

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Nika Hlebec

KARAKTERISTIKE PODUZETNIKA KAO PODLOGA ZA USPJEH

Završni rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Nika Hlebec

KARAKTERISTIKE PODUZETNIKA KAO PODLOGA ZA USPJEH

Završni rad

Kolegij: Poduzetništvo

JMBAG: 00102367973

e-mail: nikahlebec8@gmail.com

Mentor: doc.dr.sc.Tihana Koprivnjak Popović

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek

University Undergraduate Study Programme Economics and Business


Nika Hlebec

Characteristics of entrepreneurs as a basis for success

Final paper

Osijek, 2024.

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

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ZAVRŠNI
(navesti vrstu rada: završni/diplomski/specijalistički/doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim 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 trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Nika Hlebec

JMBAG: 00102367973

OIB: 31168776049

e-mail za kontakt: nikahlebec8@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij Ekonomija i poslovna ekonomija

Naslov rada: Karakteristike poduzetnika kao podloga za uspjeh

Mentor/mentorica rada: doc.dr.sc. Tihana Koprivnjak Popović

U Osijeku, 27. 08. 2024. godine

Potpis

Nika Hlebec

Zahvala

Zahvaljujem mentorici doc.dr.sc.Tihani Koprivnjak Popović, koja je prihvatila mentorstvo, pratila cjelokupni proces nastanaka ovoga rada te me svojim stručnim savjetima i znanjima usmjeravala u radu.

Posebnu zahvalu upućujem svojoj majci koja mi je bila velika podrška tijekom cijelog studija.

„Poduzetnik je kao mali brod na olujnom moru“

Marijan Ožanić

Karakteristike poduzetnika kao podloga za uspjeh

Sažetak

Poduzetništvo djeluje kao pokretač gospodarskog rasta i razvoja ekonomije. Ima značajan utjecaj na ekonomski rast, stvarajući nova radna mjesta, povećavajući proizvodnju i inovacije te na tehnološki napredak kroz razvoj novih tehnologija koje utječu na veću učinkovitost i konkurentnost na tržištu te ima utjecaj na cjelokupnu društvenu promjenu. Poduzetništvo se definira kao stvaralački proces razvijanja i vođenja poslovnog pothvata, a koji za cilj ima iskorištavanje poslovnih prilika i stvaranja vrijednosti. Poduzetnici su pokretači tog procesa koji svoje aktivnosti usmjeravaju na prepoznavanje prilika, prikupljanje i organiziranje neophodnih resursa, uz preuzimanje rizika, a sve s ciljem ostvarivanja profita. Svaki poduzetnik je jedinstven, obzirom da posjeduje različite karakteristike, osobine i vještine. Ipak, ističu se neke zajedničke karakteristike i vještine koje su ključne za uspjeh, kao što su inovativnost i kreativnost, upornost, spremnost za preuzimanje rizika, fleksibilnost, organiziranost i druge, nužne za ostvarivanje vlastite vizije, a koje će posljedično doprinijeti gospodarskom i društvenom razvoju. Empirijski dio rada prikazuje dvije poduzetnice s područja Slavonije, i analizira njihove karakteristike koje su im bile potrebne za uspjeh.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, poduzetničke osobine, poduzetničke vještine

Characteristics of entrepreneurs as a basis for success

Summary

Entrepreneurship is a driving force for economic growth and development. It has a significant impact on economic growth by creating new jobs, increasing production and innovation, and advancing technology through the development of new technologies, leading to greater efficiency and competitiveness in the market. It also influences overall social change. Entrepreneurship is defined as the creative process of developing and running a business that aims to capitalise on business opportunities and create value. Entrepreneurs are the driving force behind this process. They focus their activities on identifying opportunities, gathering and organising the necessary resources and taking risks, all with the aim of making a profit. Every entrepreneur is unique and has different characteristics, traits and skills. However, there are some common traits and skills that are crucial for success, such as innovativeness and creativity, perseverance, risk-taking, flexibility, organisational skills and others. These are essential to realise their visions and thus contribute to economic and social development. The empirical part of this work focuses on two entrepreneurs from the region of Slavonia and analysis of their characteristics necessary for their success.

Keyword: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial traits, entrepreneurial skills

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Metodologija rada.....	2
3. Pojam poduzetništva i poduzetnika	3
3.1. Vrste poduzetništva	5
3.2 Tipovi poduzetnika.....	8
4. Karakteristike uspješnih poduzetnika	11
5. Mitovi o poduzetnicima	16
6. Empirijski dio	18
6.1. Poduzetničke priče	18
6.1.1. Poduzetnička priča D.F.....	18
6.1.2. Poduzetnička priča M.B.	19
7. Rasprava	21
8. Zaključak.....	23
Literatura.....	24

1. Uvod

Poduzetništvo seže daleko u prošlost, postoji koliko i ljudsko društvo, a sam pojam se često koristi i definira na različite načine. Tijekom mnogih razdoblja povijesti, postojali su pojedinci ili grupe ljudi čija je težnja bila mijenjati svijet, uvoditi nešto novo uz određene rizike. U današnjem dinamičnom vremenu u kojem se odigravaju velike promjene u svim sferama društva, ekonomski i društveni razvoj bez poduzetništva i inovacija je nezamisliv.

Danas se na poduzetništvo gleda kao na kompetenciju potrebnu svima, ali u užem smislu poduzetništvo predstavlja pokretanje poslovnog pothvata. U tom smislu, poduzetnik je pokretač koji za početak mora imati ideju koju će realizirati u uspješan poslovni pothvat, a pri tom koristeći sve svoje resurse i kompetencije; znanje, kreativnost, sposobnost i vještine, ulažući kapital, a sve s ciljem ostvarivanja profita. Svakako treba napomenuti da se cijeli poslovni proces odvija u uvjetima neizvjesnosti i rizika, s pitanjem hoće li mu u konačnici donijeti uspjeh. Poduzetništvo kao takvo je vrlo važan segment za gospodarski rast i razvoj ne samo pojedinca ili nekog gospodarskog subjekta, već i u globalnom smislu, za čitavo društvo.

Cilj ovog završnog rada je objasniti pojmove poduzetništva i poduzetnika na teorijskoj razini te staviti naglasak na karakteristikama uspješnih poduzetnika. U središnjem dijelu će se obraditi karakteristike poduzetnika, opisati osobine i vještine poduzetnika koje su ključne za uspješan proces ulaska u poduzetničke vode te dati osvrt na zablude i mitove koji se vežu uz poduzetnike. U empirijskom dijelu rada će se prikazati dva slučaja odabranih poduzetnica, na temelju čega će se prikazati karakteristike uspješnih poduzetnika prethodno obrađenih u teorijskom dijelu rada. Istraživanje se temelji na razgovoru s odabranim poduzetnicama s ciljem prikupljanja podataka o raznim aspektima njihovih poduzetničkih priča, s primarnim fokusom na karakteristike poduzetnika, ali i na trendovima, problemima, izazovima i ograničenjima s kojim su se susrele u poslu. U završnom dijelu rada prikazane su glavne poruke teorijskog i empirijskog dijela.

2. Metodologija rada

Cilj ovog završnog rada je prezentirati karakteristike koje mora posjedovati poduzetnik, kao osnovu za uspješno poslovanje. Za potrebe izrade teorijskog dijela rada, korištena je metoda analize, točnije deskripcije u kojem su opisani osnovni pojmovi poduzetništva, poduzetnika i njegovih karakteristika. Pri tome su korišteni sekundarni podaci, istraživanjem i prikupljanjem dostupne stručne i znanstvene literature iz područja poduzetništva od knjiga, znanstvenih članaka pa do internetskih izvora.

Empirijski dio rada se temelji na kvalitativnom istraživanju, gdje su napravljene dvije analize slučaja. Odabrane su dvije poduzetnice i putem intervjua su prikupljeni primarni podaci koji su potom i analizirani, kako bi se došlo do odgovora na pitanje koje to karakteristike poduzetnika pridonose njihovom uspjehu.

3. Pojam poduzetništva i poduzetnika

Pojam poduzetništva (engl. entrepreneurship) je kompleksan i nastaje od francuske riječi „entre“- između i „prendre“ – uzeti, što podrazumijeva opis ljudi koji preuzimaju rizik uz niz poduzetničkih, organizacijskih, upravljačkih funkcija usmjerenih na inovativni poslovni proces koji se odvija u neizvjesnim uvjetima, a sve s ciljem ostvarivanja rezultata.

Prema Šipić (2023) začeci nekih oblika poduzetništva su zabilježeni još u vrijeme egipatske, arapske i kineske civilizacije. U srednjem vijeku poduzetništvom se smatralo trgovanje, a poduzetnici su bili trgovci, obrtnici, državni činovnici. Marko Polo se smatrao prvim poduzetnikom koji se bavio trgovinom. O procvatu poduzetništva se može govoriti tek u 17. stoljeću, a na prijelazu iz 19. i 20. stoljeća, u periodu industrijske revolucije dolazi do značajnog porasta, kako bi u 20. stoljeću s razvojem informacijsko komunikacijske tehnologije poprimilo novu dimenziju i postaje temeljna gospodarska djelatnost.

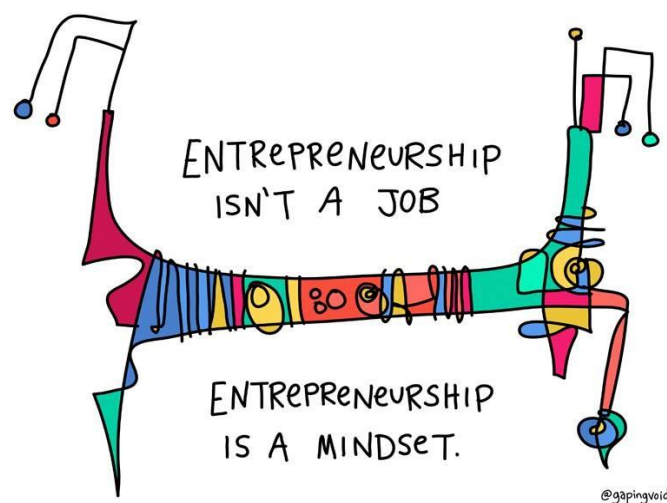
Pojam poduzetništva se može tumačiti u širem i užem smislu. Prema navodima Kružić (2007) poduzetništvo u širem smislu predstavlja aktivnost koja uključuje kreativnost, upornost, inovativnost, razumno preuzimanje rizika, dosljednost, samostalnost, odgovornost i dr. Dakle, poduzetništvo se u širem smislu odnosi na gospodarsku djelatnost (ali i bilo koju drugu aktivnost koja uključuje iste faktore) koja sadrži donošenje odluka kao i spremnost preuzimanja rizika prilikom investiranja kapitala. Dok navedeni autor, u užem smislu poduzetništvo promatra kao proces formiranja vrijednosti kombiniranjem resursa kako bi se iskoristavale prilike i promišljeno preuzimao rizik. Poduzetništvo u širem smislu podrazumijeva prepoznavanje prilika i pretvaranja ideja u vrijednosti za druge, a ta vrijednost može biti financijska, kulturna i društvena. Pa tako možemo govoriti o društvenim inovacijama koje doprinose društvenom razvoju, gdje se profit koristi za rješavanje društvenih problema ili može uključivati promjene u kulturi i društvenim normama koje potiču inovacije. Poduzetništvo u širem smislu obuhvaća i različite inicijative, kao što su ekološke, obrazovne programe i zdravstvo koje imaju za cilj unaprijediti kvalitetu života zajednice ili poduzetničke aktivnosti koje doprinose razvoju infrastrukture. Poduzetništvo u užem smislu se odnosi na vođenje poduzeća, prvenstveno na proces pokretanja poslovnog pothvata s ciljem ostvarivanja profita, ali se može promatrati i sa stajališta inovacija u proizvodima i uslugama, financijskog planiranja, marketinške strategije ili operativnog upravljanja. Zaključno, poduzetništvo u širem smislu podrazumijeva pristup inovaciji i društvenom razvoju, za razliku od poduzetništva u užem smislu koje je usmjereno na specifičnu aktivnost s ciljem stvaranja i vođenja poduzeća.

Fokus ovog rada je na poduzetništvu, kao pokretanju poslovnog pothvata i na poduzetniku kao vlasniku poduzeća.

Pod utjecajem globalnih promjena, mijenja se i poduzetništvo kao i sam odnos prema poduzetništvu, jer ono postaje pokretač ekonomskog i društvenog razvoja. Prije dvadesetak godina, karijera poduzetnika je podcjenjivana i neozbiljno shvaćena, jer se smatralo da takvi pojedinci imaju samo avanturističke sklonosti. Danas su mlađi naraštaji puno otvoreniji za poduzetničku karijeru, posebno na području informatike, kompjuterizacije, robotike, online trgovine i poslovne ekonomije. To potvrđuje činjenicu da je nakon poljoprivredne i industrijske ere, uslijedio treći stadij razvoja globalnog društva koje karakteriziraju usluge i informiranje, kako je zaključio i Bell (1999:127) da ako je agrarno društvo počivalo na snazi mišića (poljoprivrednika), a industrijsko društvo na energiji, temelj postindustrijskog društva počiva na informaciji.

„Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano uz prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini. Cilj suvremenog poduzetništva je razviti poduzetničku klimu koju prije svega karakterizira orijentacija na individualnu inicijativu, kreativnost i inovacije, kao i stvaralačku atmosferu usmjerenu na prevladavanje postojećeg i stvaranje novoga, drugačijeg i humanijeg društva“ (Škrčić, Mikić, 2011).

Slika 1. Ilustracija poduzetništva



Izvor: nepoznati autor

Pojam poduzetnika je teško opisati u jednoj definiciji, obzirom da ga različito definiraju i razni autori: „Poduzetnik je osoba koja riskira: novac, zdravlje, vrijeme, društveni ugled, ponekad i obiteljske odnose, a sve kako bi osmislio i razvio na profitu inovativan proizvod ili uslugu, najčešće nudeći svoju kreativnost i inovativnost“ (Buble, Kružić:2006).

Neki od autora daju malo opširniji opis: „ Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. Zarada poduzetnika je poduzetnička dobit, koja ostaje nakon što se iz ukupnog prihoda odbiju troškovi.“ (Škrtić, 2006).

Najčešći razlozi za ulazak u svijet poduzetništva su želja za promjenom, sloboda odabira da se radi posao koji se voli, mogućnost kreiranja svog života te ostvarivanje profita. Za uspjeh poduzetničkog pothvata je važna poduzetnička klima, koja je uvjetovana političkim, ekonomskim, pravnim i kulturnim okruženjem. Osim pozitivnih strana, nedostaci su svakako rizik uloženi sredstava, nesiguran dohodak te niža kvaliteta života uslijed stresa, previše napornog rada i vremena.

3.1. Vrste poduzetništva

Kada se govori o različitim aspektima poduzetništva, od svrha pa do toga gdje i tko ga razvija, razlikuju se tri vrste; tradicionalno, korporacijsko i društveno poduzetništvo.

Slika 2. Vrste poduzetništva prema vrsti poslovanja



Izvor: Izrada autora prema Dračić (2012).

Tradicionalno poduzetništvo se odnosi na mikro, mala i srednja poduzeća, a kriterij podjele je propisan Zakonom o računovodstvu (NN 78/15, 114/22) prema određenih pokazateljima kao što su iznos ukupne aktive, iznos prihoda te prosječan broj zaposlenika tijekom poslovne godine, kao što je prikazano u slijedećoj tablici:

Tablica 1. Vrste poduzeća

Pokazatelji	Mikro poduzeća	Mali poduzeća	Srednja poduzeća	Velika poduzeća
Ukupna aktiva (€)	350.000,00	4,000,000,00	20,000,000,00	Poduzetnici koji prelaze granične pokazatelju u najmanje dva od tri uvjeta iz prethodne kategorije (srednji poduzetnici)
Prihod (€)	700.000,00	8,000.000,00	40,000,000,00	
Prosječan broj radnika tijekom poslovne godine	10	50	250	

Izvor: izrada autora prema Podacima iz Zakona o računovodstvu (NN, 78/15, 114/22)

Prema navedenim kriterijima, može se prepoznati i važnost sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj. Mala i srednja poduzeća u Hrvatskoj su 2020. godine činila 99,7% od ukupnog broja poduzeća, dok su velika poduzeća činila preostalih 0,3%., a uz to mala i srednja poduzeća su zapošljavala čak 72,1% od ukupnog broja zaposlenih (Alpeza, et al., 2022).

Perčin (2011:6) navodi kako je tradicionalno poduzetništvo gospodarski subjekt (mali i srednji subjekt) koji stječe dobit tako što:

- Provodi inovativne metode
- Razumno preuzima rizik
- Samouvjereno provodi aktivnosti koje vode ostvarenju cilja
- Radi uporno i kontinuirano
- Poduzima sve raspoložive mjere uz preuzimanje odgovornosti kako bi ostvario zacrtanu viziju.

Kada se govori o mikro, malim i srednjim poduzećima, najčešće su zaposlenici ujedno i osnivači poduzeća koji su prvenstveno usmjereni na ostvarivanje profita uz ograničene resurse koje posjeduju. Prema (Bošnjak:2011) većina malih poduzetnika se susreće s najvećim rizicima i izazovima u poslovanju tijekom prvih godina poslovanja, i to najčešće u prve tri godine poslovanja. Navedeno također potvrđuje važnost karakteristika tih poduzetnika za njihov opstanak, a zatim i uspjeh.

Za razliku od malih poduzeća, pojam velikih poduzeća se povezuje sa korporacijskim poduzetništvom. Postoji nekoliko razlika između tradicionalnih poduzetnika i korporacijskih, kao što su zarada, gdje tradicionalni raspoložu sa onim što zarade, odgovorni su sami prema sebi i autonomni, dok korporacijski imaju sigurnu plaću bez obzira na uspjeh, imaju potporu subjekta te za sve odgovaraju i traže odobrenje od vodstva. Cilj korporacijskog poduzetništva je primijeniti moderni princip menadžmenta na način da se stimuliraju pojedinci koji imaju kreativne poduzetničke ideje i sposobnosti da ih realiziraju unutar korporacije. Tri su osnovne odrednice korporacijskog poduzetništva (Ribić, Pleša Puljić, 2020:20-21. navedeno u Stopford, Baden-Fuller, 1984:18):

- stvaranje nove poslovne mogućnosti unutar postojeće organizacije
- transformacija ili pomlađivanje organizacije, inovacije procesa što uključuje prihvaćanje novih rješenja starih problema

- mijenjanje pravila po kojima posluje konkurencija na promatranom tržištu; takav oblik susreće se samo u naznakama iako ga poslovni subjekti mogu pokušati promijeniti, ali ga je iznimno teško planirati.

Treća vrsta poduzetništva je noviji pojam u modernoj ekonomskoj teoriji, a naziva se društveno poduzetništvo. U odnosu na prethodno navedena poduzetništva, ova vrsta umjesto generiranja profita, za cilj ima društvenu korist i stvaranje nove vrijednosti te promicanje općeg interesa zajednice. Funda (2011) navodi da socijalni poduzetnik treba imati slijedeće osobine:

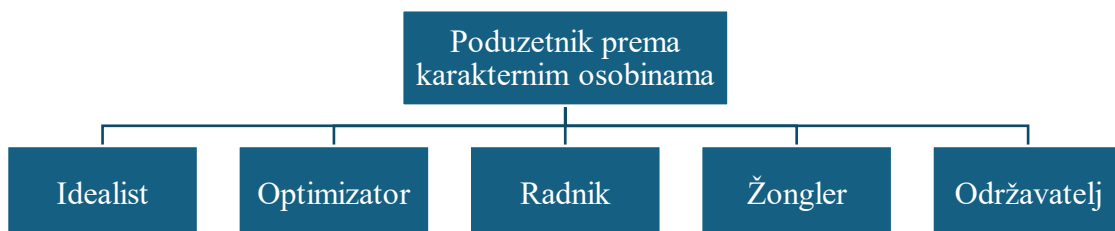
- snažnu, novu ideju koja može promijeniti sustav
- kreativnost
- revolucionarni potencijal
- poduzetničku kvalitetu
- moral

U Republici Hrvatskoj organizacije koje naginju društvenom poduzetništvu zakonski su uređene tako da mogu djelovati unutar jednog od institucionalnih oblika. Tako socijalno poduzetništvo može biti organizirano kao: udruga, zaklada, zadruga, obrt, ustanova, trgovačko društvo (Zrilić, Širola:2014). Navedeni institucionalni oblici svoj rad usmjeravaju na potrebe zanemarenog stanovništva koje nema dovoljno financijskih sredstava.

3.2 Tipovi poduzetnika

Postoje različite tipologije poduzetnika prema tumačenju različitih autora. Jedna od podjela se odnosi na obilježja osobine poduzetnika, pa prema tome postoje i različiti tipovi, kao što je prikazano na slijedećoj slici.

Slika 3. Tipovi poduzetnika prema karakternim osobinama



Izvor: izrada autora prema Škrtić (2006)

Idealisti su poduzetnici koji imaju odlične ideje za ulazak u svijet poduzetništva. Odlikuje ih kreativnost i inovativnost, ali i nestrpljivost kod obavljanja administrativnih i financijskih poslova. Optimizatori su fleksibilni i samostalni poduzetnici, neopterećeni konkurencijom, vješti u vođenju financija a sve s ciljem povećanja produktivnosti i ostvarivanja profita.

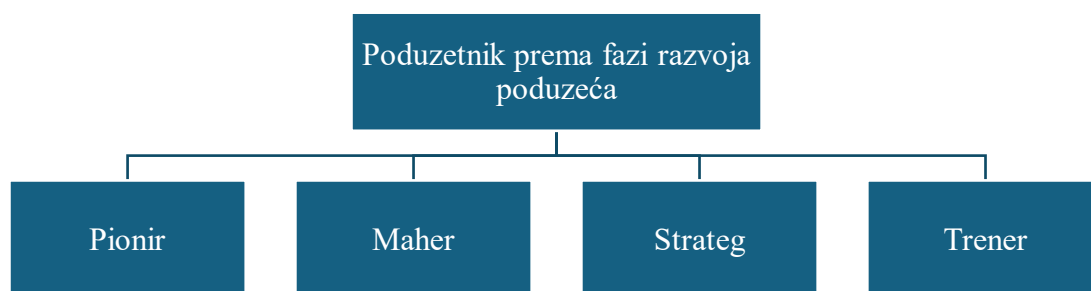
Radnici su poduzetnici koji vole svoj posao i usmjeravaju svoj napor prema ostvarenju zacrtanog cilja. Orijentirani su na detalje i rast poduzeća. Stoga ih najčešće odlikuje i financijska agresivnost koja podrazumijeva uzimanje kredita kako bi se ostvario željeni poduzetnički rast. Navedeni tip poduzetnika detaljno nadzire poslovanje vlastitoga poduzeća, planira dugoročno te striktno poštuje jednom utvrđene planove. (Škrtić, Mikić, 2011:104)

Žongleri su oni poduzetnici koji su orijentirani na upravljanje poduzećem, a budući da im je teško delegirati ovlasti i odgovornost, najčešće sve poslove obavljaju sami – stoga im često nedostaje vremena za obavljanje poslova jer ih u isto vrijeme obavljaju nekoliko (Škrtić, Mikić, 2011:104)

Posljednji tip poduzetnika, održavatelji su najmanje zastupljeni, uglavnom konzervativni, a svoje poduzeće su ili naslijedili ili kupili. Pasivni su jer se zadovoljavaju postojećim stanjem i ne teže ostvariti neke više ciljeve.

Osim navedene podjele, postoje i tipovi poduzetnika prema životnom ciklusu poduzeća, što prikazuje slijedeća slika.

Slika 4. Tipovi poduzetnika prema fazi razvoja poduzeća



Izvor: izrada autora prema Kolaković (2006:22)

Prema Kolaković (2006) poduzetnik – pionir je važan u početnoj fazi, jer je on pokretač i osnivač poduzeća, odlikuje ga snaga i odlučnost da svoju ideju i realizira. Nakon početne faze,

u fazi rasta poduzeća nastupa poduzetnik – maher koji je vrlo ambiciozna i snažna osoba, a slabost mu je nedostatak ideja i inovacija. Potom slijedi faza diferencijacije za koju se veže poduzetnik – strateg, a odlikuje ga odlučnost, ali i svjesnost da ne može kontrolirati cijelo poduzeće pa daje slobodu odlučivanja i drugima i decentralizira poduzeće na više jedinica. Poduzetnik – trener se veže za posljednju fazu, konsolidacije poduzeća. On je zaslužan za dobre međuljudske odnose, „dobru klimu“ u poduzeću, nastupa kao trener jednog tima – konsolidira poduzeća, ali mu nedostaje kreativnost i odlučnost.

Iako sve kreće od pionira, kao pokretača, zajednička karakteristika svih navedenih tipova, je da su svi jednako važni za cjelokupan životni ciklus jednog poduzeća.

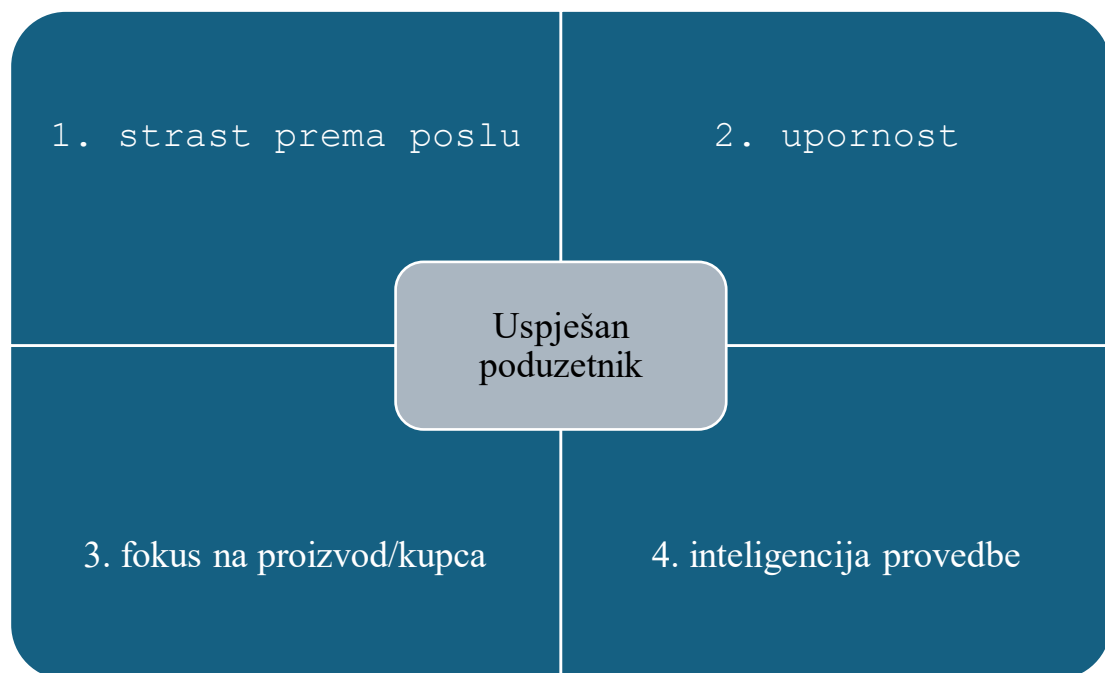
4. Karakteristike uspješnih poduzetnika

Poduzetništvo je prije svega jedna ljubav i strast, a uspješan poduzetnik je onaj koji je „zaljubljen“ u svoju poslovnu ideju i koji će napraviti sve da ju realizira i pokrene posao.

Prema riječima Druckera (1966:22) ne postoje dva jednaka poduzetnika, neki su poduzetnici ekscentrici; drugi bolno besprijeekorni konformisti; neki su debeli; drugi mršavi; neki su zabrinuti, drugi opušteni; neki su teške pijanice, drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetnog šarma i topline; drugi nemaju osobnost veću od smrznute skuše. Drugim riječima, toliko je različitih karaktera i osobnosti svakog od njih, ali je važno da imaju urođene ili obrazovanjem stečene osobine da mogu balansirati i upravljati ljudskim, materijalnih i novčanim resursima u određenom vremenu koje zahtjeva poslovna situacija. Istraživanja pokazuju da postoje neke zajedničke osobine i vještine koje posjeduju uspješni poduzetnici kao podlogu za uspjeh.

Četiri su osnovne osobine uspješnih poduzetnika, prikazane na slijedećoj slici.

Slika 5. Četiri osobine uspješnih poduzetnika



Izvor: izrada autora prema Barringer, Ireland (2010)

Autori Barringer i Ireland (2010) na sljedeći način objašnjavaju navedene osobine:

1. Strast prema poslu – je vrlo važna karakteristika koju treba posjedovati poduzetnik ukoliko želi obaviti posao kako treba. Nerijetko ljudi napuštaju sigurne poslove i ulaze u nove poslovne pothvate, predani su i čvrsto vjeruju u ono što rade. Strast prema poslu nije garancija za uspjeh, ali je ona sigurno važna jer ako se nešto dovoljno želi, to će se i ostvariti.
2. Upornost – je možda i najvažnija karakteristika kada poduzetnici ulaze u novi poduhvat i očekivano je da će doživjeti niz uspona i padova. Potrebno je uložiti veliku količinu rada, razvijati proizvod prije nego je spreman za tržište, pa ukoliko nije dovoljno uporan, odustat će kod prve barijere i neće doći do cilja.
3. Fokus na proizvod/kupca – prema tumačenju Kotler i dr. (2014), prilikom stvaranja bilo kojega proizvoda ili usluge, u fokusu poduzetnika nužno mora biti potreba koju taj proizvod/usluga zadovoljava. Potrebe postaju želje kada ih se usmjeri na određene predmete koji bi mogli zadovoljiti tu potrebu. Što bi značilo da uspješni poduzetnici znaju prepoznati potrebe korisnika, pratiti trendove, želje i potrebe korisnika te djelovati na način da stvaraju proizvode ili usluge koje će zadovoljiti te potrebe i koje će kupovati.
4. Inteligencija provedbe – je četvrta karakteristika uspješnog poduzetnika, a podrazumijeva sposobnost da ideju implementira u konkretan posao. Postoji jedna interesantna izjava osnivača Amazon.com-a, Jeff Bezos koji je rekao: „Ideje su jednostavne. Njihova provedba je teška.“ Drugim riječima, taj put od ideje do realizacije je najizazovniji i iziskuje puno truda; od upravljanja financijama, okupljanja tima ljudi, motiviranja, partnerstva, pa do upravljanja cjelokupnim poslovanjem, kako bi poslovni pothvat bio uspješan i profitabilan.

Osim navedenih glavnih karakteristika, navode se i ostale, kao što su samopouzdanje, optimizam i sposobnost vođenja.

Različiti autori navode i mnoge druge karakteristike, pa su u slijedećoj tablici će biti navedene neke od njih.

Tablica 2. Karakteristike poduzetnika

San – vizija	Poduzetnici imaju viziju budućnosti koja im se sviđa i viziju svog posla. Također imaju svoje snove.
Odlučnost	Poduzetnici ne odugovlače. Oni brzo donose odluke. Njihova brzina ključni je faktor njihova uspjeha.

Sposobnost implementacije	Jednom kad donesu odluku o smjeru akcije, poduzetnici je implementiraju onoliko brzo koliko je moguće.
Posvećenost	Poduzetnici implementiraju svoje pothvate s potpunom opredijeljenošću. Oni rijetko odustaju čak i kad se suoče s preprekom koja se čini nepremostivom.
Odanost	Poduzetnici vole ono što rade. Ta ih ljubav podupire kad im je teško i vole svoje proizvode i usluge koje tako uspješno prodaju.
Detalji	Kaže se da „vrag“ leži u detaljima. To nije nikad točnije nego u početku rasta poslovanja. Poduzetnik mora biti na vrhu kritičnih detalja.
Sudbina	Poduzetnici radije žele biti odgovorni za svoju sudbinu nego ovisni kao zaposlenici.
Novac	Bogaćenje nije primarni motivator poduzetnika. Novac im više služi kao mjera uspjeha. Poduzetnici pretpostavljaju da će, ako budu uspješni, biti nagrađeni.
Podjela vlasništva	Poduzetnici dijele vlasništvo svog posla s ključnim zaposlenicima koji su kritični za uspjeh posla.

Izvor: Štavlić (2018: 4-5)

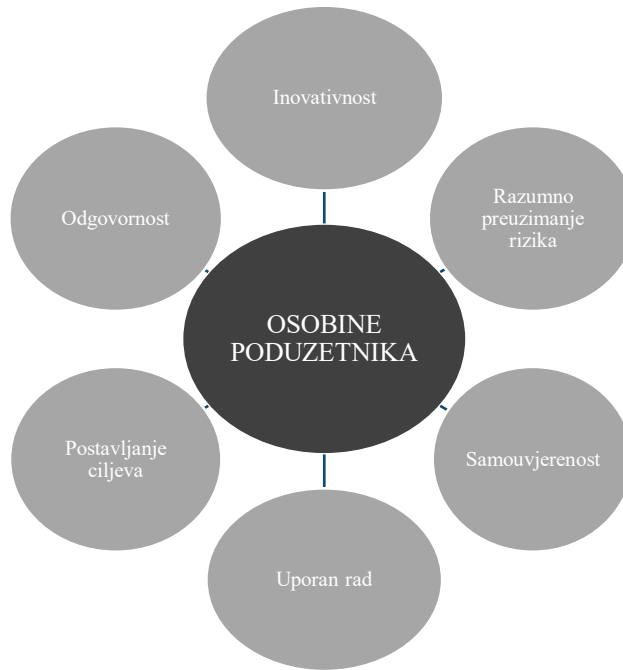
Neki od autora navode da su najvažnije karakteristike inicijativa, odlučnost i spremnost na rizik, a prema Gorupić (1990:13), definira šest osnovnih karakteristika:

1. Potreba za postignućem i uspjehom
2. Kreativnost i inicijativa
3. Preuzimanje rizika
4. Povjerenje u sebe i smjelost
5. Potreba za neovisnošću i autonomijom
6. Motivacija, energija i angažman

Prema Tkalec (2011:41) optimalan odnos karakteristika svakog poduzetnika čini ga jedinstvenim. Tako su neki kreativniji, neki uporniji, neki obrazovaniji, ali zajedničko im je to da im upravo taj i takav odnos daje jedinstvenost koja se u konačnici prepoznaje i realizira na tržištu.

Postoje nekoliko zajedničkih osobina koje posjeduju uspješni poduzetnici, a koje su prikazane na slijedećoj slici

Slika 6. Osobine poduzetnika



Izvor: izrada autora prema Mc Clelland, 1961., navedeno u Buble, Kružić (2006:47)

Jedna od najviše izraženih osobina je inovativnost, kada poduzetnik stvari vidi na nov i drugačiji način, otvoren je za nova rješenja, nova stvaralačka promišljanja i djelovanja.

Obzirom da garancija za uspješnost u poslu ne postoji, rizik je neizbježan dio svakog poslovanja te je važno da poduzetnik razumno preuzima rizik i analizira sve okolnosti prije donošenja konačne odluke. U želji da postigne više, pribjegava izazovnijim zadacima i većoj razini rizika i zbog toga je važno da ima znanja, vještine i da su svjesni svojih snaga, kako bi izbjegli propast.

Da bi poduzetnik ušao u posao, mora biti samouvjeren, vjerovati u sebe i svoje sposobnosti. Ne miriti se sa postojećom situacijom, već je nastojati promijeniti. Neki posjeduju „veću dozu“ samouvjerenosti od ostalih, dok kod drugih koji je imaju manje, samouvjerenost dolazi kao posljedica iskustva i postizanja poslovnog uspjeha.

Jedna od najvažnijih osobina je upornost. Da bi postigao svoj cilj, poduzetnik mora biti uporan, unatoč preprekama i padovima na tom putu do uspjeha.

Također, još jedna, ne manje važna osobina je postavljanje ciljeva. Poduzetnici se vole istaknuti među drugima, pa tako visoko postavljaju poslovne ili osobne ciljeve, kako bi se istaknuli među konkurencijom i realizirali poslove sa što boljim rezultatima. U poslovanju, poduzetnik osim odgovornosti prema samom sebi, ima odgovornost za svoju obitelj ali i zaposlenike, kupce, dobavljače i ostale suradnike koji su uključeni.

Uspješan poduzetnik osim navedenih osobina, poželjno je da posjeduje i neka znanja i vještine, a najčešće se spominje samodisciplina, vještina upravljanja ljudima, komunikacijske vještine, vještina strateškog planiranja, delegiranja zadataka te donošenja odluka.

Da bi uspješno upravljao nekim poduzećem, prema (Štavlić, 2022) ističu se bitne poduzetničke vještine:

- sposobnost samoprocjene vlastitih snaga i slabost
- komuniciranje s drugim ljudima
- pregovaranje
- rješavanje sukoba
- donošenje odluka
- planiranje vlastitog vremena i energije
- izvršavanje dogovorenih obveza
- rješavanje problema

Svatko može postati poduzetnikom, ali ne može svatko biti uspješan u tome. Današnji uvjeti za opstanak, kada je razina znanja puno veća i konkurencija puno oštrija, zahtijevaju izvanredne sposobnosti poduzetnika, kako njegov poduzetnički pothvat ne bi završio neuspjehom.

5. Mitovi o poduzetnicima

Mitovi o poduzetnicima, najčešće počivaju na zabludama i predrasudama, koje se često plasiraju u medijima, pa se dobiva iskrivljena slika. U nastavku će se opisati najčešći mitovi:

1. Ljudi se rađaju kao poduzetnici, ne može se postati poduzetnikom

Barringer i Ireland (2010), navode da konsenzus nekoliko stotina studija o psihološkoj i sociološkoj građi poduzetnika je da se poduzetnici genetički ne razlikuju od ostalih ljudi. Ovaj mit se temelji na krivom uvjerenju, na način da će genetske predispozicije utjecati da li će neka osoba postati poduzetnikom. Međutim, postoje neke osobine kao što su energičnost, odlučnost, vizionarstvo, uvjerljivost, kreativnost i druge, koje ukoliko ih osoba posjeduje, nisu same po sebi dovoljne da bi se postalo poduzetnikom, već je potrebno uložiti znanje i trud. Svatko ima potencijal postati poduzetnikom, ali su studije pokazale ukoliko je osoba odrastala u okruženju čiji roditelji su bili poduzetnici, veća je vjerojatnost da će i sama postati poduzetnikom, zbog same činjenice da mu se smanjuje nesigurnost od nepoznatog.

2. Poduzetnici su kockari

Mit o poduzetnicima kao kockarima proizlazi prvenstveno od same činjenice da ulaze u izazovnije poslove i suočavaju se sa nesigurnijim okruženjem koje nosi sa sobom i veći rizik. Međutim poduzetnici nisu kockari i umjereno preuzimaju rizik.

3. Poduzetnici su primarno motivirani novcem

„Naivno je misliti da poduzetnici ne traže financijsku nagradu, no kao što je već rečeno, novac je rijetko glavni razlog zbog kojeg poduzetnici pokreću poslove“ (Barringer, Ireland 2010). Dakle, novac nije primaran razlog zbog kojeg poduzetnici osnivaju vlastita poduzeća i često oni koji imaju manje novca za pokretanje posla, više su predani, kreativniji i snalažljiviji. Glavni motivi su prvenstveno želja za uspjehom, strast prema onome što rade, samostalnost, pa na kraju i financijska dobit.

4. Poduzetnici trebaju biti mladi i energični

Kao i za većinu ovih predrasuda i kod ove tvrdnje treba napomenuti da ne postoji pravilo oko idealne dobi. Prema mišljenju Barringera i Irelanda (2010) ono što je poduzetniku potrebno da bi u očima investitora bio jak, jesu iskustvo, zrelost, solidna reputacija, dosadašnji uspjeh i strast za poslovnom idejom. Ove činjenice idu svakako u prilog zrelijim i iskusnijim poduzetnicima u dobi 35 i 45 godina, nego mlađim poduzetnicima.

5. Poduzetnici vole biti u centru pozornosti

Postoji vjerovanje da poduzetnici žele biti glavni i imati cijeli show za sebe. Međutim, često su mediji ti koji plasiraju razne bombastične sadržaje kako bi pridobili više čitatelja. Velika većina ne privlači pozornost i ne uživa popularnost u medijima, osim ako to nije nužno zbog prirode posla kojim se bave, tako da je i ova tvrdnja pogrešna.

6. Biti poduzetnik jedini je način da budete „svoj gazda“

Delić i dr. (2014) tvrde da uspjeh poduzetnika ovisi o nizu čimbenika. Često se kaže da je poslovni subjekt zbroj svih odnosa koje su on i poduzetnik izgradili sa svojim okruženjem (kupcima, dobavljačima, partnerima, lokalnom zajednicom i sl.) i uspjeh poslovnog subjekta ovisi o sposobnosti poduzetnika da te odnose održava kvalitetnima.

6. Empirijski dio

Budući da je fokus završnog rada na karakteristikama poduzetnika, osobinama i vještinama koje moraju posjedovati kako bi bili uspješni u svom poslu, za potrebe praktičnog dijela je obavljen intervju sa dvije uspješne poduzetnice, gospođom D.F., mr.sc.dipl.oec. i M.B. mag.oec.

6.1. Poduzetničke priče

D.F. ima obrt za poslovno savjetovanje, pružanje usluge financijskog savjetovanja, računovodstveno- knjigovodstvene usluge, ali se bavila i izradom projektnih prijedloga za financiranje iz EU fondova. U međuvremenu je izdala i svoju knjigu o osobnim financijama koju samostalno promovira.

Druga poduzetnica je M.B. koja je u poduzetničke vode ušla sa suprugom u OPG-u, u kojem su registrirali kušaonicu piva i pružanje ugostiteljskih usluga na seoskom imanju, a potom je i sama postala vlasnica obrta za refleksoterapiju i aromaterapiju.

6.1.1. Poduzetnička priča D.F.

Poduzetnica D.F. se odlučila upustiti u poduzetničku aktivnost iz nekoliko razloga. Glavna motivacija u tome su joj bila sloboda i fleksibilnost koju pruža činjenica da je sama svoj šef, ali i osjećaj zadovoljstva zbog vlastitih postignuća i uspjeha.

„Biti poduzetnik ima brojne prednosti, no svakako ima i nedostatke. Prednosti koje su mene motivirale su sloboda u organizaciji radnog vremena, sloboda da biram samostalno kada i koliko ću raditi, mogućnost kreativnog rješavanja problema i činjenica da nema šefa iznad sebe kojemu moram podnositi izvješća i obavještavati ga gdje sam i što radim. Poduzetnik ima puno veće odgovornosti i obaveze, ali zato ima i puno veću slobodu, pa i osjećaj većeg zadovoljstva kad nešto postigne i uspije.“

„Iako nisam poduzetnica koja zapošljava druge osobe, nego samo sebe, svojim radom nastojim rješavati uočene probleme u zajednici i ponuditi usluge koje drugima olakšavaju i unapređuju život ili poslovanje. Vodi me želja za stvaranjem neke nove vrijednosti.“

Ono što je utjecalo na njen poslovni put je prvenstveno činjenica da je rođena u poduzetničkoj obitelji u kojoj je vrlo brzo uvidjela kvalitetu života poduzetnika. Odlikuju je pozitivan pristup, optimizam, staloženost pri rješavanju problema, a kao slabost navodi nedovoljnu želju za tržišnim natjecanjem.

„Rođena sam u poduzetničkoj obitelji. Moj otac je bio vlasnik ugostiteljskog objekta, a kasnije i lokalnog dućana. Moja baka je bila vlasnica velikog i uspješnog restorana, a i posjedovala je nekretnine koje je iznajmljivala. Od djetinjstva sam svjedočila razlici u kvaliteti života osoba koje rade za druge i onih koji rade za sebe, te sam oduvijek željela biti vladar svog života i vremena.“

Ono što sama poduzetnica vidi kao važne karakteristike uspješnog poduzetnika su kreativnost, vizionarstvo, potreba za uspjehom te fokus na proizvod ili uslugu kada se prepozna potreba na tržištu. Ključne karakteristike koje posjeduje, a koje su zaslužne za njen uspjeh se pronalaze u upornosti, motivaciji, optimizmu, ali i odgovornom postupanju i razumnom preuzimanju rizika prilikom donošenja odluka, kao i sposobnosti prilikom rješavanja problema.

„Konstruktivno pristupam problemima. Ne donosim naglo odluke. Prije svega, istražim sve bitne informacije pa se tek onda, podržana svojom intuicijom koju bez pogovora slušam, odlučim donijeti neke bitne odluke. Smisao mog poduzetničkog djelovanja u interakciji s ljudima s kojima radim. Svaki dan je prilika da nekoj osobi uljepšam dan, možda nekom lijepom riječju, malom uslugom i kvalitetno obavljenim poslom.“

Također, kao vrlo važno za poduzetnicu se ističu njena spremnost na promjene i želja za stalnim učenjem i usavršavanjem novih znanja i vještina. I sama je svjesna da su poduzetnici važan čimbenik društva, koji donosi razvoj i promjene, u svim sektorima. No, s druge strane smatra da biti poduzetnik u Hrvatskoj nije nešto što je posebno cijenjeno, što je utjecaj određenih kulturnih i društvenih normi. Unatoč tome, s optimizmom gleda na poduzetništvo u budućnosti, pogotovo kada su u pitanju mladi.

„Poduzetničke prilike su svuda oko nas. Upravo dok su mladi i ispunjeni maštom, kreativnošću i idealima, ljudi se trebaju odvažiti u razvoj svojih poduzetničkih ideja. Svaka i najmanja ideja ima potencijal unaprijediti društvo u kojem živimo, a kroz to si mladi poduzetnik može stvoriti fantastičnu priliku za vrlo lijepu egzistenciju. Dobre ideje vas mogu učiniti sretnim, ispunjenim i bogatim – tako da se vrijedi potruditi.“

6.1.2. Poduzetnička priča M.B.

Poduzetnička priča Marijane Bošnjak motivirana je primarno slobodom koju pruža karijera poduzetnika. Prvenstveno je htjela svoj pothvat graditi na vlastitim znanjima i snagama, a ne odgovarati osobama koje su manje kvalificirane od nje same.

„Jako cijenim slobodu, a kao poduzetnica mogu biti slobodna u kreiranju posla i u odlučivanju.“

Kao zaposlenica sam bila u situacijama da mi je nadređena osoba bila ona koja je najmanje obrazovana i najmanje sposobna u cijelom timu. To mi je bilo teško izdržati. Nisam htjela riskirati da se ponovi nešto slično pa sam kreirala vlastiti posao.“

Inspiraciju pronalazi u svakoj osobi koja ima strast prema poslu kojim se bavi. Strast za posao i upornost su snage koje posjeduje, a svjesna je i da ima potrebno znanje kao i volju da to znanje produbljuje. Kao slabost izdvaja činjenicu da radi sama ali i neposjedovanju vlastitog prostora za rad.

„Poznajem puno ljudi pa mi je bila lakoća krenuti s novim poslom iako me ljudi nisu poznavali u ulozi refleksoterapeuta i aromaterapeuta, predana sam radu, imam znanja, volje i strasti za posao koji radim. Voljna sam učiti ono što ne znam.“

„Učim svakodnevno. Iako u Hrvatskoj nema škole i učitelja od kojih bih učila dalje o refleksoterapiji, ja učim jer sam učitelje pronašla u svijetu. Kontinuirano učim nove tehnike koje uključujem u rad s klijentima. Periodično organiziram besplatne evente na koje pozivam svoje klijentice i na taj način negujem naš dobar odnos. Jako mi je važan osobni razvoj i dosta radim na tome.“

Prema njenom mišljenju glavne karakteristike koje mora imati uspješni poduzetnik, jesu samopouzdanje, odgovornost, potreba za postignućem te da je ključ u upornom radu jer kada i izostanu rezultati, da to nije razlog za odustajanje, već motivacija za daljnji rad. Naglašava kako je za njen uspjeh bila ključna karakteristika, strast za onim čime se bavi, ali izražena upornost i motiviranost, vjerovanje i fokusiranje na kvalitetu usluge koju pruža svojim klijentima. Odgovorna je i također pokazuje potrebu za neovisnošću.

„Da bi osoba mogla biti poduzetnik, mora biti odgovorna. Mora biti spremna na promjene. Dobro je da ima dobru razinu samopouzdanja i samopoštovanja, da je otvorena za nova znanja i da je uporna. Da na loš rezultat ne gleda kao na katastrofu, nego kao na motivaciju da idući puta odradi kvalitetnije. Dobro je kretati se među ljudima i svojim potencijalnim klijentima. Važno je da je osoba spremna raditi na osobnom razvoju jer naš posao može rasti samo onoliko koliko mi rastemo.“

I ova poduzetnica spominje problem društvenih i kulturnih normi te smatra da je problem u društvu jer često gledaju na poduzetnika i poduzetništvu u negativnom kontekstu i koriste riječ „kriminalac“ i da je važno osvijestiti da su poduzetnici pokretači poslova i ti koji otvaraju mogućnosti za nova radna mjesta. No, svejedno smatra da kadima treba reći: *„Samo naprijed otvorenog uma i srca“*.

7. Rasprava

Prikazi slučajeva dvije poduzetnice su pokazale neke sličnosti i razlike koje proizlaze iz njihovih karakteristika, osobina i vještina. Navedeno je prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Analiza karakteristika poduzetnica

	D.F.	M.B.
Motivacija za pokretanje poslovnog pothvata	Sloboda, fleksibilnost, „sam svoj šef“	Sloboda u odlučivanju, „sam svoj šef“
Inspiracija i uzori	Poduzetnička obitelj	Svaka osoba koja ima strast za posao
Snage i slabosti	Snage: optimizam, vještina rješavanja problema Slabosti: nedovoljna želja za tržišnim natjecanjem	Snage: strast prema poslu Slabosti: nema vlastiti prostor za rad, nema zaposlenih
Karakteristike uspješnog poduzetnika	Odgovorno donosi odluke i svjesno preuzima rizik, posjeduje vještinu rješavanja problema	Odgovornost, upornost, motiviranost i optimizam u poslu kojim se bavi, fokus na uslugu, potreba za autonomijom
Ključne karakteristike za uspjeh	Upornost, motivacija, optimizam i potreba za autonomijom	Strast prema poslu

Izvor: izrada autorice

Tablica prikazuje da su intervjuirane poduzetnice dijele više zajedničkih karakteristika. Vrlo su slične u tome što obje imaju potrebu za neovisnošću. Odlikuje ih visoka motiviranost i upornost u poslu kojim se bave, ali i optimizam jer vjeruju u ono što rade i raduje ih mogućnost za stjecanjem novih znanja i vještina koje će donijeti zadovoljstvo na osobnoj razini, ali i kod klijenata. Razumno preuzimaju rizik, jer ne donose nagle odluke prije nego analiziraju sve okolnosti. Imaju veliku razinu odgovornosti u poslu i uspješno rješavaju probleme jer konstruktivno pristupaju rješavanju problema.

Razlike su minimalne, obzirom da su u intervjuu navele karakteristike koje su uglavnom iste, samo su ih opisale drugačijim rječnikom. Kod poduzetnice M.B, je nešto više izražena strast za posao kojim se bavi, pa je samim time i veća potreba za postignućem i uspjehom, nego li kod D.F. koja navodi kao slabost, nedovoljnu želju za tržišnim natjecanjem i isticanjem.

Prema obrađenim karakteristikama u teorijskom dijelu na primjeru je prikazano da poduzetnice od osobina koje imaju, jesu uporan rad, odgovornost, razumno preuzimanje rizika te pokazuju vještinu donošenja odluka, rješavanja problema i svakako sposobnost samo procjene vlastitih snaga i slabosti. Može se reći kako intervjuirane poduzetnice imaju osobine koje u teoriji opisuju uspješnog poduzetnika. Iako je uvriježeno mišljenje, da je novac osnovni razlog pokretanja posla, ove poduzetnice su dokazale suprotno, da ih je motivirala prvenstveno neovisnost, autonomija i sloboda kreativnog djelovanja. Obje posjeduju veliku strast za posao kojim se bave, želju za stvaranjem novih vrijednosti, novih znanja otvorene su za nova znanja. Imaju jasno definiran cilj, fokusirane su na svoj proizvod/uslugu, oslušuju potrebe klijenata i nastoje im to i pružiti. Uporne i odvažne prepoznale su priliku koju su pretočile u unosan posao, što je rezultiralo većom razinom samopouzdanja.

Za kraj, poručile su budućim naraštajima da budu otvorenog uma i srca, da prepoznaju poduzetničke prilike i potencijale, odvažne se realizirati svoje ideje u posao, kako bi sebi stvorili lijepu egzistenciju, ali i doprinijeli cjelokupnom društvu.

Na temelju provedenih intervjuova može se vidjeti da su ove dvije poduzetničke priče također dobar primjer da se objasne neke zablude i „razbiju“ predrasude o poduzetnicima. Obje poduzetnice su ušle u poduzetništvo u zrelih četrdesetim godinama, nakon što su imale prethodnog iskustva i strast za poslovnom idejom, a postoji zabluda da mladosti poduzetnika. Mit da se ljudi rađaju kao poduzetnici, također nije istina, jer nisu imale nikakve genetske predispozicije za postati poduzetnicama, iako D.F. dolazi iz poduzetničke obitelji pa su postojale veće predispozicije da će se i sama ući u poduzetničke vode, obzirom da je imala već uzor i osjećaj sigurnosti. Mit o kockarskim sklonostima nisu utemeljene, obzirom da su odgovorne, umjerenom preuzimaju rizik, konstruktivno pristupaju problemima i ne donose nagle odluke. Novac im nije primaran, on je instrument koji im služi za postizanje viših ciljeva; želja za novim znanjima, osobni razvoj te strast prema poslu kojim se bave. Obje poduzetnice ne vole biti u centru pozornosti, ali priroda posla kojim se bavi D.F. je nužno donijelo pojavljivanje u medijima, obzirom da promovira autorsku knjigu koja joj donosi novac.

8. Zaključak

Pojam poduzetništva se može sagledati na različite načine. Poduzetništvo se može definirati kao gospodarska djelatnost koja kombinacijom različitih čimbenika posljedično daje rezultat ili definirati poduzetništvo kao aktivnost koja se veže uz ljudske osobine i nema poveznicu sa gospodarskom djelatnošću. Kako god promatrali, važno je funkcionalno prožimanje obiju definicija. Sa sigurnošću se može zaključiti da nema gospodarskog rasta i razvoja, bez inovativnosti i kreativnosti koje su glavne značajke definicije poduzetništva u širem smislu. Poduzetništvo je važna dimenzija ekonomskog, ali i društvenog razvoja, jer pokreće i rekonstruira gospodarstvo prema novim tehnologijama i novim područjima.

Cilj ovog završnog rada je bio opisati različite tipove poduzetnika te karakteristike uspješnih poduzetnika, njihove osobine i vještine. Naglasak je na najčešćim zajedničkim karakteristikama kao što su; strast prema poslu, upornost, fokus na proizvod, sposobnost implementacije ideje, ali i druge ne manje važne; od samopouzdanja, inovativnosti, komunikacijskih vještina, vještina vođenja, timskog rada do vizionarstva.

U empirijskom dijelu rada, obrađen je intervju sa dvije uspješne poduzetnice, koje su svojim primjerom potvrdile teoriju o posjedovanju prethodno navedenih karakteristika koje opisuju uspješnog poduzetnika. Također su opovrgnule mitove o poduzetnicima koji daju iskrivljenu sliku u javnosti.

Postoji puno karakteristika koje opisuju uspješnog poduzetnika. Upravo specifičan odnos karakteristika čini svakog poduzetnika jedinstvenim; jedni su strastveni, drugi uporniji, neki kreativniji, ali zajedničko im je upravo taj splet karakteristika koji im daje posebnost i koji se u konačnici prepoznaje i realizira na tržištu.

Literatura

1. Alpeza, M., Basarac Sertić, M., Delić, A., Has, M., Koprivnjak Popović, T., Križanović, K., Kuček, S., Mezulić Juric, P., Novosel, M., Oberman, M., Oberman Peterka, S., Perić, J., Petričević, T.; Šimić Banović, R.; Vučković, V. (2022) *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2021. MALA I SREDNJA PODUZEĆA U HRVATSKOJ U UVJETIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-19*, CEPOR, Zagreb
2. Barringer, B.R., Ireland D. (2010). *Poduzetništvo – uspješno pokretanje novih poduhvata*, treće izdanje. Tuzla: Prentice Hall
3. Bell, D. (1999. str. 127), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Reissue. New York: Basi Books
4. Bošnjak, S. (2011). Poslovni inkubator kao generator razvoja poduzetništva. *Praktični menadžment*. 2(2) str. 51-56
5. Buble M., Kružić D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF plus
6. Delić, A., Oberman P. S., Perić, J. (2014). *Želim postati poduzetnik*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Ekonomski fakultet u Osijeku
7. Funda, D. (2011). *Menadžment malog poduzeća*. Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti Baltazar
8. Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija
9. Kotler, P., Keller, K., Martinović, M. (2004). *Upravljanje marketingom*. Zagreb: Mate.
10. Perčin, M. (2011). *Socijalno poduzetništvo, inovacija za dobrobit čovječanstva*. Osijek: Organizacija za građanske inicijative
11. Ribić, D., Pleša Puljić N. (2020). *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga

12. Šipić, N. (2023). *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Poslovno veleučilište Zagreb
13. Škrtić, M. (2006). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija
14. Škrtić, M. Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
15. Štavlić, K. (2018). *Mirko poduzetništvo – resursi, potencijali i uspješnost*. Požega: Veleučilište u Požegi
16. Štavlić, K.(2022). *Poduzetništvo i inovacijski projekti*. Požega: Veleučilište u Požegi
dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:112:759824>
17. Zrilić, N., Širola, D. (2014). *Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj*. Hring: Zbornik Veleučilišta u Rijeci