanju malog i srednjeg poduzetništva subjekti se dijele na mikro, malo i srednje poduzetništvo. Okviri za kategorizaciju određeni su prema broju zaposlenika, godišnjem prometu i dugoročnoj imovini (aktivni) te udjelima unutar poduzeća. Kako bi pripadalo u određenu kategoriju potrebno je da poduzeće zadovolji dva od tri kriterija, s tim da je broj zaposlenih obvezna kategorija.⁶ Slike 2,3,4, prikazuju kriterije za klasifikaciju.

Slika 3 Mikro poduzeća



Izvor: Izrada autora

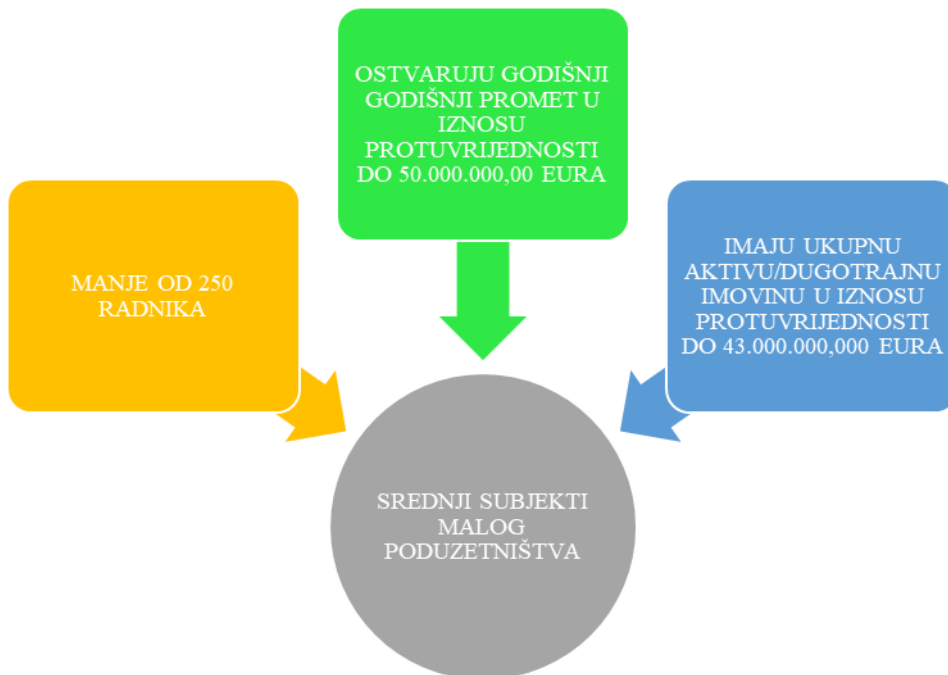
⁶Klasifikacija malih i srednjih poduzetnika <http://www.eu-projekti.info/klasifikacija-malih-i-srednjih-poduzeca-prema-hrvatskom-i-europskom-zakonodavstvu.com>(22.06.2021.)

Slika 4 Mala poduzeća



Izvor: izrada autora

Slika 5 Srednja poduzeća



Izvor: izrada autora

Nadalje, sljedeća vrsta je korporativno poduzetništvo koje je prema Kuratko (2017) izraz koji se koristi za opisivanje poduzetničkog ponašanja u etabliranim malim, srednjim i velikim organizacijama.

Peričin (2011) vidi korporativno poduzetništvo kao formiranje, preobrazbu ili pomlađivanje već postojeće organizacije unutar nekog poduzeća. Perčin (2011) ističe kako se korporativno poduzetništvo odnosi na formiranje novih poslovnih mogućnosti unutar već postojeće organizacije poduzeća, označava preobrazbu ili pomlađivanje uvrštavajući i oblikovanje većeg broja manjih, samostalnih timova ili poduzeća unutar korporacije s utvrđenom razinom autonomije.

Osim pojma korporacije, važno je navesti i pojam korporativnog upravljanja koje se prema Tipurić i sur. (2008:5) može definirati, „...kao sustav nadzornih mehanizama kojima svi dobavljači ključnih inputa trebaju osigurati povrate na svoja ulaganja u korporaciji, ne ugrozivši njezin dugoročni opstanak i prosperitet. Ono treba stvoriti okvir za postavljanje najvažnijih ciljeva, određivanje sredstava za njihovo postizanje i praćenje izvedbe te djelotvornosti njihova ostvarivanja. “Odnosno navedeni način poslovanja povezan je s određenim odnosima kao što su ovlast, moć, odgovornost i utjecaj.

Kreiser i sur. (2019) navode kako strategija korporativnog poduzetništva predstavlja koordinirane napore tvrtke prema poduzetništvu i krovni je strateški pristup koji može biti prikladan za različite vrste organizacija i industrija. Navedena strategija, prema autorima, temelji se na tri unutarnja elementa: poduzetničku stratešku viziju, organizacijsku strukturu poduzetništva i poduzetničke procese i ponašanja.

Treća vrsta poduzetništva – društveno poduzetništvo - predstavlja najnoviji koncept poduzetničkog djelovanja. Na samom početku razvoja ovog koncepta u Hrvatskoj društveno poduzetništvo je bilo poznatije pod pojmom socijalno poduzetništvo. Iako se danas koriste oba pojma, kroz usvajanje Strategije razvoja društvenog poduzetništva 2014-2020 kao „službeni“ naziv usvojio se pojam društveno poduzetništvo. Na taj način se društveno poduzetništvo prestalo povezivati isključivo s rješavanjem socijalnih problema povezanih s marginaliziranim

skupinama društva⁷, a sam fokus se prebacio na sve poduzetničke aktivnosti i prakse koje svojim djelovanjem imaju značajan utjecaj na društvo.

Prema tome, društveno poduzetništvo se s jedne strane definira kao *“koncept koji pokreće stvaranje ekonomske i socijalne vrijednosti kroz izgradnju novih vrijednosti i društvenih promjena koje zadovoljavaju potrebe i nude zapošljavanje teško zapošljivih i marginaliziranih društvenih kategorija.”*(Perčin, 2011:10). Ovakav vid poduzetništva zalaže se za i promiče pomoć i održivi razvoj marginaliziranih društvenih kategorija i zasniva se na solidarnosti, povjerenju i društvenoj pravdi.

S druge strane, o društvenom poduzetništvu se sve više govori kao o *„inovativnoj djelatnosti sa socijalnim ciljem u profitnom sektoru ili u korporativnom socijalnom poduzetništvu ili u neprofitnom sektoru ili među sektorima poput hibridnih strukturnih oblika koji miješaju profitne i neprofitne pristupe“* (Austin i sur., 2006). Ovakvo poimanje društvenog poduzetništva naglašava aktivnosti svih onih organizacija koje za cilj imaju generiranje društvene koristi rješavanjem različitih društvenih problema i unapređenjem kvalitete života u društvu.

Primjetno je kako se sve tri vrste poduzetništva značajno razlikuju, iako im je sama suština ista – svi njeguju i zagovaraju poduzetničko i proaktivno djelovanje, inovativnost i preuzimanje odgovornosti. Jedna od ključnih razlika je svrha postojanja poduzeća. I dok je kod tradicionalnih malih i srednjih poduzeća i korporacija svrha poslovanja najčešće isključivo profit, društvenim poduzećima profit služi kao sredstvo kojim će ostvariti svoj primarni cilj – stvaranje proizvoda, usluga ili procesa od kojih će cijelo društvo imati koristi.

5.2. Vrste poduzetnika

Postoje razni tipovi i vrste poduzetnika. U nastavku slijedi više o tradicionalnim, serijskim, i intrapoduzetnicima.

Prema Petrovskaya i Mirakyan (2018) tradicionalno se na poduzetnike gleda kao na one koji otkrivaju mogućnosti uzrokovane tržišne neravnoteže i iskorištavaju ih za ostvarivanje dobiti.

⁷Osobe u nepovoljnijem položaju – poput invalidne osobe, osobe starije životne dobi, neobrazovane, siromašne itd.

Škrtić i Mikić (2011) ističu kako je poduzetnik osoba koja posluje na vlastiti rizik, samostalno donosi odluke, rukovodi, upravlja, koordinira poslovanje u cijelosti, a sve sa ciljem postizanja dobiti.

Prema Schumpeter i sur. (2003) serijski poduzetnik pokreće nekoliko poduzeća jedno za drugim, isto ga razlikuje od tradicionalnog poduzetnika koji započinje jedan pothvat i ostaje usredotočen na njega dugi niz godina. Poslovni krug serijskog poduzetnika započinje pokretanjem pothvata nakon čega ga prodaje i pokreće novi pothvat ili se zapošljava na drugom mjestu i tako u krug kroz cijeli radni vijek. Serijski poduzetnik je netko tko je izuzetno kreativan u iznošenju novih poslovnih ideja i vrijedno radi na tim idejama kako bi pokrenuo novi pothvat.

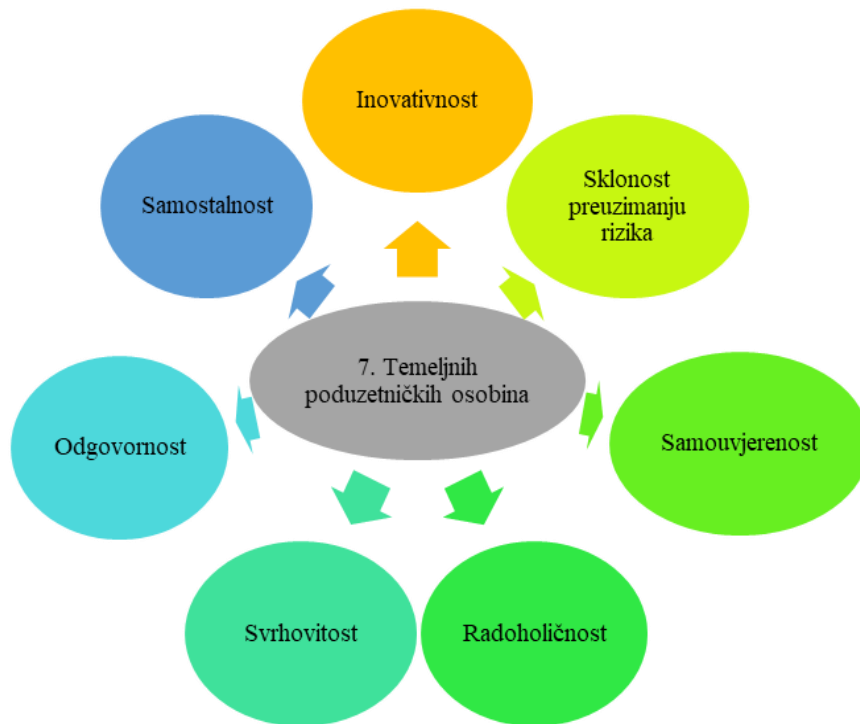
Prema Petrovskaya i Mirakyan (2018) *intrapreneur* ili intra-poduzetnik je zaposlenik tvrtke koji koristi vlastite poduzetničke vještine za inoviranje procesa, proizvoda i usluga. *Intrapreneur* je poduzetnik koji radi za organizaciju, međutim, posjeduje određene slobode koje imaju poduzetnici i najčešće predstavlja nadarenog pojedinca čiji je cilj osmišljavati i razvijati nove ideje unutar postojećih poduzeća. U većini slučajeva, ovakav poduzetnik ima potpunu kontrolu nad projektom na kojem radi, iako je projekt obično dizajniran da ima značajan utjecaj na samu tvrtku. Mnogi pojedinci koji započnu kao intra-poduzetnici na kraju nakon što odluče napustiti tvrtku u kojoj rade pokreću vlastito poslovanje.

5.3. Poduzetničke osobine

Razumijevanju koncepta poduzetništvo prethodi razumijevanje pojma poduzetnika. Prema preporuci Europske komisije 2003/361/EC poduzetnik je subjekt koji obavlja gospodarsku djelatnost bez obzira na pravni status i način financiranja (EU projekti, 2019). Iveković (2011) ističe kako je „*poduzetnik osoba - pravna ili fizička - koja posluje na vlastiti rizik, isporučuje dobra ili obavlja usluge, sve to u nastojanju da ostvari zaradu. Djeluje na tržištima (roba, usluga, kapitala, rada,) na kojima vladaju neizvjesne prilike koje se mijenjaju sve brže, ponekad i dramatično.*“

Tkalec (2011) također ističe da bi „*poduzetnik trebao posjedovati sedam temeljnih poduzetničkih osobina*“ (vidi slika 6) Prema autoru neke od navedenih osobina su urođene dok su druge stečene obrazovanjem i iskustvom.

Slika 6 Sedam temeljnih poduzetničkih osobina



Izvor: izrada autora prema Tkalec (2011).

„Inovatori su osobe koje imaju viziju, originalnost i odvažnost da uvode nove ideje u poslovanje“ (Gregorić i sur, 2018). Prema Galović (2015) „inovativnost obilježava velika sposobnost transformacije postojećih ideja u nove, unaprijeđene oblike ili drugačiju kombinaciju tih oblika. “Inovativnost kao poduzetnička osobina veoma je važna za poduzetništvo s obzirom da korištenje inovacija u poduzetništvu u obliku proizvoda ili usluge pomaže pri ostvarivanju dobiti. Važno je istaknuti kako biti inovativan znači biti otvoren za promjene, ali i proaktivno tražiti promjene. Zato pojedinci koje karakterizira inovativnost uvijek postavljaju pitanje što je sljedeće, što mogu učiniti bolje, drugačije, s ciljem povećanja vrijednosti.

Sklonost preuzimanju rizika veoma je važna za poduzetnika s obzirom da svaki poduzetnički pothvat sa sobom nosi i određene rizike, veće ili manje. No, treba imati na umu da poduzetnici nisu hazarderi i da, iako će vjerojatno preuzeti veću razinu rizika od ne-poduzetnika, dobro istraže koliko rizika mogu podnijeti.

Samouvjerenost se definira kao vjerovanje osobe u vlastitu sposobnost izvršavanja zadatka, i uvjerenje da vlastite vještine može učinkovito koristiti za postizanje određenih rezultata. Samouvjerenost utječe na poduzetničku namjeru kroz kognitivne procese, motivaciju i kroz emocionalna stanja. Osoba koja je samouvjerena pokazuje veću intelektualnu sposobnost, stratešku fleksibilnost i učinkovitost u upravljanju. Ljudi s visokim razinom samopouzdanja mogu predvidjeti prepreke koje bi mogle ometati postizanje njihovih ciljeva (Garaika i sur, 2019). Samouvjerenost je urođena karakteristika koja dolazi do izražaja uz pomoć dodatnog znanja i iskustva vezanog uz posao koji osoba obavlja.

Radoholičnost je karakteristika ljudi koji vole svoje posao i koji imaju usvojene radne navike. Kao ključne zajedničke karakteristike radoholičara ističu se (Clark i sur, 2013):

- unutarjna potreba za radom,
- ustrajne misli o poslu i van radnog vremena,
- uloženi napor koji je veći od onoga što se očekuje od radnika.

Prema Tkalec (2011) „*potrebno je imati dugoročne ciljeve kako se ne bi razočarali zbog kratkoročnih neuspjeha. Svrhovitost znači ciljano ponašanje, kombiniranje različitih aktivnosti i resursa s ciljem postizanja određenih rezultata. Poduzetnici stalno formuliraju nove ciljeve i načine realizacije tih ciljeva.*“ Prema autoru svrhovitost se odnosi na postavljanje i ostvarivanje postavljenih realnih ciljeva bili oni kratkoročni ili dugoročni.

Odgovornost kao poduzetnička karakteristika odnosi se na želju za uspjehom te odgovornost u svim životnim domenama. Prema Tkalec (2011) odgovornost je stratificirana, odnosno osim poslovanja poduzetnik je prvenstveno odgovoran prema sebi, vlastitoj obitelji, državi te svim sudionicima u poslovnom procesu.

Prema Fiss (2019) samostalnost je osobna kvaliteta, koja objedinjuje:

- sposobnost samostalnog donošenja i izvršavanja važnih odluka, bez vanjskog utjecaja;
- odgovornost i spremnost preuzimanja odgovornosti za posljedice vlastitih postupaka;
- uvjerenje da je ponašanje izvedivo, društveno moguće i moralno ispravno.

Samostalnost kao poduzetnička karakteristika odnosi se na samostalno uviđanje poduzetničkih prilika. Kao glavne karakteristike samostalnog poduzetnika ističu se stvaranje dobiti, financijski rizici, opseg poslovne aktivnosti i neovisnost.

Prema navedenom osim što je poduzetnik fizička ili pravna osoba koja obavlja neku gospodarsku djelatnost neophodno je da ista posjeduje određene osobine.

6. ZAKLJUČAK

Poduzetništvo se smatra iznimno važnim još od najranijeg doba odnosno od vremena antike. U samom začetku poduzetništvo je bilo prilično dramatično i vezivalo se za više slojeve. No, 12. stoljeće bila je prva prekretnica u povijesnom razvoju razvojem trgovačkih društva na koja su najveći utjecaj u navedenom periodu imale crkve. Mnoge teorije i definicije u navedenom periodu temeljene su na činjenicama vezanim uz utjecaj koji je imala crkva na razvoj poduzetništva. Nadalje povijesni period od 16. do 18. st. obilježili su događaji koji su iznimno su značajni za poduzetništvo kakvo je danas. Također neizostavna je činjenica kako je period od 19. do 20. st. obilježila industrijska revolucija koja je također uvelike utjecala na poduzetništvo kakvo poznajemo danas. Važno je istaknuti kako danas poduzetništvo ne obuhvaća isključivo pokretanje poduzetničkog pothvata nego se sve više raspravlja o razvoju poduzetničkog načina razmišljanja kao što su proaktivnost i poduzetničko ponašanje kod svih pojedinaca, odnosno kako je poduzetništvo danas kompleksniji pojam od povijesnog kada se odnosio isključivo na pokretanje poduzetničkog pothvata.

POPIS LITERATURE

1. Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006) *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?* Baylor University
2. Barringer, B. R., Ireland, R. D. (2010). *Poduzetništvo–Uspješno pokretanje novih poduhvata*. Treće izdanje, Centar za razvoj poduzetništva Tuzla, BIH.
3. Carton, R. B., Hofer, C. W., Meeks, M. D. (1998). The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society. In: Annual International Council for Small Business. Conference, Singapore.
4. Casson, M., Casson, C. (2014). The history of entrepreneurship: Medieval origins of a modern phenomenon. *Business History*, 56(8), 1223–1242
5. Clark, M.A., Michel, J.S., Stevens, G.W., Howell, J.W., Scruggs, R.S. (2013). Workaholism, work engagement and work-home outcomes: Exploring the mediating role of positive and negative emotions. *Stress and Health*, 30, 287-300.
6. Enu, D.B. (2012): Enhancing the Entrepreneurship Education in Nigeria. *American Journal of Social Issues & Humanities*. 2 (4), 232-239.
1. Evans-Obinna, R. N. (2014): Entrepreneurship Education for Self-Reliance and Economic Development in Nigeria. *International Journal of Vocational and Technical Education Research*, 2 (2), 9-14.
2. Fiss, O. M. (2019). The right degree of independence. In *Transition to Democracy in Latin America: The Role of the Judiciary* (pp. 55-72). Routledge.
3. Galović, T. (2016). *Uvod u inovativnost poduzeća*. Sveučilište u Rijeci: Rijeka.
4. Garaika, G., Margahana, H. M., Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12.
5. Gregorić, M., Hegeduš, I., Kolenko, K. (2018). Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 8, 23-43.
6. Iveković, D. (2011). Neka znanja bez kojih poduzetnik ne može. *Učenje za poduzetništvo*, 1 (1), 155-162.
7. Kuratko, Donald F. (2017). Corporate Entrepreneurship 2.0: Research Development and Future Directions. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 13(6), 441–490.
8. Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in education: What, why, when, how*. Background paper.

9. Livesay, H. C., Porter, G. (1971). The financial role of merchants in the development of US manufacturing, 1815–1860. *Explorations in Economic History*, 9, 63-87.
10. Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Covin, J. G., Ireland, R. D., Hornsby, J. S. (2019). Corporate entrepreneurship strategy: extending our knowledge boundaries through configuration theory. *Small Business Economics*, 1-20.
11. Majid, I. A., Koe, W. L. (2012). Sustainable entrepreneurship (SE): A revised model based on triple bottom line (TBL). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(6), 293.
12. Naudé, W. (2013). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. Evidence and Policy. IZA Discussion Paper, (7507).
13. Oberman Peterka, S., Alpeza, M. (2013). Koncept poduzetničkog obrazovanja–primjer međunarodnog centra za poduzetničke studije sveučilišta JJ Strossmayera u Osijeku. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 26(1), 93-103.
14. Oberman Peterka, Poduzetnička sveučilišta u funkciji efektivne diseminacije intelektualnog vlasništva sveučilišta, doktorska disertacija, 2008
15. Perčin, M. (2011). Socijalno poduzetništvo – inovacija za dobrobit čovječanstva. Osijek: Grafika d.o.o.
16. Petrovskaya, I., Mirakyan, A. (2018). A mission of service: social entrepreneur as a servant leader. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(3), 755–767
17. Schumpeter, J.A., Becker, M.C., Knudsen, T. (2003), "ENTREPRENEUR", Koppl, R., Birner, J. and Kurrild-Klitgaard, P. (Ed.) *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 6, 235-265.
18. Stokes, D., Wilson, N., Mador, M. (2010). *Entrepreneurship*. Boston: Cengage Learning.
19. Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.
20. Škrtić, M., Vouk, R. (2006): *Osnove poduzetništva i menadžmenta*, Zagreb: Katma doo.
21. Tipurić, D., Cingula, M., Galetić, L., Sisek, B., Spremić, M., Tušek, B., ... Aleksić, A. (2008). *Korporativno upravljanje*. Zagreb: Sinergija nakladništvo.
22. Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 35-43.
23. Veciana, J. M. (2007). Entrepreneurship as a scientific research programme. In *Entrepreneurship* (pp. 23-71). Springer, Berlin, Heidelberg.

INTERNET IZVORI:

1. Službena stranica Europske unije [Key competences for lifelong learning - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](#) (22.06.2021).
2. Klasifikacija malih i srednjih poduzetnika <http://www.eu-projekti.info/klasifikacija-malih-i-srednjih-poduzeca-prema-hrvatskom-i-europskom-zakonodavstvu.com>(22.06.2021.)