

Poduzetništvo kao način razmišljanja i djelovanja

Ivešić, Izabela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:392246>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Izabela Ivešić

Poduzetništvo kao način razmišljanja i djelovanja

Diplomski rad

Osijek, 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Izabela Ivešić

Poduzetništvo kao način razmišljanja i djelovanja

Diplomski rad

e-mail: izabela.ivesic@gmail.com

Mentor: prof. dr. sc. Sunčica Oberman Peterka

Osijek, 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business in Osijek

University Graduate Study Entrepreneurial Management and Entrepreneurship

Izabela Ivešić


Entrepreneurship as a way of thinking and acting

Graduate 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 _____
diplomski rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i
oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno
citanje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i
teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu
na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod
istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u
institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju
Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne
i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i
znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke
u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Izabela Ivešić

JMBAG: 0010225910

OIB: 03369797828

e-mail za kontakt: izabela.ivesic@gmail.com

Naziv studija: Diplomski studij Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Poduzetništvo kao način razmišljanja i djelovanja

Mentor/mentorica rada: Sunčica Oberman Peterka

U Osijeku, 21.5.2024. godine

Potpis Izabela Ivešić

ZAHVALA

Zahvaljujem mojoj dragoj mentorisi Sunčici Oberman Peterki što mi je bila pomoć i podrška, ne samo tijekom pisanja ovog diplomskog rada nego i kroz cijeli period studiranja. Zauvijek ću biti zahvalna što ste mi pomogli prijeći mnoge stepenice na ovom putu.

Hvala i mojoj teti Vlatki i sekama na ogromnoj podršci koju su mi pružale tijekom studiranja.

Za kraj, najveće hvala mojim najsnažnijim osloncima – mami i tati. Hvala za svaku nesebičnu žrtvu podnesenu da bih danas bila to što jesam. Svaki moj (i najmanji uspjeh) je za Vas i zbog Vas.

SAŽETAK

Ovaj diplomski rad istražuje koncept poduzetništva kao ključne kompetencije potrebne svakom pojedincu za uspjeh u današnjem svijetu. Sastoji se od teorijskog i empirijskog dijela. Teorijski dio definira pojam poduzetništva i njegovih vrsta – tradicionalnog, korporacijskog i društvenog, te prikazuje povijesni razvoj poduzetništva. Poseban naglasak je stavljen na objašnjenje poduzetništva, kao temeljne životne kompetencije definirane od strane Europske unije, koja je potrebna suvremenom čovjeku za njegov osobni i poslovni razvoj. Empirijski dio temelji se na istraživanju/anektiranju studenata Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, vezano uz razumijevanje pojma poduzetništvo, te njihovih sklonosti i stavova prema poduzetništvu. Cilj ovog diplomskog rada je prikazati poduzetništvo u njegovom širem smislu – kao način razmišljanja i djelovanja, ali i istražiti imaju li studenti razvijene poduzetničke vještine i osobine, ispitati njihove stavove vezane uz razvoj poduzetničke karijere kroz pokretanje poslovnog pothvata, te vidjeti razlikuju se u stavovima i odnosu prema poduzetništvu studenti različitih znanstvenih područja. Ovaj rad stavlja naglasak na poduzetništvo kao kompetenciju, ističući njegovu važnost u svremenom svijetu.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnička kompetencija, poduzetničke vještine, EntreComp

ABSTRACT

This thesis explores the concept of entrepreneurship as a key competence needed by every individual to succeed in today's world. It consists of a theoretical and an empirical part. The theoretical part defines the concept of entrepreneurship and its types - traditional, corporate and social, and shows the historical development of entrepreneurship. Special emphasis is placed on the explanation of entrepreneurship, as a fundamental life competence defined by the European Union, which is needed by modern man for his personal and business development. The empirical part is based on the research/annexation of students of Josip Juraj Strossmayer University in Osijek, related to the understanding of the term entrepreneurship, and their tendencies and attitudes towards entrepreneurship. The goal of this thesis is to present entrepreneurship in its broader sense - as a way of thinking and acting, but also to investigate whether students have developed entrepreneurial skills and traits, to examine their attitudes related to the development of an entrepreneurial career through starting a business venture, and to see if they differ in attitudes and attitude towards entrepreneurship of students of different scientific fields. This paper emphasizes entrepreneurship as a competence, emphasizing its importance in the modern world.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial competence, entrepreneurial skills, EntreComp

SADRŽAJ

Uvod	1
1. Metodologija rada	2
2. Što je poduzetništvo?	3
2.1. Vrste poduzetništva	5
2.1.1. Tradicionalno poduzetništvo	5
2.1.2. Društveno poduzetništvo	6
2.1.3. Korporacijsko poduzetništvo	7
3. Povijesni razvoj poduzetništva	8
3.1. Škole poduzetništva	10
4. Temeljne životne kompetencije	12
5. Poduzetništvo kao kompetencija	15
5.1. Poduzetničke vještine i osobine	17
6. EntreComp – okvir za razumijevanje poduzetničke kompetencije	20
7. Empirijski dio	23
8. Zaključak	38
9. Literatura	39
10. Popis slika	42
11. Popis grafikona	42
12. Popis tablica	42
13. Prilozi – Upitnik ASTEE za visokoobrazovne institucije	42

Uvod

Riječ poduzetništvo su kroz povijest pokušali definirati mnogi teoretičari iz različitih znanosti. Svaka od definicija bi sa sobom nosila određene specifičnosti, ali ni jedna nije bila dovoljno potpuna da postane općeprihvaćena i univerzalna. Najčešće poduzetništvo vežemo uz pokretanje vlastitog poslovnog subjekta, ali se danas poduzetništvo smatra načinom života i razmišljanja, jednom od osam temeljnih životnih kompetencija definiranih od strane Europske komisije. Svijet je suočen s izazovima koje sa sobom nose brze tehnološke promjene i u tom kontekstu poduzetnička kompetencija postaje jedna od ključnih kompetencija koja omogućava snalaženje u uvjetima kompleksnosti i nesigurnosti u kojima živimo. Ona se odnosi na proaktivno, inovativno i odgovorno ponašanje. Kako bi se osiguralo stvaranje generacija poduzetnih pojedinaca nužno je uvesti razvoj poduzetničke kompetencije u formalno i neformalno obrazovanje na svim obrazovnim razinama. Ovaj diplomski rad sastoji se od teorijskog i empirijskog dijela, podijeljenih u 6 poglavlja. Teoretski dio obuhvaća prvih 5 poglavlja, koja daju kontekstualni okvir za razumijevanje same teme. On govori o razvoju poduzetništva kroz povijest, te daje teoretsku podlogu za objašnjenje poduzetničke kompetencije. Empirijski dio rada istražuje kako studenti različitih fakulteta gledaju na poduzetništvo i poduzetničku kompetenciju, da li i na koji način fakulteti razvijaju poduzetničku kompetenciju studenata, te postoje li razlike u stavovima studenata prema poduzetništvu različitih znanstvenih područja (tehničke, prirodne, društvene).

1. Metodologija rada

Tema ovog rada je Poduzetništvo kao način razmišljanja i djelovanja. Kroz ovo poglavlje objašnjeni su ciljevi i predmet rada.

Predmet istraživanja ovog rada je poduzetništvo i njegov razvoj kroz povijest i važnost razumijevanja poduzetništva kao temeljne životne kompetencije.

Cilj ovog diplomskog rada je ukazati na važnost poduzetničkog načina razmišljanja, potrebnog svima za uspjeh u uvjetima nesigurnosti i kompleksnosti u kojima živimo, te istražiti što je poduzetnička kompetencija i kako se može razviti u sustavu formalnog i neformalnog obrazovanja. Rad prikazuje što su pod poduzetništvom smatrali razni teoretičari kroz povijest, ali i na koji način na poduzetničko ponašanje se gleda danas. Europska komisija je razvila EntreComp odnosno okvir poduzetničkih kompetencija koje pomažu u razumijevanju i razvijanju poduzetničkih kompetencija pojedinaca. Ovim diplomskim radom se nastoji objasniti važnost i mogući načini promicanja poduzetništva u različitim formalnim i neformalnim obrazovnim okruženjima, a empirijski dio pokazuje stavove o poduzetništvu i razvijenost poduzetničkog ponašanja među studentskom populacijom Sveučilišta u Osijeku.

Teorijski dio diplomskog rada temelji se na sekundarnim podacima, odnosno znanstvenim i stručnim knjigama, člancima i publikacijama, dok se empirijski dio temelji na anketnom istraživanju provedenom među studentskom populacijom različitih fakulteta osječkog sveučilišta. Upitnik, koji se koristio u istraživanju razvijen je u sklopu EU projekta ASTEE. ASTEE (Assessment Tools for Entrepreneurship Education) je alat, koji mjeri procjenu utjecaja poduzetničkog obrazovanja na različitim obrazovnim razinama. (Moberg et al. 2014) U ovom radu, korišten je upitnik razvijen za primjenu u visokom obrazovanju.

2. Što je poduzetništvo?

Prema Šktrić i Mikić (2011) poduzetništvo je proces koji stvara vrijednost ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih tehnologija i potrošača, a naglašeno je vezano uz prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini.

Gledajući na poduzetništvo kao na pokretanje poslovnog pothvata, uspješnim pothvatom se smatra onaj koji je rezultat dobrih tržišnih prilika, kvalitetne opće i poslovne okoline te sposobnosti poduzetnika da prepozna prilike i preuzme rizik za njegovo pokretanje. Poslovni pothvat je u tom slučaju proizvodni čimbenik, pa je u tom procesu, zadaća poduzetnika koordinirati proizvodne čimbenike, resurse i vrijeme i tako uvećati vrijednost robama i uslugama. Pri tome, robe i usluge ne moraju biti nove, već im poduzetnik treba stvoriti novu vrijednost (Ronstadt, 1988, str. 28).

Poduzetništvo je izrazito važno za ekonomski razvoj primarno zbog stvaranja novih radnih mjesta, ali i zbog mogućnosti utjecaja malih poduzeća na velika. Tubić i sur. (2016, str. 26) smatraju da poduzetnici često, kao partneri, kooperanti i dobavljači velikim poduzećima inovativnim ponašanjem u pružanju vlastitih usluga i proizvodnju vlastitih proizvoda utječu i na inovativno ponašanje velikih poduzeća i stvaranju njihove konkurentske prednosti.

Međutim, poduzetništvo ne predstavlja samo pokretanje i vođenje poslovnog subjekta. Samuelson i Nordhaus smatraju da je promicanje poduzetničkog duha jedna od ključnih zadaća ekonomskog razvoja. Inovacije i poduzetništvo će uspijevati kada su vlasnička prava jasna i potpuna, a porezi i druga iscrpljivanja zarade niska i predvidljiva. (2010)

Perić i Erceg (2020) također smatraju da se poduzetništvo najčešće povezuje s malim poduzećima. Definiraju poduzetništvo kao djelovanje i razmišljanje koje je potrebno koristiti u svim situacijama, te da ono pomaže promjene shvaćati kao izazove i vrlo je važan indikator poticanja inovativnosti, proaktivnosti i preuzimanja rizika. Mala poduzeća se često susreću s manjkom resursa pa probleme moraju rješavati na kreativan način.

Poduzetnički duh, osim što ima veliku ulogu i ekonomskom razvoju, važan je i na razini svakog pojedinca. Poduzetništvo se ne veže isključivo na poslovne pothvate i ekonomski razvoj, nego i uz

ponašanje pojedinca u zajednici koji svojim stavovima i ponašanjima ima mogućnost poticati i činiti promjene. Poduzetni pojedinci su oni koji unaprijeđuju kvalitetu sebe kao individue, svog okruženja; obitelji, poslovnog okruženja ili bilo koje druge zajednice u kojoj djeluje.

“Prema P. F. Druckeru srž je poduzetništva učiniti ljude svjesnima zajedničkih mogućnosti. Uspješno moderno poduzetništvo oblikovatelj je, trajan poticatelj i čimbenik društvenog napretka, a obilježava ga: potreba za postignućem i uspjehom, kreativnost i inicijativa, preuzimanje rizika, povjerenje u ljude i smjelost, potreba za neovisnošću i autonomijom te motivacija, energija i stalan angažman na promjenama.” (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 17.1.2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/poduzetnistvo>)

Kao što se shvaćanje poduzetništva razlikuju ovisno o autoru, tako postoji i niz definicija poduzetnika.

Vuković (1999) poduzetnika definira kao inovatora, hrabrog, ali opreznog pojedinca koji je izrazito spreman za preuzimanje rizika kojeg pokreću izgledi za ostvarenje dobiti i vjera u uspjeh. Poduzetnik je inicijator novih poduzetničkih pothvata, on ulaže kapital i vrijeme, zapošljava ljude, osmišljava projekte i prati njihovo ostvarenje te obavlja kontrolu u svrhu ostvarivanja što veće dobiti.

Kirzner (2000) je opisao poduzetnika kao osobu koja je sposobna pronaći mogućnosti i prilike za stvaranje profita, i koja potiče aktivnosti usmjerene na zadovoljavanje nezadovoljenih potreba.

Tkalec (2011) smatra da poduzetništvo nužno ne podrazumijeva gospodarsku aktivnost. Osobe mogu biti poduzetne (kreativne, inovativne, sklone timskom radu, odgovorne, samostalne, sklone preuzimati rizik i dr.) i izvan gospodarskih aktivnosti. Ono podrazumijeva potrebu da se radi na drugačiji način. Važnost poduzetničkih aktivnosti utječe na razvoj društva u cjelini što je prepoznala i Europska unija koja kroz različite inicijative želi potaknuti razvoj poduzetničkih vještina kod građana. Kako je Europska unija definirala poduzetništvo i kako nastoji potaknuti poduzetničko ponašanje u zajednici detaljnije je objašnjeno u narednim poglavljima.

2.1. Vrste poduzetništva

Ribić i Puljić (2020) su definirali tri osnovne vrste poduzetništva – tradicionalno, društveno i korporativno. Svaka od navedenih vrsta objašnjena je u nastavku.

2.1.1. Tradicionalno poduzetništvo

Pojam poduzetništva se najčešće povezuje sa ovom vrstom poduzetništva, a ona se odnosi na poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima.

Takva vrsta poduzetništva se najčešće prepoznaje u okruženju i takvi poduzetnici imaju različite razloge ulaska u poduzetništvo, ali prema Barringeru (2010) postoje tri osnovna razloga zbog kojih pojedinci ulaze u poduzetničke vode, s to su:

- žele biti vlastiti šefovi
- žele ostvariti vlastite ideje
- žele ostvariti financijsku korist

Prema istraživačkom projektu Global Entrepreneurship Monitor poduzetnike možemo podijeliti na one koji su poslovni pothvat pokrenuli iz prilike, i one koji su ga pokrenuli iz nužde. Poduzetnici koji pokreću pothvat iz prilike imaju veću šansu za uspjeh jer je njihov pothvat rezultat uočenih prilika na tržištu, a uz to su optimističniji i skloniji preuzimanju kalkuliranog rizika. S druge strane, postoje ljudi koje je nemogućnost pronalaska posla dovela do toga da pokrene vlastiti posao. Takvi poduzetnici su oprezniji, nedostaju im odgovarajuća znanja i vještine, zbog kojih nisu skloni rastu i razvoju svojih pothvata. GEM pokazuje da razvijenije zemlje imaju veći broj poduzetnika koji su pokrenuli posao iz prilike nego iz nužde. Usko vezan za uspjeh poduzetničkog pothvata je poduzetnički eko sustav zemlje u kojoj poduzetnik djeluje. (<https://www.gemconsortium.org/>, preuzeto 19.4.2024.)

Subjekti tradicionalnog poduzetništva, odnosno malog i srednjeg gospodarstva dijele se na:

- Mikro subjekte – manje od 10 zaposlenih
- Male subjekte - manje od 50 zaposlenih, ukupni godišnji promet manji od 16 milijuna kuna

•Srednje subjekte - pravne i fizičke osobe koje zapošljavaju prosječno u godini manje od 250 zaposlenika, u poslovanju su neovisni te ostvaruju ukupni godišnji promet do 60 milijuna kuna.” (JerneiĆ, 2019).

Važnost malih i srednjih poduzeća prepoznajemo u stvaranju velikog broja radnih mjesta, ali uz to su zaslužni za suzbijanje monopola, te nastoje utjecati na tržište kako bi se potrošači mogli što prije prilagoditi. (JerneiĆ, 2019)

2.1.2. Društveno poduzetništvo

“Društveno ili socijalno poduzetništvo predstavlja poduzetništvo s etičkim integritetom u cilju maksimiziranja društvene vrijednosti, a ne privatne vrijednosti ili profita.” (Dees, 2001, str. 4)

Društveno poduzetništvo se odnosi na one organizacije čiji je primarni cilj rješavanje društvenih problema i poboljšanje uvjeta života, dok istovremeno ostvaruju pozitivne poslovne rezultate. Ono je najnoviji koncept poduzetničkog djelovanja, a službeni naziv “društveno poduzetništvo” se usvojio kroz Strategiju razvoja društvenog poduzetništva 2014-2020 Republike Hrvatske. Razlog tomu je bila činjenica da se ta vrsta poduzetništva više nije vezala uz isključivo rješavanje socijalnih problema, nego in a sve poduzetničke aktivnosti koje svoje djelovanje usmjeravaju ka razvoju boljeg društva.

“Društveno poduzetništvo može značajno doprinijeti ostvarenju strateških ciljeva, posebice društvenoj koheziji, borbi protiv siromaštva i povećanom zapošljavanju, kreiranju novih proizvoda, konkurentnosti, očuvanju resursa, vrednovanju baštine i bioraznolikosti, te unapređenju kvalitete života kroz poslovanje za društvenu dobrobit.” (Strategija razvoja društvenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. do 2020. godine (<https://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/Strategija-razvoja-dru%C5%A1tvenog-poduzetni%C5%A1tva-u-RH-za-razdoblje-2015-2020.pdf>), preuzeto 18.1.2024.)

Važnost društvenog poduzetništva prepoznata je i od strane Europske komisije pa je u svojoj “Inicijativi za društveno poslovanje” definirala koncept društvenog poduzetništva:

a) društveni poduzetnik se određuje kao nositelj poduzetničke aktivnosti kojem je primarni cilj društveni utjecaj, a ne generiranje dobiti za vlasnike ili dioničare;

b) društveni poduzetnik djeluje na način da pruža robu ili usluge na tržištu na poduzetnički i inovativan način te koristi ostvarenu dobit primarno za ispunjavanje društvenih ciljeva;

c) način upravljanja poduzetničkim subjektom je otvorenog tipa te uključuje zaposlenike, korisnike i ostale dionike na koje utječe gospodarska aktivnost poduzetnika. (Inicijativa društvenog poslovanja Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0682>, Preuzeto 18.1.2024.)

U društvenom poduzetništvu integrirani su ekonomski, društveni i okolišni ciljevi. (Živković, Petričević, 2019)

Društveno se poduzetništvo često poistovjećuje s društveno odgovornim poduzećima. Privatna profitna poduzeća mogu poslovati društveno odgovorno, ali ih to i dalje ne čini društvenim poduzećima.

Prema Vidović (2012, str. 29) postoje različiti ciljevi društvenog poduzetništva kao što su poboljšanje osobnog života zajednice, smanjenje nejednakosti i rast socijalne kohezije, kreiranje poslova za marginalizirane društvene skupine, dodatna redistribucija za osobe slabijeg imovinskog stanja i povećanje društvenog kapitala.

Društveno poduzetništvo potiče na djelovanje sve institucije poput sveučilišta, vlada, velikih korporacija i svih onih čije djelovanje može poboljšati uvjete života zajednice. Svojim utjecajem mijenjaju ponašanja, mišljenja i stavove s ciljem razvijanja i održavanja vrijednosti poput poštenja, raznolikosti i inkluzije.

2.1.3. Korporacijsko poduzetništvo

Globalizacija tržišta, neprestane promjene i stalan porast konkurencije su razlozi zbog kojih suvremena poduzeća moraju promijeniti postojeće poslovne modele. Brzina promjena je veća nego

ikada u području tehnologije, dobavljača, kupaca i drugih eksternih čimbenika što značajno utječe na promjene u internom okruženju poduzeća.

“Inovativnost, proaktivnost i sklonost riziku osnovne su karakteristike modernih poduzeća u kojima ljudi, ulažući svoja znanja i vještine razvijaju nove proizvode i usluge te otvaraju nove poslovne mogućnosti čime neprekidno ostvaruju konkurentske prednosti poduzeću ili, točnije rečeno, provode poduzetničke aktivnosti unutar poduzeća, poznatije pod nazivom korporativno poduzetništvo.” (Morić Milanović, 2009)

Prema Wichamu (2006) uloga korporativnog poduzetništva je ujediniti individualne inicijative zaposlenika sa strateškim ciljevima poduzeća. Da bi zaposlenici imali priliku izraziti svoje inicijative, važno je uspostaviti poticajno radno okruženje i odgovarajući sustav nagrađivanja koji će motivirati zaposlenike na kreativnost.

U tradicionalnom poduzetništvu poduzetnik je vlasnik poduzeća, dok u korporacijskom poduzetništvu ulogu poduzetnika preuzima zaposlenik u poduzeću. Nije nužno da svaki zaposlenik poduzeća ima ulogu intrapoduzetnika (unutarnjeg poduzetnika, poduzetnika unutar organizacije), nego se taj pojam odnosi na one koji svojom proaktivnošću, kreativnošću i radom doprinose poboljšanju cjelokupnog poslovanja. “Intrapoduzetnik je osoba koja je većim dijelom vizionar, te je iznutra motivirana izazovom i snažnim osjećajem što je potrebno poduzeću, a ne samo nastojanjima za vlastitim napredovanjem kroz hijerarhiju poduzeća.” (Pantry i Griffiths, 2000)

3. Povijesni razvoj poduzetništva

Prvi dokazi o postojanju poduzetništva sežu u antičko doba kada se u staroj Grčkoj i Rimskom carstvu pojavljuje trgovanje i novčarsko poslovanje.

Prema Barković (2009) prvotno značenje poduzetništva veže se uz francuski glagol *entreprendre* što bi značilo nešto činiti, poduzimati.

Prema Škrtić i Vouk (2006) poduzetništvo se kao djelatnost razvilo između 12. i 15. stoljeća. Prvi poduzetničke pothvate vežemo uz svrhu preživljavanja gdje su trgovci upražnjavali robnu razmjenu onih dobara koje posjeduju za one koje im nedostaju.

Šipić (2004) smatra da je poduzetništvo u prvo vrijeme obuhvaćalo trgovinu, kreditne i mjenjačke poslove, brodarstvo, ali i osvajanje novih područja, razbojništvo i gusarstvo. Osnovni tipovi poduzetnika u to vrijeme su bili gusari, feudinci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.”

“Krajem 14. stoljeća javljaju se trgovačka udruženja utemeljena na obiteljskoj tradiciji, mobilizaciji ljudi i kapitala. U 15. stoljeću dolazi do razdvajanja gospodarske aktivnosti i poslovne imovine poduzetnika od njegove privatne imovine, što je karakteristika određenih oblika današnjih trgovačkih društva.” (Buble i Buble, 2014)

Prvi teorijski koncept poduzetništva razvio je pisac Daniel Defoe. 1667. objavljuje djelo “An Essay Upon Projects” gdje govori o tzv. projektantima – ljudima koji su preuzimali velike rizike u nadi za veliki dobitima. “Defoe pravi razliku između projektanata. Postoji profil projektanata koji svojim ponašanjem sumnjivog morala i poslovne etike opravdavaju negativne stavove javnosti. Nasuprot njima postoji i drugi tip projektanata, poštenog profila kojima su izumi proizvodi vlastitih napora, a poslovanje pod maskom poslovne etike.” (Barković, 2009)

Jedan od začetnika teorijskih pristupa poduzetništvu bio je Richard Cantillon. “Cantillonu se pripisuje da je bio prvi koji je poduzetništvo i poduzetnika opisao ekonomskim pojmovima.” (Barković, 2009)

U svom djelu “Opća rasprava o prirodi trgovine”, Cantillon poduzetnike opisuje kao osobe s kapitalom koje vode svoje poduzeće, ali i one koji bez ikakvog kapitala rade i žive u neizvjesnosti pa tako i prosjake i lopove ubraja u istu kategoriju. Prema Cantillonu (1982) je temeljna razlika između poduzetnika i ostatka zavisne klase kapital i nesigurnost. Zaposlena radna snaga prima plaću te se ne suočava s nesigurnošću, dok su poduzetnici potpuno odgovorni za financijski uspjeh ili neuspjeh.

Takozvani otac poduzetništva – Joseph. A. Schumpeter je začetnik suvremenog stajališta da je poduzetništvo vezano uz promjene i inovacije. On vidi poduzetnika kao “kreativnog destruktora” koji razara staro, stvara nešto novo i na taj način potiče ekonomski razvitak.

“Schumpeter se zalaže da normalne promjene u ekonomiji ne potiču od želja kupaca već proizvođača koji nudeći nove proizvode induciraju potražnju potrošača za njima.” (Barković, 2009)

Prema Schumpeteru (1971) razvitak je definiran kao provođenje novih kombinacija što podrazumjeva uvođenje novih proizvoda, uvođenje nove metode proizvodnje, otvaranje novog tržišta, osvajanje novih izvoda resursa i provođenje nove organizacije.

3.1. Škole poduzetništva

Prema Chunninghamu i Lischeronu (1991) postoji šest osnovnih škola poduzetništva koje se mogu razvrstati u četiri skupine u ovisnosti o tome da li se bave utvrđivanjem osobnih značajki poduzetnika, prepoznavanjem prilika, poduzetničkom prosudbom i prilagodbom i poduzetničkim ponašanjem i vođenjem.

Karizmatiku školu poduzetništva karakterizira pristup koji postavlja pitanje rađaju li se poduzetnici ili stvaraju? „Dok postoje oni u području vodstva koji vjeruju u karizmatičnog vođu, drugi vjeruju u „veliku osobu“ kao poduzetnika što pokazuje da poduzetnici imaju jedinstvene osobine i kvalitete.“ (https://ebrary.net/221135/education/great_person_school_entrepreneurship, preuzeto 4.3.2024.)

„Karizmatički poduzetnici su oni koji se više oslanjaju na instinkt nego na tržišne prognoze, imaju urođenu sposobnost da prepoznaju priliku i donesu ispravne odluke. Imaju snažan nagon za neovisnošću, uspjehom, vizijom, te snažno vjeruju u sebe i svoje sposobnosti. Djeluju motivirajuće na sve oko sebe, a karakteriziraju ih i osobine kao što su fizička privlačnost, popularnost, društvenost, diplomacija i činjenica da su dobri govornici.“ (https://ebrary.net/221135/education/great_person_school_entrepreneurship, preuzeto 4.3.2024.)

„Prema karizmatičkoj školi poduzetnik snosi rizik i kreator je bogatstva, a profit je rezultat uložениh vještina, sposobnosti i talenta.“ (Tkalec, 2011)

Psihološka škola poduzetništva se fokusira na osobne značajke pojedinca. „Osnovno stajalište u psihološkoj školi poduzetništva je da je nečije ponašanje uvelike određeno njegovim vrijednostima, unatoč varijacijama u situacijama s kojima se osoba može suočiti.“ (https://ebrary.net/221135/education/great_person_school_entrepreneurship, preuzeto 4.3.2024.)

Pretpostavka ove škole je da poduzetnici imaju jedinstvene vrijednosti i stavove u pogledu posla i života. Prema Cunninghamu i Lischeronu (1991) se te vrijednosti razvijaju kroz obitelj, školu,

religiju i vlastitu kulturu. Takve vrijednosti se uče i odražavaju kao osobne vrijednosti koje pojedince usmjeravaju ka poduzetničkom ponašanju.

“Tri skupa osobnih značajki prema kojima razlikujemo poduzetnike od nepoduzetnika su sustav osobnih vrednota, sposobnost preuzimanja rizika i potreba za uspjehom.” (Vodopivec, 1999, str. 31)

Klasična škola vjeruje da su inovativnost i kreativnost ključni čimbenici. Osim toga, jako je važno stvaranje prilika. Najistaknutiji vođa ove škole je Schumpeter koji tvrdi da je inovacija u srcu poduzetništva. (Cunningham i Licheron, 1991)

„Menadžerska škola poduzetnika gleda kao onoga koji organizira ili vodi poslovni pothvat i preuzima rizik radi profita.“ (https://ebrary.net/221136/education/classical_school_entrepreneurship#90503, preuzeto 4.3.2024.)

Prema menadžerskoj školi poduzetništva poduzetnik usmjerava neki pothvat s ciljem ostvarenja dobiti. Poduzetništvo smatra skupom naučenih aktivnosti koje se prije svega usredotočuju na vođenje poduzeća, te smatra da se poduzetnike može stvoriti vježbom i učenjem što razvija njihove analitičke sposobnosti i omogućuje potrebna menadžerska znanja. (Glas et al., 1999) „Poduzetništvo se može učiti iz funkcija kao što su planiranje, organiziranje, koordinacija i upravljanje financijama. Te su funkcije važne za upravljanje poduzetničkom pothvtom. Neuspjeh mnogih poduzetničkih pothvata se pripisuje neznanju o poslovnim funkcijama kao što su financije i marketing.“ (Cunningham, Licheron, 1991)

„Voditeljska škola poduzetništva naglašava da poduzetnici moraju biti vješti u vođenju, odnosno pridobivanju drugih da im se pridruže. Da bi uspjeli moraju bit sposobni upravljati ljudima, biti učinkoviti mentori koji preuzimaju ulogu motiviranja, usmjeravanja i vođenja drugih.“ (https://ebrary.net/221137/education/leadership_school_entrepreneurship#93168, preuzeto 4.3.2024.)

Prema ovoj školi poduzetništva, vještine koje poduzetnik mora imati su postavljanje jasnih ciljeva, mentorstvo i stvaranje prilika timu da izvrši zadatak.“ (Cunningham i Licheron, 1991)

Škola unutarnjeg poduzetništva predstavlja ono što danas nazivamo korporacijskim poduzetništvom. Ona predstavlja inovativnost i proaktivnost svih pojedinaca unutar velikih organizacija gdje

poduzetnici predstavljaju sve pojedince na operativnoj razini koji iskorištavaju prilike. Organizacija pojedincima daje slobodu da donose odluke do neke razine, ali istovremeno zahtjeva od njih puno timskog rada kako bi pojedinci u grupi lakše prepoznali i shvatili potrebe organizacije te unutar njih implementirali svoje ideje.

„Unutarnji poduzetnici do određene mjere slobodni pri donošenju odluke, oni se stvarno mogu ponašati kao poduzetnici koji pokušavaju iskoristiti poduzetničke prilike koje su prepoznali. To im valja omogućiti odgovarajućom organizacijom poduzeća te ovlaštenjima koja dopuštaju samostalno donošenje određenih odluka.“ (Glas et al. 1999, str. 32)

Poduzetništvo se ne može potpuno razumjeti fokusirajući se na samo jednu školu nego je potrebno kombinirati sve navedene škole. Škola unutarnjeg poduzetništva predstavlja ono što danas nazivamo korporativnim poduzetništvom.

4. Temeljne životne kompetencije

Ubrzani tempo života, globalizacija i snažne tehnološke promjene su znatno promijenili stanje na tržištu rada pa su tako kompetencije potrebne pojedincima da izgrade kvalitetan i produktivan život drugačije od onih što su dominirale u prošlosti. Europska unija, svjesna potrebe da svoje građane pripremi za svijet u kojem živimo razvila je Europski referentni okvir u kojima definira osam ključnih kompetencija nužnih pojedincima da se prilagode fleksibilnom i dinamičnom svijetu. Europski referentni okvir bi trebao biti primjenjiv u općem obveznom obrazovanju, izobrazbi odraslih, programima za skupine kojima prijeti društveno isključenje i odrasle s niskom razinom početnom obrazovanja, te za učenike s posebnim obrazovnim potrebama.

Glavni ciljevi Europskog referentnog okvira (2010) su:

- uočiti i definirati ključne kompetencije potrebne za osobni razvoj, aktivni građanski status, socijalnu koheziju i mogućnost zaposlenja u društvu utemeljenom na znanju
- pružiti potporu radu država članica kako bi se osiguralo da do kraja temeljnog obrazovanja mladi ljudi steknu ključne kompetencije do razine na kojoj su spremni za život kao odrasle osobe, a koje su temelj za daljnje učenje i radni život te da odrasli mogu razvijati i osuvremenjivati svoje ključne kompetencije tijekom cijelog života

- pružiti referentni alat na europskoj razini tvorcima političkih načela, profesionalnim osobama u obrazovanju, poslodavcima i onima koji uče, kako bi se na nacionalnoj i europskoj razini olakšali napori kretanja prema dogovorenim zajedničkim ciljevima
- pružiti okvir za daljnje mjere na razini Zajednice.

Svaka od kompetencija se smatra jednako važnom, a mnoge su međusobno povezane. Osam ključnih kompetencija su:

- Komunikacija na materinskom jeziku predstavlja sposobnost pojedinca da izrazi misli, pojmove, osjećaje i činjenice u govoru i pismu. Podrazumijeva da pojedinac poznaje gramatiku, jezične funkcije i vokabular. Kompetencija komunikacije na materinskom jeziku je nastala kroz usvajanje materinskog jezika usko povezanog s razvojem kognitivne sposobnosti tumačenja okruženja pojedinca i prilagodba njegove komunikacije određenoj situaciji, pa tako obuhvaća i formuliranje i izražavanje na uvjerljiv način i zainteresiranost za interakciju s drugima.
- Komunikacija na stranom jeziku je sposobnost razumijevanja, usmenog i pismenog izražavanja na stranom jeziku u raznim društvenim situacijama. Razina uspješnosti savladavanja jezika varira u četiri dimenzije - govor, slušanje, čitanje i pisanje.
- Matematička kompetencija i temeljne kompetencije u prirodnim znanostima i tehnologiji predstavlja matematičku pismenost, odnosno primjena matematičkih mišljenja pri rješavanju problema u svakodnevnim situacijama. Kompetencija uključuje logičko i prostorno razmišljanje te korištenje formula, dijagrama, grafikona i konstrukcija u izražavanju. Vještine i znanje vezane za ovu kompetenciju su sposobnost prepoznavanja pitanja na koje matematika nudi odgovore. Kompetencije u prirodnim znanostima obuhvaćaju znanja koja objašnjavaju svijet prirode i pronalaze zaključke temeljene na dokazima. Kompetencije u tehnologiji predstavljaju primjenu tog znanja te zajedno s kompetencijama u prirodnim znanostima predstavljaju razumijevanje promjena izazvanih ljudima i njihova odgovornost. Te kompetencije omogućavaju društvu da razumije napredak i da prepozna osnove znanstvenih ispitivanja te ima sposobnost donošenja zaključaka. Uključuju radoznalost i zainteresiranost za pitanja sigurnosti i održivosti.
- Digitalna kompetencija predstavlja korištenje informacijsko komunikacijskih tehnologija za komunikaciju, slobodno vrijeme i rad, te razumijevanje mogućnosti koje tehnologija

informativnog društva pruža u svakodnevnom životu. Neke od mogućnosti su obrada teksta, baze podataka, razmjena podataka, rukovanje informacijama, komunikacija putem e-pošte i drugih alata i svjesnost o potencijalnim opasnostima. Vještine koje pruža digitalna kompetencija su prikupljanje, obrada i korištenje informacija, sposobnost pristupa i korištenja internetska, te korištenje alata za prezentiranje informacija. Ova kompetencija podrazumijeva odgovorno korištenje raspoloživih informacija i interaktivnih medija.

- Kompetencija učenja obuhvaća kvalitetno upravljanje vremenom i informacijama, organiziranje individualnog i grupnog učenja te prepoznavanje vlastitih metoda učenja za što učinkovitije savladavanje prepreka za lakše učenje. Potiče se oslanjanje na životna iskustva pri učenju kako bi naučeno koristili u različitim situacijama. Za ovu kompetenciju je nužno usvojiti vještine čitanja, pisanja, računanja i korištenja informacijskih tehnologija potrebnih za učenje. Nakon tih vještina pojedinci uspješno usvajaju nova znanja, upravljaju svojim učenjem i aktivnošću na način da ustraju i ostaju koncentrirani u duljim vremenskim razdobljima. Osim toga, važno je racionalno procijeniti vlastita znanja te potražiti savjete i podršku po potrebi, ostati motivirani za učenje kroz cijeli život, radoznali i željni primjene naučenog u svakodnevnom životu.
- Društvene i građanske kompetencije obuhvaćaju sve oblike ponašanja koje pojedinac treba imati kako bi sudjelovao u društvenom i profesionalnom životu. Ova kompetencija je posebno važna u heterogenim društvima zbog pojave mogućih sukoba. Zbog toga je važno razumjeti multikulturalnost europskih društava, pokazati toleranciju i razumijevanje i nadvladati predrasude u društvu.. Vežemo ju uz osobnu i društvenu dobrobit gdje se osigurava fizičko i mentalno zdravlje pojedinca i društva kroz zdrav način života. Građanske kompetencije omogućavaju demokratsko sudjelovanje u društvu, poznavanje pojmova jednakosti, pravde i građanskih prava. Vještine ove kompetencije predstavljaju sposobnost sudjelovanja u javnom životu i spremnost za rješavanje problema zajednice. To se odnosi na sudjelovanje u aktivnostima zajednice i donošenje odluka na svim razinama uprave. Podrazumijeva poštivanje temeljnih ljudskih prava i različitih religijskih i etničkih skupina što stvara osjećaj pripadanja zajednici.
- Smisao za inicijativu i poduzetništvo je sposobnost pojedinca da pretvori ideju u djelo. Kompetencija je detaljno objašnjena u narednom poglavlju.

- Kulturna senzibilizacija i izražavanje predstavlja shvaćanje važnosti kreativnog izražavanja ideja, iskustva i osjećaja u medijima poput glazbe, književnosti, vizualne i reproduktivne umjetnosti. Ova kompetencija obuhvaća znanja o nacionalnom i europskom nasljeđu, poznavanje kulturnih dobara, jezične različitosti i potrebe za očuvanju istog. Sadrži uživanje u umjetničkim djelima i izvedbama, uspoređivanje vlastitih kreativnih stajališta i mišljenja drugih, a upravo razumijevanje vlastite kulture pruža otvoren stav prema različitosti drugih kultura. (Prilagođeno prema Preporuka Europskog parlamenta i savjeta ; ključne kompetencije za cjeloživotno učenje - Europski referentni okvir, 2010)

Prema Perić et al. (2023) ovaj okvir temeljnih kompetencija je prepoznat kao minimum zajedničkog standarda u svim obrazovnim sustavima koji će svim građanima omogućiti jednake izgleda za uspješan radni život, jednake izgleda za stalno učenje u društvu znanja, za zapošljavanje i aktivno uključivanje u društvo.

Europska komisija prati ključne kompetencije zbog poticanja učenja i dobrih praksi. Kompetencije moraju biti prilagođene vremenu i okolnostima u kojima se svijet nalazi, stoga se o njima kontinuirano treba raspravljati i definirati ključne vještine potrebne pojedincima u datom trenutku.

5. Poduzetništvo kao kompetencija

„Poduzetništvo kao kompetencija definira se kao sposobnost djelovanja prema prilikama i idejama za stvaranje vrijednosti za druge.“ (https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4542fd5820f311e8ac7301aa75ed71a1/languageen/#_publicationDetails_PublicationDetailsPortlet_pa, preuzeto 4.3.2024.)

Sastoji se od specifičnih znanja, vještina i stavova, te je danas nužna u gotovo svim zajednicama, na svim obrazovnim razinama, poduzećima, ustanovama itd. Prema Marušić (2023) predstavlja sposobnost pretvaranja ideja u konkretne akcije. Takva kompetencija potrebna je svim pojedincima na njihovim radnim mjestima, ali i u svakodnevnom životu kod kuće i društvu jer na taj način pojedinac postaje svjestan svog okruženja i prilika koje može iskoristiti u istom.

„Poduzetništvo je prihvaćeno kao vještina koja je neophodna svakoj osobi kako bi osjetila osobno zadovoljstvo, socijalnu uključenost, postala aktivni građanin svoje zajednice i postala konkurentna i zapošljiva na tržištu rada.“ (Perić et al. 2023)

World Economic Forum (2021) također prepoznaje važnost vještina i kompetencija koje tržištu rada nedostaju, pa navodi deset najpoželjnih kompetencija potrebnih na tržištu rada:

- Analitičko razmišljanje i inovativnost
- Aktivno učenje i strategije učenja
- Kompleksno rješavanje problema
- Kritičko mišljenje i analiza
- Kreativnost, originalnost i inicijativa
- Liderstvo i društveni utjecaj
- Korištenje tehnologije, praćenje i kontrola
- Tehnološki dizajn i programiranje
- Otpornost, tolerancija stresa i fleksibilnost
- Rezoniranje, rješavanje problema i ideja

Od deset navedenih kompetencija, osam ih se veže uz poduzetnički način razmišljanja i djelovanja, a to su: analitičko razmišljanje i inovativnost, aktivno učenje i strategije učenja, kompleksno rješavanje problema, kritičko mišljenje i analiza, kreativnost, originalnost i inicijativa, liderstvo i društveni utjecaj, otpornost, tolerancija stresa i fleksibilnost, rezoniranje, rješavanje problema i ideja-

“Prema europskom kompetencijskom okviru poduzetnička kompetencija definira se kroz sljedeće sposobnosti:

- uvoditi i podržavati inicijative
- pokazivati inicijativu i preuzimati rizik
- preuzimati odgovornost za vlastite postupke
- djelovati proaktivno i pozitivno reagirati na promjene
- postavljati ciljeve i ostvarivati ih
- djelovati timski
- biti motiviran za uspjeh” (<https://cepor.hr/news/pod-kompetencija/CEPORIris%20%20poduzetnistvo.pdf>, preuzeto 16.11.2023.)

Razlozi za osnaživanje poduzetničke kompetencije također su dati u Europskoj povelji o malom gospodarstvu (2000.) koja za cilj ima „pretvoriti Europu u gospodarski fenomen temeljen na najkompetitivnijem i najdinamičnijem saznanju na svijetu”, primarno zbog činjenice da u Europi mala i srednja poduzeća imaju ključnu ulogu u gospodarstvu, te predstavljaju 99% ukupnih poduzeća i zapošljavaju oko 95 milijuna osoba, osiguravajući time 55 % radnih mjesta.” (Ferk Novaković, M. : 2011:144) Jedan od ciljeva povelje je “ ojačati inovativni i poduzetnički duh kako bi se omogućilo suočenje europskih poduzeća s izazovima koji ih očekuju u budućnosti.” (https://msptb.net/wp-content/uploads/2014/05/Evropska_povelja_o_malom_i_srednjem_poduzetnistvu.pdf , preuzeto 18.11.2023.) „Sveobuhvatni cilj Europske unije je izgraditi društvo temeljeno na znanju i inovacijama te konkurentno gospodarstvo, uz doprinos održivom razvoju. Istraživanje i inovacije pružaju nova znanja i inovativna rješenja za prevladavanje globalnih društvenih, ekoloških i ekonomskih izazova.“ (<https://mzo.gov.hr/print.aspx?id=4462&url=print> , preuzeto 15.1.2024.)

Uz uvođenje poduzetništva u formalno obrazovanje, od velike je važnosti jačati svijest o nužnosti poduzetničkog ponašanja kako bi potaknuli sve pojedince u društvu da se ponašaju poduzetno. Kombinacija formalnih i neformalnih načina razvijanja poduzetničkog ponašanja stvaraju poticajno okruženje za sve koji žele unaprijediti svoj život, karijeru ili zajednicu kojoj pripadaju.

5.1. Poduzetničke vještine i osobine

Postati poduzetnik pojedinac je put koji se sastoji od razvijanja vještina i prepoznavanja osobina koje ga čine poduzetnikom, te prakticiranja tog ponašanja u svakodnevnom okruženju.

Neke od vještina potrebnih poduzetnicima su razvoj samosvijesti, interpersonalne vještine, te upravljanje vremenom i stresom.

„Pojedinac svijest o sebi konstruira na temelju znanja o sebi, očekivanja koje osoba ima od sebe te na temelju vrednovanja sebe u odnosu na standarde ili kriterije koje postavi. Razvoj vještine samosvijesti omogućava stvaranje svijesti ne samo o vlastitim snagama, nego i o vlastitim očekivanjima.“ (Perić et al. 2023) Razvoj samosvijesti pomaže prepoznati svoje prednosti, snage i nedostatke što je preduvjet svladavanja istih.

Pokretanje i vođenje poduzetničkog pothvata je ispunjeno neizvjesnošću, rizikom i ograničenim vremenom te je poduzetnicima neizbježno naučiti upravljati svojim vremenom i nositi se sa stresom. S obzirom na užurbani način života, dinamiku promjena i preopterećenost raznim obvezama, nužnost „nošenja sa stresom“ je postala svakodnevica svih pojedinaca. Prema Perić et al. (2023) stres predstavlja osjećaj da se ne možemo u potpunosti nositi s određenim zahtjevima i događajima koje smo stavili pred sebe ili s kojima smo se suočili mimo svoje volje. To je jaz između onoga što očekujete od sebe i onoga kako se uistinu nosite sa situacijom.

Stres može onemogućiti funkcioniranje u svakodnevnim i poslovnim aktivnostima. Prema Mihailović (2003) stres proizlazi iz gotovo svakog aspekta posla kao što su odlučivanje, odgovornost za obavljene poslove, rješavanja problematičnih situacija, nastojanje da se napreduje i da se podigne osobni ugled.

Upravljanje stresom je usko vezano uz upravljanje vremenom jer je vrijeme resurs zbog čijeg se nedostatka pojedincu povećava razina stresa. Jedna od prepreka za učinkovito raspolaganje vremenom su tzv. kradljivci vremena; nedefiniran raspored sastanaka, prokrastinacija, nesposobnost reći ne, dugi telefonski pozivi...i sve drugo što pojedincu oduzima vrijeme za obavljanje važnih zadataka. Jedan od alata za učinkovito upravljanje vremenom je Eisenhowerova matrica.

Slika 1: Eisenhowerova matrica

Važno i hitno Učinite to odmah!	Važno, ne hitno Napravite raspored!
Hitno, ne i važno Delegirajte!	Niti važno, niti hitno Odbacite!

Izvor: Perić et al. 2023, str. 81

Za izgradnju uspjeha u gotovo svakom području nužno je razvijati socijalni kapital. „Socijalni kapital je skup stvarnih ili potencijalnih resursa koji čine trajne mreže institucionaliziranih odnosa zasnovanih na načelu uzajamnog poznavanja i priznavanja.“ (<https://proleksis.lzmk.hr/1029/>, pristupljeno 22.3.2024.)

Interpersonalne vještine pomažu pojedincima u povezivanju s ključnim ljudima, odnosno pomažu izgradnji socijalnog kapitala.

Prema Tomić et al. (2020) postoje tri temelja cilja interpersonalne komunikacije:

- a) Prvi temeljni cilj je razvoj odnosa s drugima. Većina ljudi ima potrebu da ih drugi prihvate pa tako odnose razvijamo iz potrebe za razvijanje odnosa. Neovisno o tome je li cilj razviti odnos ili ga okončati, komunikacija je nužna za postići taj cilj.
- b) Drugi temeljni cilj je postići suglasnost s drugima, odnosno utjecati na njihove akcije. Motivacija za postizanje suglasnosti druge osobe proizlazi iz želje ili potrebe za promjenama u okruženju.
- c) Treći cilj je postići razumjevanje. Svi imamo potrebu znati i razumjeti. Da bismo znali i razumjeli, potrebne su nam informacije, a da bismo ih dobili, moramo se uključiti u komunikaciju.

Dakle, komunikacija je ključ svakog uspješnog odnosa, a radeći upravo na svojim komunikacijskim vještinama pomažemo izgradnji socijalnog kapitala.

„*Networking*, odnosno umrežavanje postalo je ključno, a predstavlja razmjenu informacija i ideja sa zajedničkim znanjem ili posebnim interesom, obično u neformalnom društvenom okruženju. Koristi se za proširenje krugova poznanstva, informacije o mogućnostima zapošljavanja i trendovima u područjima svog rada.“ (<https://www.investopedia.com/terms/n/networking.asp>, pristupljeno 22.3.2024.)

Uspjeh pojedinca u današnjem svijetu značajno je određen mrežom ljudi koja ga okružuje, stoga je važno konstantno raditi na tome kako komuniciramo.

Prema Barringeru i Irelandu (2005) postoje četiri osobine svakog uspješnog poduzetnika, a to su strast prema onome što radi, fokus na proizvod/kupca, upornost i sposobnost implementacije.

Goleman (1995) tvrdi da se oduvijek iznova događalo da strast prevlada razum. Ona predstavlja intenzivno osjećanje prema nečemu.

Postoje dvije vrste strasti – harmonična i opsesivna.

„Harmonična strast je izražena kod poduzetnih pojedinaca koji su zadovoljni u životu s onim što rade. Osjećaju potpuno prirodno strast prema poslu, učenju, djelovanju i zajednici i slično. Harmonična strast je povezana s mentalnim stanjem potpune uživanja u posao i takvu strast pojedinac sam kontrolira.

Nasuprot tome postoji opsesivna strast koja kontrolira osobu. Osobe s izraženom opsesivnom strašću se boje za svoj položaj, pokušavaju se nametnuti i orijentirani su samo na ispunjavanje zadataka. To ih čini nefleksibilnim i pretjerano vezanim za posao.“ (<https://www.mojrazvoj.com/clanci/23-aktualno/161-strastzaposao->, pristupljeno 22.3.2024.)

Dakle, strast mora biti u skladu s vještinama. Ona pokreće pojedinca da se angažira, ali ako se pretvori u opsesivnu može dovesti do stanja teškog stresa.

Fokus na proizvod/kupca je jedna od najvažnijih poduzetničkih osobina upravo zato što su proizvod i kupac dva najvažnija elementa svakog poslovanja. Proizvođač ovisi o kupcima i zbog toga mora stvoriti proizvod ili uslugu koja će zadovoljiti njegove potrebe. Iako se ova osobina primarno odnosi na poduzetnike u užem smislu te riječi, može se primjeniti u različitim aspektima. Npr. obrazovne institucije se trude pružiti što kvalitetniji program da bi privukle veći broj studenata, a studenti nastoje ostvariti što bolje nastavne i izvannastavne rezultate kako bi bili prepoznati od strane poslodavaca i u tom slučaju studenti postaju „proizvod“ koji poslodavac (kupac) želi.

Upornost usprkos neuspjehu je još jedna od osobina prepoznata kod poduzetnih osoba. Dinamičan poslovni svijet dovodi do česte neizvjesnosti, pa tako i neuspjeha. Tkalec (2011) tvrdi da poduzetnici, ako su uvjereni u pozitivan, jasan cilj poduzetničkog pothvata, upornošću će ga i realizirati. Ako i dožive neuspjeh, upornost ih vodi ka novim pokušajima i traženju novih, kvalitetnijih rješenja.

Prema Barringer i Ireland (2010) implementacija provedbe predstavlja sposobnost poduzetnika da se prilagodi i da pretvori ideju u poslovni pothvat kroz formiranje tima, motiviranje zaposlenika i uspostavljanje dobrih odnosa s partnerima. Održavanje poslovnog pothvata je često puno izazovnije od pokretanja istog. Ono potiče poduzetnike da se unaprijeđuju, razvijaju svoje proizvode, procese i timove kako bi pružali što veću vrijednost kupcu.

Barringer i Ireland su navedene osobine vezale uz poduzetnike koji pokreću i održavaju poslovni pothvat, ali svaka od njih je primjenjiva i na ostale poduzetne pojedince koji aktivno doprinose svojoj zajednici.

6. EntreComp – okvir za razumijevanje poduzetničke kompetencije

Europska unija niz godina nastoji razvijati poduzetnički način razmišljanja među građanima što je razlog uvođenja EntreCompa. “Europska komisija je razvila EntreComp kao referentni okvir za objašnjenje što se podrazumijeva pod poduzetničkim načinom razmišljanja. Nudi sveobuhvatan opis znanja, vještina i stavova potrebnih ljudima da budu poduzetni, odnosno da stvaraju financijske, kulturne ili društvene vrijednosti za druge.” (EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=hr&pubId=8201&furtherPubs=yes>,
preuzeto 4.3.2024.)

“EntreComp je namijenjen podršci i poticanju aktivnosti za poboljšanje poduzetničkog kapaciteta građana i organizacija, a pokrenut je 2016. godine kao dio Programa novih vještina za Europu.” (EntreComp into action https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4542fd58-20f3-11e8-ac73-01aa75ed71a1/language-en/#_publicationDetails_PublicationDetailsPortlet_pa, preuzeto 4.3.2023.)

“EntreComp definira poduzetništvo kao sposobnost djelovanja prema prilikama i idejama te njihovo pretvaranje u vrijednost za druge. Stvorena vrijednost može biti financijska, kulturna i društvena.” (EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8201&furtherPubs=yes>, preuzeto: 15.11.2023.)

Prema EntreComp-u, poduzetničke kompetencije su podjeljene na tri područja kompetencije – ideje i prilike, resursi i akcija, a svako od tih područja sadrži pet kompetencija što zajedno čini 15 kompetencija osmišljenih s ciljem boljeg razumjevanja poduzetničkih vještina i stavova.

Područje “**ideja i prilika**” sastavljeno je od

- Uočavanje prilika - korištenje vlastitih sposobnosti za uočavanje prilika koje stvaraju vrijednost na tržištu
- Kreativnost - razvijanje kreativnih ideja; bolja rješenja za postojeće i nove izazove; inovativni pristup; kombinacija znanja i resursa za postizanje vrijednost
- Vizija - usmjeravanje truda i djelovanja ka željenoj i planiranoj budućnosti
- Vrednovanje ideja - prepoznavanje potencijala za stvaranje ekonomskog napretka u idejama
- Etičko i održivo razmišljanje - procjena posljedica koje sa sobom nosi implementacija neke ideje za zajednicu u cjelini; koliko su dugoročno ciljevi održivi.

Područje “**resursa**” sastavljeno je od

- Samoučinkovitost i samosvijest - identifikacija grupnih i individualnih snaga i slabosti; vlastita sposobnost za utjecaj na tijek događaja

- Motivacija - spremnost na strpljivost; otpornost na pritisak; odlučnost za zadovoljenje potrebe za postignućem
- Mobilizacija resursa - prikupljanje i upravljanje resursima potrebnim za provođenje ideje u djelo te njihova maksimalna iskoristivost
- Financijska pismenost - procjena troška ideje; upravljanje financiranjem
- Mobiliziranje ostalih - inspiracija ključnih dionika; stjecanje podrške za postizanje vrijednosti

Područje “**akcije**” sastavljeno je od

- Preuzimanje inicijative - prihvaćanje izazova; pokretanje procesa koji stvaraju vrijednost; izvršavanje planiranih zadataka
- Planiranje i upravljanje - postavljanje ciljeva; određivanje prioriteta, prilagoba
- nepredviđenim promjenama
- suočavanje s neizvjesnošću, dvosmislenošću i rizikom - donošenje odluke kad je rezultat neizvjestan ili su informacije nepotpune; fleksibilno rješavanje dinamičnih i promjenjivih situacija
- Rad u timu - rad s drugima s ciljem razvitka i provedbe ideje
- Učenje kroz iskustvo - učenje s drugima; mentorstvo; učenje iz neuspjeha

(EntreComp: The European Entrepreneurship Competence Framework
(<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=hr&pubId=8201&furtherPubs=yes>,
preuzeto 4.3.2024.)

EntreComp se može primjeniti na različite načine pri čemu pomaže ostvariti neke od organizacijskih ciljeva poput:

- poticanje interesa za poduzetništvo
- stvaranje vrijednosti na način da prilagodi okvir specifičnoj situaciji
- ocjenjivanje razine poduzetničke kompetencije
- realizacija poduzetničkih ideja

- prepoznavanje poduzetničkih vještina.” EntreComp into action https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4542fd58-20f3-11e8-ac73-01aa75ed71a1/language-en/#_publicationDetails_PublicationDetailsPortlet_pa, preuzeto 4.3.2023.)

Ovaj referentni okvir se može prilagoditi bilo kojem okruženju i području u kojem treba pomoć pri razumjevanju i razvoju poduzetničke kompetencije. Pruža opis znanja, vještina i stavova potrebnih ljudima da postanu poduzetniji odnosno da svoje djelovanje usmjere ka snažnijem osobnom razvoju ili napretku zajednice u kojoj djeluju.

7. Empirijski dio

Empirijski dio ovog rada temelji se na anketiranju studentske populacije osječkog sveučilišta, korištenjem anketnog upitnika razvijenog u sklopu EU projekta – ASTEE (Assessment Tools for Entrepreneurship Education), koji se provodio od 2012. do 2014. godine, a čiji je cilj bio razvijanje alata za mjerenje ulinaka poduzetničkog obrazovanja na različitim obrazovnim razinama. Nositelj projekta bila je Danska zaklada za poduzetništvo¹ – Mladi poduzetnici, a partneri projektu su bili: EM LYON poslovna škola iz Francuske, Platforma za poduzetničko obrazovanje u Portugalu, Sveučilište primjenjenih znanosti u Minhenu (Njemačka) Institut za tehnologiju u Dublinu (Irska) i Ekonomski fakultet u Osijeku (Hrvatska). Kao jedan od rezultata projekta je i upitnik ASTEE, koji ispituje utjecaj različitih obrazovnih programa na razvoj poduzetničkih vještina, znanja i stavova, te poduzetničkog načina razmišljanja učenika i studenata. Projekt je financiran sredstvima Europske Unije.

Upitnik je sastavljen od pet dimenzija – poduzetničke vještine, poduzetnički način razmišljanja, poduzetničko znanje, povezanost s obrazovanjem i povezanost s budućom karijerom, te je podjeljen na tri dijela ispitivanja – pitanja o pojedincu, njegovom obrazovanju i budućoj karijeri. Poduzetničko obrazovanje je ključno za poticanje gospodarskog rasta u Europi jer ono pomaže mladima da lakše

¹ Danish Foundation for Entrepreneurship – Young Enterprise

prepoznaju poduzetničke prilike, razviju vještine za realizaciju ideja i prihvate sklonost za preuzimanje rizika. Jačanje takvog obrazovanja je jedan od prioriteta Europske politike, stoga je neophodan razvoj alata koji mjere da li je cilj postignut. (Moberg et al. 2014)

Upitnik se sastoji od 55 pitanja podjeljena u tri seta (Prilog 1 – upitnik). Kao što je i ranije navedeno, prvi dio upitnika obuhvaća pitanja o ispitaniku, drugi dio sadrži pitanja o studiju, a treći o budućoj karijeri. Upitnik ispituje poduzetničke vještine, poduzetnički način razmišljanja, znanje o poduzetništvu, povezanost s obrazovanjem i povezanost s budućom karijerom. Analiza upitnika izvršena je prema redosljedju pitanja.

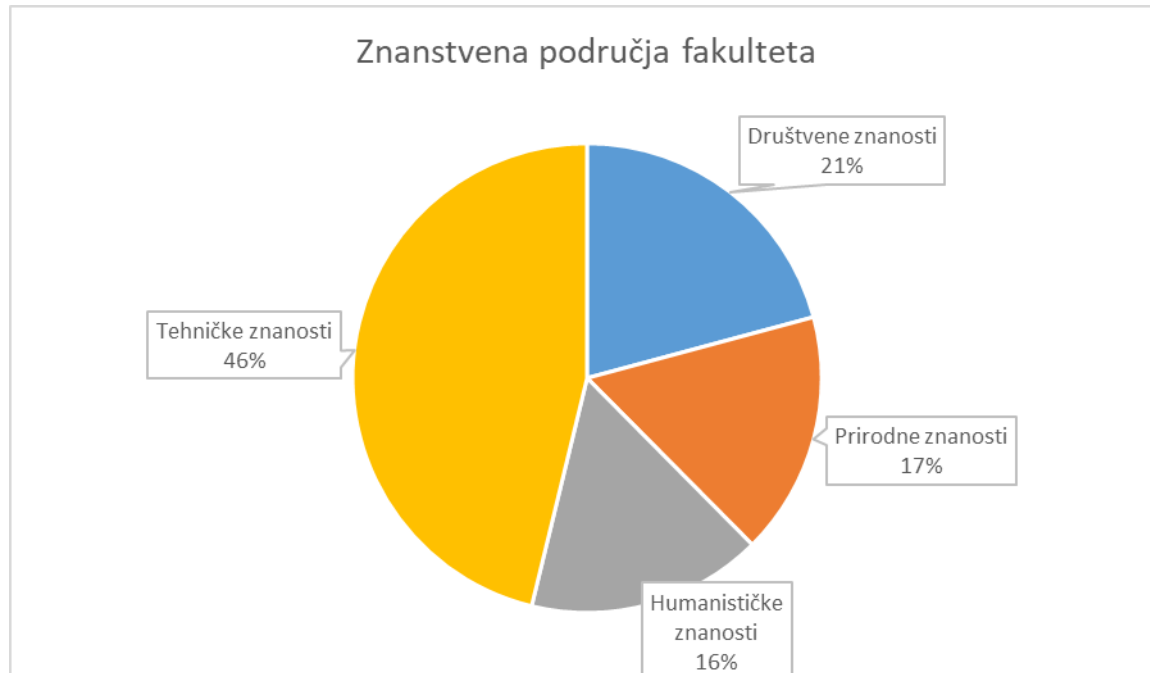
U ovom diplomskom radu ASTEE upitnik je korišten kako bi se pokazalo kako na poduzetništvo gledaju studenti fakulteta različitih znanstvenih područja (društvene, tehničke, humanističke, prirodne).

Glavno istraživačko pitanje u redu je Imaju li studenti razvijene poduzetničke vještine, osobine i ponašanje, te je li na razvoj ovih vještina utječu studijski programi i u kojoj mjeri? U upitniku se također ispitalo na koji još način studenti stječu poduzetničke vještine i osobine i kako gledaju na poduzetničku karijeru, u smislu pokretanja vlastitog poduzetničkog pothvata?

U istraživanju je sudjelovalo 196 studenata, pri čemu je u uzorku 58,9% ženskih i 41,1% muških ispitanika u dobi od 19 do 26 godina. Većina ispitanih studenata dolazi iz Republike Hrvatske (95%), dok je 5% ispitanika iz Republike Bosne i Hercegovine.

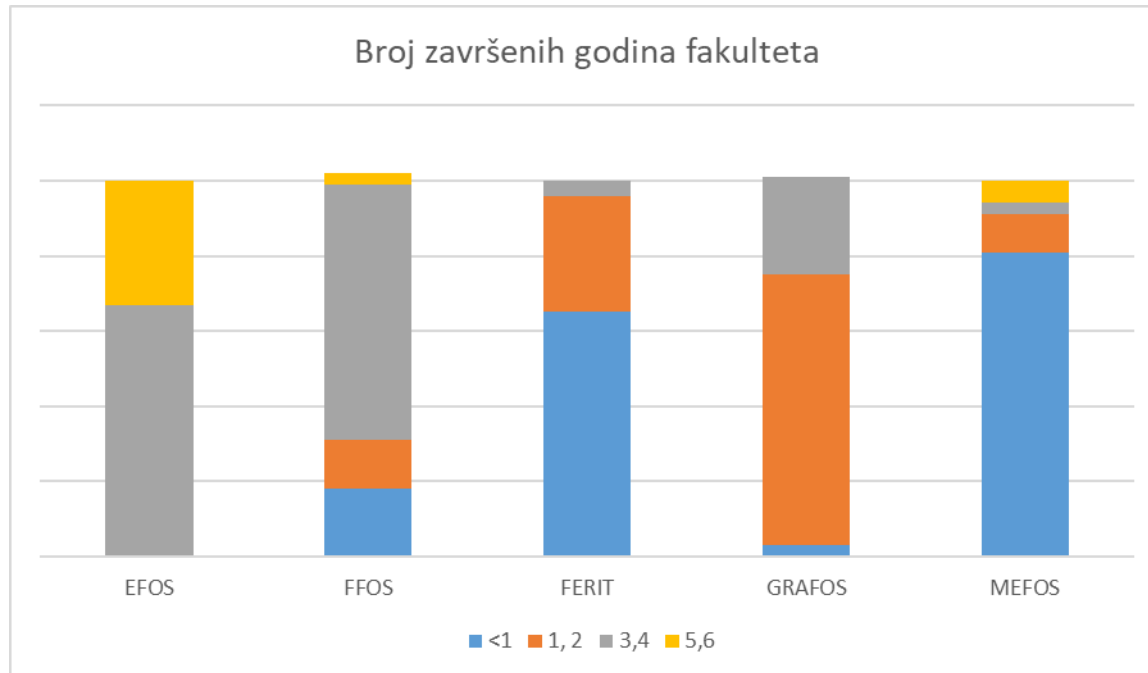
Uzorak se sastoji od 196 studenata Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, odnosno 33 studenta Ekonomskog fakulteta u Osijeku (EFOS), 32 studenta Medicinskog fakulteta u Osijeku (MEFOS), 39 studenata Građevinskog i arhitektonskog fakulteta u Osijeku (GRAFOS), 52 studenta Fakulteta elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija u Osijeku (FERIT) te 40 studenata Filozofskog fakulteta u Osijeku (FFOS). Distribucija studenata prema znanstvenom području prikazana je na grafikonu 1.

Grafikon 1. Distribucija ispitanika prema znanstvenim područjima



Na grafikonu 2. prikazan je broj godina studiranja ispitanika. Presjek završenih godina svih ispitanih studenata pokazuje da su studenti društvenih i humanističkih znanosti u najvećem broju studenti koji iza sebe imaju završene najmanje tri godine fakulteta, dok na fakultetima tehničkih i prirodnih znanosti prevladavaju studenti koji su završili manje od dvije godine fakulteta.

Grafikon 2. Završene godine fakulteta



Anketiranje je obavljeno u ožujku i travnju 2024. godine, a studenti su odgovorili na upitnik putem podijeljenog linka, koji im je poslan u trenutku ispitivanja organiziranog za vrijeme njihove nastave. Manji dio ispitanika, odnosno njih 20% je anketi pristupio putem linka koji je distribuiran studentima FERIT-a putem studentske udruge IASTEE, i studentima EFOS-a putem studentske udruge EwoB.

Sljedeći set pitanja u upitniku odnosio se na pitanja o studiju i aktivnostima za vrijeme studija.

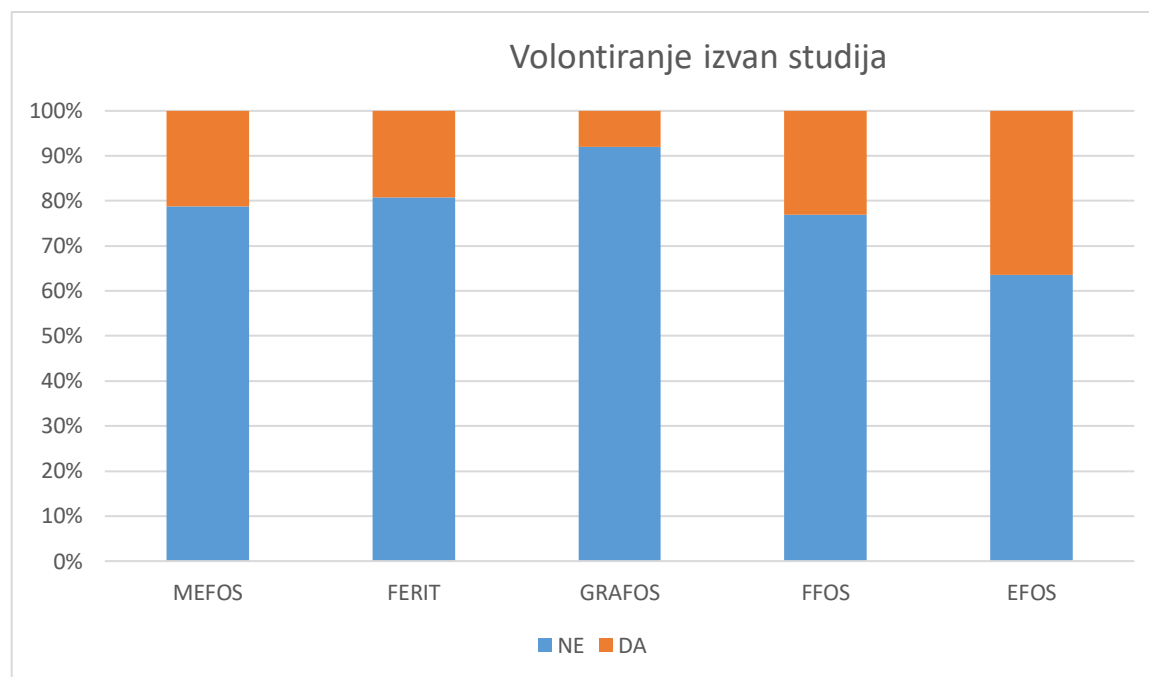
Jedno od pitanja u upitniku bilo je „Volontiraš li izvan studija (udruge, klub mladih ili nešto treće?“

Volontiranje je važno, jer na taj način studenti imaju mogućnost razviti različite praktične „meke“ koje su danas tražene na tržištu rada, te na taj način povećavaju vlastitu zapošljivost. Neke od mekih vještina su razvoj i upravljanje timovima, interpersonalna komunikacija, rad pod stresom i vremenskim pritiskom itd. Uz to, kroz volontiranje studenti razvijaju osjećaj važnosti vraćanja zajednici i važnosti doprinosa njenom razvoju.

U odabranom uzorku ukupno 20,8% studenata volontira izvan studija, a kako to izgleda na pojedinačnim fakultetima prikazano je na grafikonu 3. Najveći broj studenata volontera nalazi se na Ekonomskom fakultetu u Osijeku (36,7% od ukupno ispitanih) koji promiče volonterstvo dugi niz

godina kroz velik broj aktivnosti i programa, a također je fakultet s najvećim brojem studentskih udruga čiji članovi rade isključivo volonterski. Najmanji udio volontera među ispitanim studentima je na fakultetima iz tehničkih znanosti što je vidljivo u Grafikonu 3.

Grafikon 3. Volontiranje izvan studija



Dio pitanja u upitniku odnosi se na radno iskustvo studenata za vrijeme studenata za vrijeme studiranja. Kako bi dobili odgovor na ova pitanja, analizirani su odgovori na sljedeća pitanja:

Koliko godina iskustva imaš na honorarnim poslovima? i

Koliko godina iskustva imaš na poslovima s punim radnim vremenom?

Više od polovice ispitanika/studenata nema iskustva na honorarnim poslovima, ni na onima s punim radnim vremenom pri čemu najmanje iskustva imaju studenti tehničkih znanosti gdje samo 26,9% ispitanika ima iskustva na honorarnim, a njih 28,8% na poslovima s punim radnim vremenom. Najviše radnog iskustva imaju studenti ekonomije gdje njih 67,7% ima iskustva na honorarnim

poslovima, a 56,7% na poslovima s punim radnim vremenom, a najmanji broj godina radnog iskustva imaju studenti elektrotehnike i računarstva. Razlog tomu može biti dob studenata, odnosno godine studiranja, što je opisano u Grafikonu 2. Među ispitanicima, najviše godina fakulteta su završili studenti EFOS-a, dok su ispitanici FERIT-a u najvećoj mjeri studenti 1. ili 2. Godine prijediplomskog studija.

Osim toga, upitnik procjenjuje poduzetničke vještine, poduzetnički način razmišljanja i ponašanje. Anketa analizira stupanj razvijenosti sljedećih poduzetničkih osobina kroz sljedeća pitanja:

Samopouzdanje – Siguran/na sam da ću uspjeti u životu

Kreativnost – Često sam prvi/a koji će predložiti rješenje problema

Upornost – Radim na problemu sve dok ga ne uspijem riješiti

Interni lokus kontrole – Sam/a određujem što će mi se desiti u životu

Uz navedene osobine, ovaj upitnik procjenjuje i sposobnost pojedinaca da sastave tim za rješavanje problema, ali i sposobnost razvijanja socijalnog kapitala kroz sljedeća pitanja:

Sposoban/na sam sastaviti pravu grupu/tim za rješavanje nekog problema

Sposoban/na sam se umrežavati

Sposoban/na sam uspostavljati nove kontakte

Ljudi i tim su najvažniji dio svake organizacije, stoga je razvoj socijalnog kapitala i sposobnost umrežavanja vrlo važno svakom (poduzetnom) pojedincu za osobni i poslovni uspjeh. U sljedećoj tablici su navedeni rezultati koji pokazuju u kolikoj mjeri ispitanici imaju razvijene navedene vještine.

Tablica 1. Prosječna ocjena studenata – poduzetničke vještine

	EFOS	FFOS	FERIT	GRAFOS	MEFOS
Često sam prvi/a koji će predložiti rješenje problema	3,88	3,65	3,64	3,43	3,82
Radim na problemu dok ga ne uspijem riješiti	4,33	3,88	3,91	4,1	4,03
Siguran/na sam da ću uspjeti u životu	4,23	3,93	3,94	4,13	4,29
Sam/a određujem što će mi se desiti u životu	3,87	3,93	3,55	3,85	3,97
Sposoban/na sam sastaviti tim za rješavanje nekog problema	4	3,85	3,93	3,51	4,13
Sposoban/na sam se umrežavati	4,43	3,97	3,96	3,62	3,51
Sposoban/na sam uspostavljati nove kontakte	4,4	4,03	3,79	3,72	3,94

Rezultati iz tablice 1 pokazuju kako studenti EFOS-a i MEFOS-a imaju najviše ocjene u procjeni vlastitih poduzetničkih osobina i vještina, a najmanje ocjene u procjeni vlastitih osobina dali su studenti GRAFOS-a (3,76).

Sljedeći set pitanja odnosi se na razumijevanje pojmova vezanih uz poduzetništvo te odnos prema poduzetničkoj karijeri.

S obzirom na nejednaku teorijsku podlogu o poduzetništvu, jasno je da studenti EFOS-a koji pohađaju kolegije s takvom tematikom najbolje razumiju koja je uloga poduzetnika u društvu, postojanje različitih razloga zbog kojih se ljudi odlučuju na poduzetništvo, dok najmanje razumjevanje prepoznajemo kod studenata FFOS-a, U sljedećoj tablici prikazane su prosječne ocjene koje daju odgovore na navedena pitanja.

Tablica 2. Prosječna ocjena studenata – razumjevanje značaja poduzetništva u društvu

	EFOS	FFOS	FERIT	GRAFOS	MEFOS
Razumijem ulogu poduzetnika u društvu	4,53	3,42	3,69	3,9	3,88
Razumijem da postoje različiti razlozi zbog kojih ljudi pokreću poduzeće	4,77	4,2	4,33	4,3	4,31
Razumijem da su neke poslovne ideje uspješne, a neke ne	4,84	4,53	4,65	4,36	4,72

Neke od vještina potrebnih poduzetnicima su sposobnost interpretacije financijskih izvještaja, te sposobnost procjene i upravljanja budžetom za određeni projekt. Ispitanici većinom ne znaju interpretirati financijske izvještaje ili nisu sigurni snalaze li se u tom području. U ovom upitniku se ispituje i sposobnost određivanja budžeta za određeni projekt i kontroliranje troškova u istim, a dobiveni rezultati su prikazani u sljedećoj tablici. Studenti koji se najslabije snalaze u tom području su studenti FFOS-a (2,63) i MEFOS-a (2,42), a najbolje se u tom području snalaze studenti EFOS-a (3,68), ali i dalje u dosta malom postotku s obzirom da su financijski izvještaji dio nastavnog programa fakulteta.

Tablica 3. Poduzetničke vještine vezane uz financiranje – financijska pismenost ispitanika

	EFOS	FFOS	FERIT	GRAFOS	MEFOS
Sposoban/na sam čitati i interpretirati financijska izvješća	3,53	2,35	2,62	3,10	2,1
Sposoban/na sam procijeniti budžet za novi projekt	3,77	2,6	2,75	3,36	2,53
Sposoban/na sam kontrolirati troškove u projektima	3,73	2,95	3,15	3,56	2,63

Od ukupnog broja studenata, najbolji u osmišljavanju novih ideja su studenti FFOS-a s prosječnom ocjenom 4,01, a najslabiji u tom području su studenti GRAFOS-a (3,59).

Rad pod stresom i pritiskom je neizbježan u gotovo svakoj organizaciji, a najbolje ga podnose studenti MEFOS-a (prosječna ocjena 4,13), zatim EFOS (4), FERIT (3,94), FFOS (3,75) i GRAFOS (3,72).

Ovaj upitnik ispituje stavove studenata vezane uz njihovu buduću karijeru kroz sljedeća pitanja:

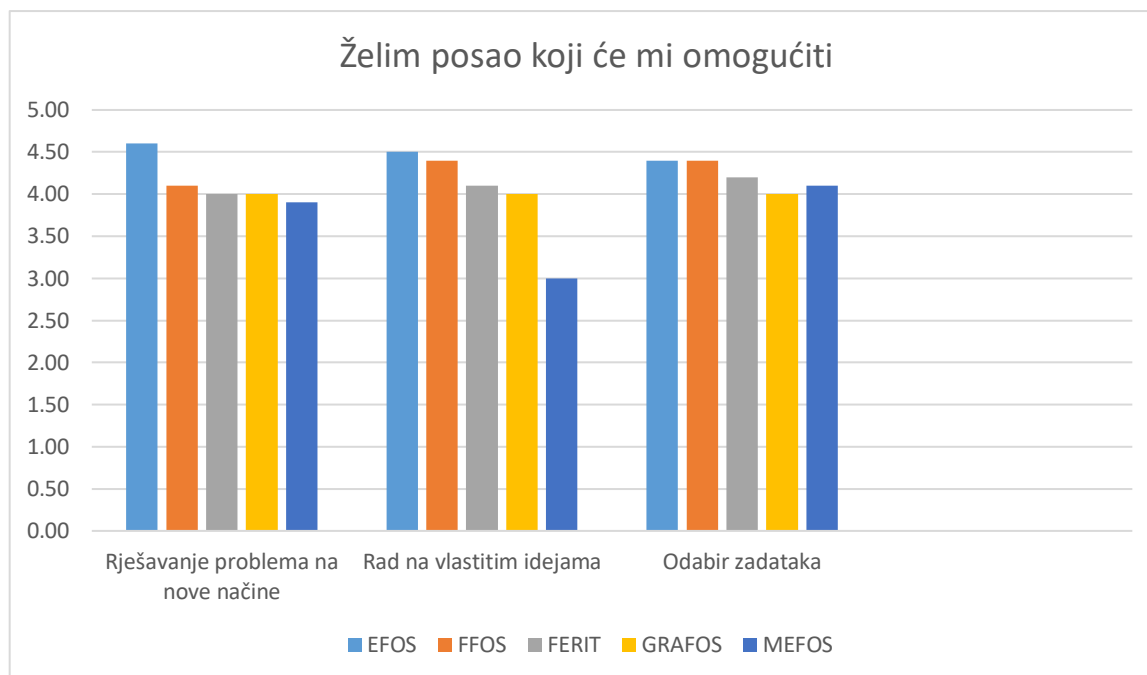
Želim imati posao koji će mi omogućiti rješavati probleme na nove načine

Želim imati posao koji će mi omogućiti rad na vlastitim idejama

Želim imati posao koji će mi omogućiti odabir zadataka

Odgovori na pitanja pokazuju da velik broj ispitanih studenata želi posao koji će im omogućiti rješavanje problema na nove načine, na kojem mogu raditi na vlastitim idejama i na kojemu će birati zadatke. Na grafikonu broj 4 prikazani su odgovori studenata vezano uz njihova očekivanja na budućem poslu. Možemo zaključiti kako studenti preferiraju poslove, na kojima mogu rješavati probleme na nove načine, raditi na vlastitim idejama i birati zadatke. Najmanji udio studenata koji ne žele raditi na vlastitim idejama pripada Medicinskom fakultetu.

Grafikon 4. Poželjne karakteristike budućeg posla



Iz ovih rezultata vidimo da studenti na radnom mjestu žele slobodu da rade na svoj način, da ispoljavaju svoju kreativnost i da rade u organizacijama koje će ih poticati na inovativnost i proaktivnost i koje će cijeniti njihov doprinos. Od ukupnog broja ispitanika, 90,1% ispitanika pripada *generaciji Z²* koja je karakteristična po svom pristupu radu gdje zahtjevaju od organizacije da se prilagodi njima ili odlaze, skloni su stalnom mjenjaju poslova dok ne pronađu onaj gdje ispunjavaju svoje potpune potencijale. Radi se o generaciji koja je odrasla uz tehnologiju i pristup svim informacijama pa imaju stav da sve znaju. (Car, 2021)

Iako pokretanje vlastitog poslovnog pothvata predstavlja upravo to što oni žele – rad na vlastitim idejama, odabir zadataka i načina na koji će ih obaviti, ipak je dosta manji broj onih koji razmišljaju o pokretanju posla nakon završetka školovanja. Dakle, žele raditi u organizaciji koja im omogućava njihov rast i razvoj, slobodu fleksibilnog radnog vremena, ali ne žele neizvjesnost i rizik koje sa

² Generacija Z – naziv za skupinu ljudi rođenu 1997.-2012.

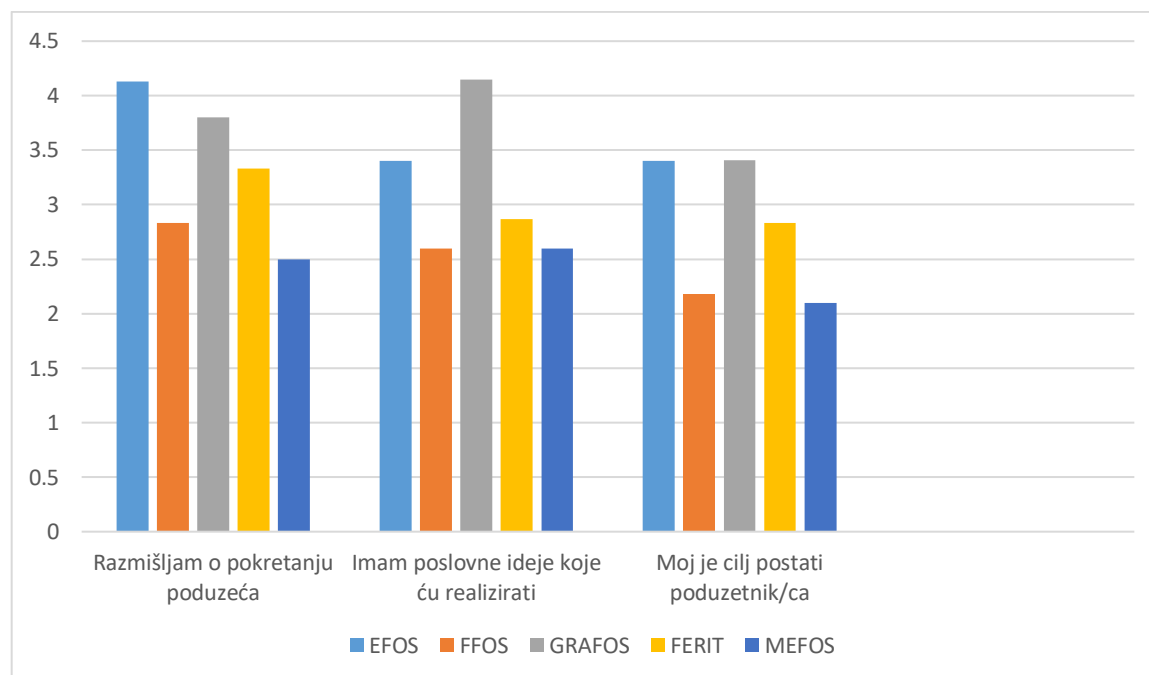
sobom nosi pokretanje vlastitog poslovnog pothvata. Grafikon broj 5 prikazuje uolikoj mjeri studenti žele pokrenuti vlastito poduzeće i imaju li ideju za isti što se saznalo iz odgovora na pitanja:

Često razmišljam o pokretanju poduzeća nakon završetka školovanja

Imam poslovne ideje koje ću realizirati

Moj cilj je postati poduzetnik/ca

Grafikon 5. Studenti koji imaju preferenciju postati samozaposleni



O pokretanju vlastitog poduzeća najviše razmišljaju studenti EFOS-a, te studenti fakulteta tehničkih znanosti (GRAFOS-a i FERIT-a). Tržište rada danas pruža prilike za *freelancere*³, te jako puno studenata radi na pozicijama kreatora sadržaja na društvenim mrežama, UI/UX dizajnera, virtualnih asistenata i sličnih remote poslova koji omogućuju pokretanje posla bilo gdje s vrlo malim, ili nikakvim ulaganjima. Na takvim poslovima rade najčešće studenti društvenih i tehničkih usmjerenja, stoga je očekivano da studenti EFOS-a, FERIT-a i GRAFOS-a razmišljaju o pokretanju posla više nego studenti FFOS-a i MEFOS-a.

³ Freelancer - osoba koja samostalno izvršava zadatke ili upravlja projektima za tvrtku ili instituciju, a nije njihov zaposlenik

Istraživanje ispituje i količinu samozaposlenih studenata kroz pitanja:

Jesi li u prošlosti, samostalno ili zajedno s drugima pokrenuo/la poduzeće?

Upravljaš li trenutno, samostalno ili zajedno s drugima, poduzećem?

Pokušavaš li trenutno pokrenuti poduzeće?

Svoje poduzeće je pokrenulo samo 5,1% ispitanih studenata, 6,1% upravlja samostalno ili s drugima poduzećem, a 6,6% ih želi pokrenuti poduzeće. Najveći postotak studenata poduzetnika dolazi sa GRAFOS-a (10,3%) i FERIT-a (5,8%) što je vrlo zanimljivo ako uzmemo u obzir prethodne odgovore gdje su studenti EFOS-a (3,3%) imali najviše rezultate u područjima poduzetničkih vještina, osobina i znanja. Gotovo jednak postotak studenata poduzetnika kao na EFOS-u je i na MEFOS-u (3,1%) dok je najmanji broj na FFOS-u (2,5%).

Broj studenata koji trenutno upravljaju poduzećem je također najveći na GRAFOS-u gdje njih 12,8% ali usporedivši te rezultate s pitanjem da li je netko iz njihove blizine samozaposlen vidimo da je samo jedan student pokrenuo poduzeće, a da nema nikoga u blizini tko je zaposlen. Ostali koji su naveli da upravljaju poduzećem u svojoj blizini imaju samozaposlene očeve, majke, prijatelje i druge rođake, koji im predstavljaju uzore (*role modele*) što pruža mogućnost da upravljaju zajedno s njima i na taj način uče. Iz ovih odgovora možemo zaključiti kako je uloga uzora za pokretanje poduzetničkog pothvata važna, bilo da oni dolaze iz najbližeg okruženja ili se kroz obrazovanje učenici i studenti susreću s njima. Kao i u prethodnom pitanju, drugi po redu koji upravljaju poduzećem su studenti FERIT-a (7,7%) gdje svi koji upravljaju poduzećem imaju nekog u svojoj blizini tko je samozaposlen. Nakon njih imamo studente EFOS-a (3,3%) gdje samo jedan student od ukupno ispitanih upravlja poduzećem, a u svojoj blizini ima samozaposlene rođake. Jedan student MEFOS-a je u prošlosti pokrenuo poduzeće, a u svojoj blizini ima zaposlenu majku, dok također postoji jedan student koji trenutno pokušava pokrenuti poduzeće, a u svojoj blizini ima samozaposlene rođake. Također samo jedan student FFOS-a je u prošlosti pokušao pokrenuti poduzeće, a isti sada upravlja poduzećem. Najveći broj studenata EFOS-a trenutno pokušava pokrenuti poduzeće (20%), a manje od njih ima studenata GRAFOS-a (10,3%), FERIT-a (5,8%), FFOS-a (6%) i niti jedan od ispitanih studenata medicine.

Iz ovih podataka vidimo da najveći broj studenata koji su pokrenuli poslovni pothvat dolazi sa fakulteta tehničkih usmjerenja što je mogući rezultat trenutne potražnje za poslovima njihove struke,

ali i posjedovanje znanja i vještina za realizaciju konkretnih ideja u poslovne pothvate. Također, samo jedan od ukupno ispitanih studenata upravlja poduzećem bez poduzetnika u svom bliskom okruženju. Ostali u svojoj blizini imaju samozaposlene roditelje, prijatelje ili rođake, na temelju čega možemo pretpostaviti da njihova motivacija za pokretanjem poduzetničkog pothvata nije rezultat utjecaja studijskih programa, nego utjecaja okruženja odnosno poduzetnika, koje imaju u okruženju.

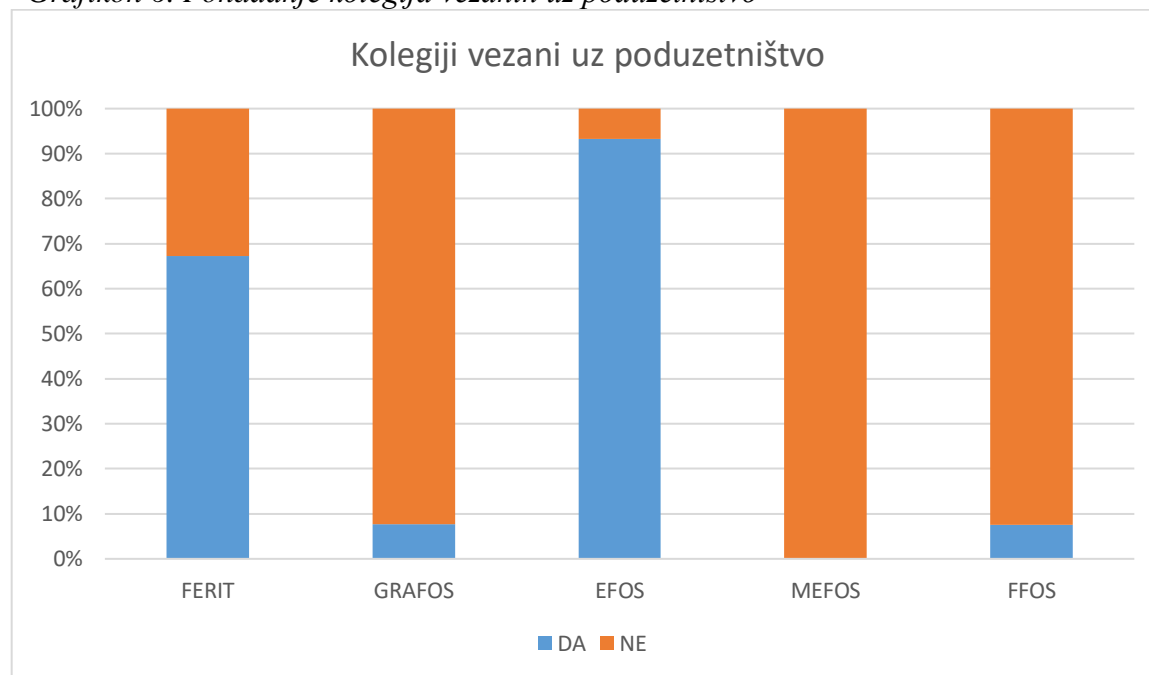
Cilj ovog rada je prikazati da je poduzetništvo kompetencija potrebna svima, a ista se može razvijati kroz obrazovanje od najnižih razina. U kolikoj mjeri studijski programi imaju sadržaje koji pokrivaju teme vezane uz poduzetništvo možemo vidjeti iz sljedećih pitanja:

Pohađaš li ili si prethodno pohađao/la modul ili kolegij iz poduzetništva?

Jesi li sudjelovao/la u izvan-nastavnoj aktivnosti koja se fokusira na poduzetništvo/samozapošljavanje?

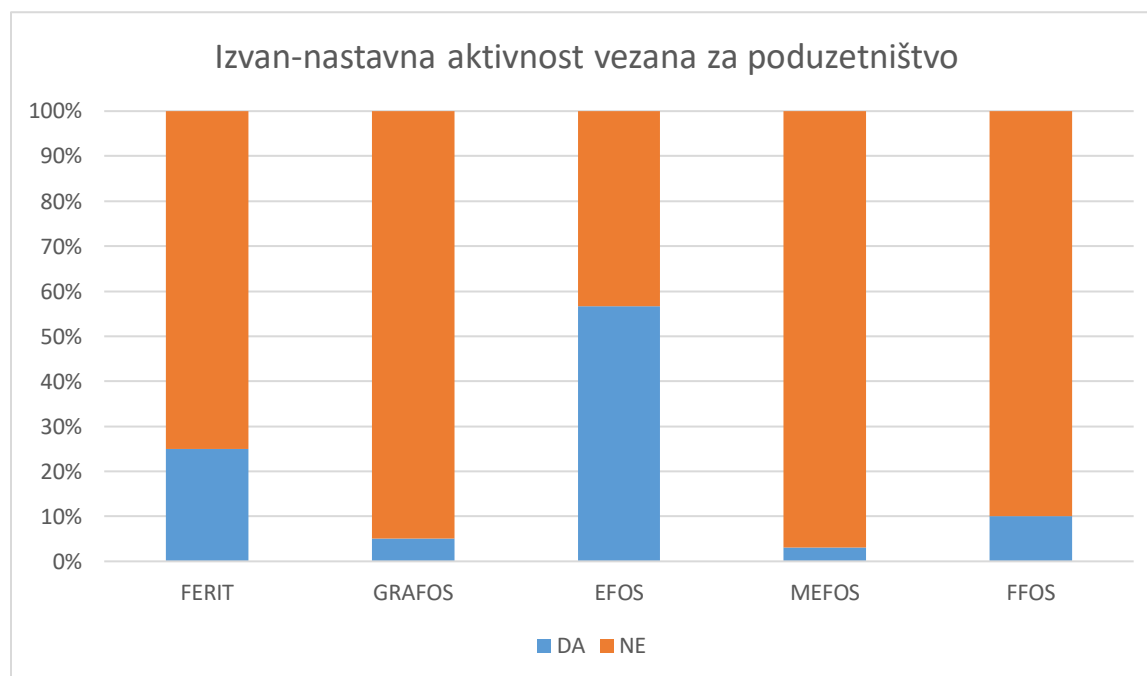
Sljedeći grafikoni prikazuju broj studenata koji su pohađali kolegij iz poduzetništva i koji su sudjelovali u izvan-nastavnoj aktivnosti koja se fokusira na poduzetništvo, prema različitim fakultetima iz ovog istraživanja.

Grafikon 6. Pohađanje kolegija vezanih uz poduzetništvo



Od ukupnog broja ispitanika samo je 36,5% studenata pohađalo neki kolegij vezan uz poduzetništvo, a najveći broj pronalazimo na EFOS-u (56,7%) i FERIT-u (25%). Niti jedan od ispitanih studenata medicine nije pohađao takvu vrstu kolegija, a samo jedan od njih je sudjelovao na izvan-nastavnoj aktivnosti takvog tipa.

Grafikon 7. Sudjelovanje na izvan-nastavnoj aktivnosti vezanoj za poduzetništvo



Ovi podaci pokazuju da fakulteti u svojim studijskim programima vrlo malo promiču poduzetništvo, poduzetnički način razmišljanja, te imaju sadržaje vezane uz pokretanje poduzetničkih pothvata. Istraživanje je pokazalo i da studenti jesu i žele biti poduzetnici na svom radnom mjestu, žele biti proaktivni, inovativni i pokretači promjena na svom fakultetu, poslu ili zajednici. Ono što im nedostaje su zapravo znanja i o tome što je poduzetništvo, zašto je važno za sve pojedince u društvu, te svijest o tome kako je pokretanje poduzetničkog pothvata također jedan od mogućih i jednako

dobrih načina razvoja karijere, koje ima svoja pravila i alate, koje je moguće i potrebno ugraditi u različite studijske programe svih područja znanosti.

8. Zaključak

Na temelju provedenog istraživanja i analize, može se zaključiti da je poduzetništvo kompetencija neophodna u suvremenom društvu i gospodarstvu. Poduzetničke osobine i vještine prikazane u radu nisu relevantne samo za poduzetnike u užem smislu riječi, već i za sve pojedince u različitim kontekstima. Poduzetnički način razmišljanja odnosi se na proaktivno, inovativno i odgovorno djelovanje svih pojedinaca, te pomaže boljoj prilagodljivosti pojedinaca na tržištu rada. Poduzetništvo je kompetencija koja se može naučiti, stoga je nužno da obrazovne institucije na svim razinama u svojim obrazovnim programima ugrađuju sadržaje, koji potiču razvoj ove kompetencije. Razvoj poduzetničkog načina razmišljanja i podučavanja poduzetništva nije rezervirano samo za ekonomske fakultete, nego se odnosi jednako i na sve druge studente, jer poduzetni pojedinci trebaju svim strukama, svim industrijama i na svim radnim mjestima.

Obrazovni sustav treba doprinositi stvaranju proaktivnih i inovativnih pojedinaca koji prepoznaju i iskorištavaju prilike unutar svog okruženja, te doprinose njegovom razvoju. Poduzetništvo i poduzetnički način razmišljanja temelj je konkurentnosti svakog gospodarstva i društva u cjenili, stoga bi razvoj poduzetničkih kompetencija i poduzetničkog načina razmišljanja trebalo biti prioritet svih obrazovnih sustava i programa.

Cilj ovog rada bio je pokazati važnost poduzetničke kompetencije za razvoj pojedinca i društva u cjelini te istražiti u kolikoj mjeri studijski programi osječkog sveučilišta razvijaju poduzetničke kompetencije i izgrađuju stavove prema poduzetništvu i samozapošljavanju. Podaci prikupljeni anketnim upitnikom dokazuju preferencije studenata za poslovima koji im omogućuju rad na vlastitim idejama i pružaju slobodu kreativnog izražavanja. Najveći udio poduzetničkih vještina prepoznaje se kod studenata Ekonomskog fakulteta, zatim kod studenata tehničkih usmjerenja.

Unatoč tome što se sve veća važnost pridaje ovoj temi, istraživanje je pokazalo kako studijski programi fakulteta osječkog sveučilišta imaju nedovoljno sadržaja usmjerenih na razvoj poduzetničke kompetencije i poduzetnosti studenata. Kako bi studenti razvijali svoje vještine, nužno je educirati predmetne nastavnike o poduzetništvu kako bi pružili adekvatno podršku studentima, u okviru svojih studijskih programa, za razvoj i implementaciju tih vještina. Rezultati istraživanja su pokazali kako studenti imaju interes za razvojem poduzetničkih vještina, ali se vidi i da im trenutni obrazovni okvir ne daje dovoljno prostora i podrške za to.

9. Literatura

Antončić, B., Hisrich, R.D. (2003) Clarifying the intrapreneurship concept, Journal of small business and enterprise development, Vol. 10, No. 1, str. 16

Barković I. (2009) : Teorije poduzetništva: izazovi i perspektive, Pravni Fakultet Sveučilišta JJS

Baumol, W.J. (1993) : Entrepreneurship, Management, and the Structure of Payoffs, The MIT Press Cambridge - Massachusetts, London England

Beach, D. (2000) : Personnel: Entrepreneurial learning and mentoring, International Journal of Entrepreneurial behaviour & Research, vol.6, no. 3, str. 162.

(<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32639>, preuzeto 16.11.2023.)

Bizjak et al. (1999.) Poduzetništvo za 21. stoljeće: priručnik za učitelje Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske

(https://ebrary.net/221135/education/great_person_school_entrepreneurship, preuzeto 15.11.2023.)

Buble, M. i Buble, M. (2014): Poduzetništvo, Split: Aspira

Car, Dario. (2021) Gdje griješimo u zapošljavanju generacije Z Z?

(<https://www.netokracija.com/zaposljavanje-generacije-z-187698>, preuzeto 2.5.2024.)

Cunningham, J. Barton, Licheron, Joe. "Defining Entrepreneurship" Journal Of Small Business Management, Vol. 29 Number 1. January 1991.

EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework (2018.)

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=hr&pubId=8201&furtherPubs=yes>, preuzeto 20.11.2023.

Ferk Novaković, Martina (2011.) Razvoj poduzetničke kompetencije kroz korištenje poslovnih simulacija. Učenje za poduzetništvo Vol.1 No.1 str 144. Raspoloživo na

(<https://hrcak.srce.hr/130097>, pristupljeno 18.11.2023.)

Gačić, M. (2010). Preporuka europskog parlamenta i savjeta; Ključne kompetencije za cjeloživotno učenje–Europski referentni okvir. Metodika: časopis za teoriju i praksu metodikâ u predškolskom odgoju, školskoj i visokoškolskoj izobrazbi, 11, 20, 169-182, dostupno na:

(<https://hrcak.srce.hr/61536>, pristupljeno 22.11.2023.)

Glas, M. et al. (1999). Poduzetništvo za 21. stoljeće: priručnik za učitelje / trenere, savjetnike i promotore poduzetništva. Zagreb: Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske

Jerneić, A., (2019). Klasifikacija i razvoj poduzetništva. Dostupno na (partnerstvo-razvoj.net, pristupljeno 18.1.2024.)

Goel, U (1998): Economists, Entrepreneurs and the Pursuit of Economics: An Analysis of the Views of Entrepreneur among Economists of the Classical Period and their Differences, second revised edition, Peter Lang - Europaisher Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main; Berlin; Bern; New York; Paris; Wien.

Goleman, Daniel. (1995.): Emocionalna inteligencija; Zašto je važnija od kvocijenta inteligencije. Zagreb. Mozaik knjiga

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024., preuzeto 17.1.2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/poduzetnistvo>.

Jerneić, A., (2019). Klasifikacija i razvoj poduzetništva.

Knight H., F. : Risk, Uncertainty and Profit, Boston and New York, 1921.
In Search of the Meaning of Entrepreneurship: Robert: F. Hebert and Albert N. Link Published by Springe

Kirzner, I: The Driving Force of a Market, Routledge, London, New York, 2000.

Marušić, I., Kompetencija poduzetništva – rezultati istraživanja, dostupno na: <https://cepor.hr/news/pod-kompetencija/CEPORIris%20%20poduzetnistvo.pdf>, preuzeto 16.11.2023.

McCallum, Elin et al. (2018.) EntreComp Into Action, Joint Research Centre (European Commission), https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4542fd58-20f3-11e8-ac73-01aa75ed71a1/language-en/#_publicationDetails_PublicationDetailsPortlet_pa , preuzeto 15.11.2023.

Mihailović, Dobrivoje (2013.): Stres u organizaciji, Fakultet organizacijskih znanosti Beograd

Mikić, M., Škrtić M. (2011) : Poduzetništvo. Zagreb : Sinergija nakladništvo, 2011.

Morić Milanović, B.: 2009. Sustav poticanja kao faktor razvoja korporativnog poduzetništva (<https://hrcak.srce.hr/file/63596>, preuzeto 19.1.2024.)

Ožanić, Marijan: Gdje smo i kamo idemo, Zagreb: Tehnološki park, 2006.

Pantry, S. i Griffiths, P. (2000) Being an intrapreneur and creating a successful information service within your organization, *Business information review*, Vol. 17, No. 4, str. 207

Ribić, D., Pleša Puljić, N. (2020) : Osnove poduzetništva, Školska knjiga

Ronstadt, R. (1988) The corridor principle. *Journal of Business Venturing*

Schumpeter, J.A. (1971) : The fundamental phenomenon of economic development. U Kilby, P: *Entrepreneurship and Economic Development*, New York

Stam, E., Spigel, B. (2016) , *Entrepreneurial Ecosystems*, Tjalling C. Koopmans Research Institute, Utrecht School of Economics, Utrecht University

Šipić, N. (2023): Osnove poduzetništva, Poslovno Veleučilište Zagreb

Tkalec, Z. (2011) : Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, *Učenje za poduzetništvo*, Vol.1, No.1

Vidović, D.: *Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj*, Doktorska disertacija, 2012.

Von Mises, Ludwig (1949): *A Treatise on Economics*, Yale University Press, New Heaven, str. 249

Vuković, I. (1999.) *Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu*. Zagreb

Wickham, P.A. (2006). *Strategic entrepreneurship*, Pearson education, str. 559

Whiting, Kate (2020) *The Jobs Reset Summit*, World Economic Forum
<https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/>, preuzeto 4.3.2024.

Živković, S. , Petričević, T. (2019.) *Priručnik o društvenom poduzetništvu za poduzetničke potporne institucije*

<https://www.mojrazvoj.com/clanci/23-aktualno/161-strastzaposao-> , preuzeto 23.3.2024.

10 . Popis slika

Slika 1. Eisenhowerova matrica

11. Popis grafikona

Grafikon 1. Distribucija ispitanika prema znanstvenim područjima

Grafikon 2. Završene godine fakulteta

Grafikon 3. Volontiranje izvan studija

Grafikon 4. Poželjne karakteristike posla

Grafikon 5. Studenti koji imaju preferenciju postati samozaposleni

Grafikon 6. Pohađanje kolegija vezanih uz poduzetništvo

Grafikon 7. Sudjelovanje u izvan-nastavnoj aktivnosti vezanoj uz poduzetništvo

12. Popis tablica

Tablica 1. Prosječna ocjena studenata – poduzetničke vještine

Tablica 2. Prosječna ocjena studenata – razumjevanje značaja poduzetništva u društvu

Tablica 3. Poduzetničke vještine vezane uz financiranje

13. Prilozi – Upitnik ASTEE za visokoobrazovne institucije

1. Ja sam:
 - a) Muško
 - b) Žensko
2. Godina rođenja?
3. U kojoj zemlji živiš?
4. Jesi li student na razmjeni?

- a) Da
 - b) Ne
5. Kako se zove visokoškolska institucija koju trenutno pohađaš?
6. Koji oblik obrazovnog programa trenutno pohađaš?
- a) Prirodne znanosti
 - b) Poljoprivredne znanosti
 - c) Umjetnost, arhitektura i dizajn
 - d) Izženjerstvo i tehnologija
 - e) Duštvane znanosti
 - f) Medicina i zdravstvo
 - g) Humanističke znanosti
 - h) Biznis
 - i) Pravo
 - j) Ostalo_____
7. Volontiraš li izvan studija (udruga ili klub mladih ili nešto treće)?
- a) Da
 - b) Ne
8. Koliko godina iskustva imaš na honorarnim poslovima?
- a) 0
 - b) <2
 - c) 3-5
 - d) 6-8
 - e) >8
9. Koliko godina iskustva imaš na poslovima s punim radnim vremenom?
- a) <1
 - b) 1-2
 - c) 3-4
 - d) 5-6
 - e) >8
10. Koliko godina fakulteta si završio/la?
- a) <1
 - b) 1-2
 - c) 3-4
 - d) 5-6

e) >6

11. Je li netko tebi blizak samozaposlen?

- a) Majka/maćeha
- b) Otac/očuh
- c) Drugi rođaci
- d) Prijatelji
- e) Ne

12. Pohađaš li ili si prethodno pohađao/la modul ili kolegij iz poduzetništva?

- a) Da
- b) Ne

13. Jesi li sudjelovao/la u izvan-nastavnoj aktivnosti koja se fokusira na poduzetništvo/samozapošljavanje?

- a) Da
- b) Ne

14. Često sam prvi/a koji će predložiti rješenje problema

- 1. Uopće se ne slažem
- 2. Uglavnom se ne slažem
- 3. Niti se slažem niti se ne slažem
- 4. Uglavnom se slažem
- 5. Potpuno se slažem

15. Radim na problemu sve dok ga ne uspijem riješiti

- 1. Uopće se ne slažem
- 2. Uglavnom se ne slažem
- 3. Niti se slažem niti se ne slažem
- 4. Uglavnom se slažem
- 5. Potpuno se slažem

16. Vidim mogućnosti tamo gdje drugi vide probleme

- 1. Uopće se ne slažem
- 2. Uglavnom se ne slažem
- 3. Niti se slažem niti se ne slažem
- 4. Uglavnom se slažem
- 5. Potpuno se slažem

17. Siguran/na sam da ću uspjeti u životu

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

18. Kada se trudim, u pravilu uspijem

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

19. Uspješno obavljam zadatke

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

20. Uglavnom sam zadovoljan/na sobom

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

21. Sam/a određujem što će mi se dogoditi u životu

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

22. Sposoban/na sam nositi se s većinom svojih problema

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

23. Razumijem ulogu koju poduzetnici imaju u našem društvu
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
24. Razumijem da postoje različiti razlozi zbog kojih ljudi pokreću poduzeća (npr. Društveno poduzetništvo, stvaranje dobiti, neovisnost)
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
25. Razumijem da su neke poslovne ideje uspješne, a neke ne
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
26. Sposoban/na sam nositi se s iznenadnim promjenama i iznenađenjima
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
27. Sposoban/na sam čitati i interpretirati financijska izvješća
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
28. Sposoban/na sam smišljati nove ideje
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem

3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

29. Sposoban/na sam raditi pod stresom i pritiskom

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

30. Sposoban/na sam procijeniti budžet za novi projekt

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

31. Sposoban/na sam razmišljati izvan okvira

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

32. Sposoban/na sam nastaviti rad unatoč problemima

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

33. Sposoban/na sam kontrolirati troškove u projektima

1. Uopće se ne slažem
2. Uglavnom se ne slažem
3. Niti se slažem niti se ne slažem
4. Uglavnom se slažem
5. Potpuno se slažem

34. Sposoban/na sam pronalaziti nove načine provođenja aktivnosti

1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
35. Sposoban/na sam upravljati neizvjesnošću u projektima
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
36. Sposoban/na sam pronalaziti nova i različita rješenja
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
37. Sposoban/na sam sastaviti pravu grupu/tim za rješavanje nekog problema
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
38. Sposoban/na sam osmisliti projektni plan
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
39. Sposoban/na sam stvarati partnerstva radi ostvarivanja ciljeva
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem

40. Sposoban/na sam postavljati projektne ciljeve
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
41. Sposoban/na sam umrežavati se (tj. stupati u kontakt i razmjenjivati informacije s drugima)
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
42. Sposoban/na sam strukturirati zadatke u projektu
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
43. Sposoban/na sam uspostavljati nove kontakte
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
44. Želim imati posao koji će mi omogućiti rješavati probleme na nove načine
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
45. Želim imati posao koji će mi omogućiti rad na vlastitim idejama
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem

4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
46. Želim imati posao koji će mi omogućiti odabir zadataka
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
47. Često razmišljam o pokretanju poduzeća nakon završetka školovanja
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
48. Imam poslovne ideje koje ću realizirati
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
49. Moj cilj je postati poduzetnik/poduzetnica
1. Uopće se ne slažem
 2. Uglavnom se ne slažem
 3. Niti se slažem niti se ne slažem
 4. Uglavnom se slažem
 5. Potpuno se slažem
50. Jesi li u prošlosti, samostalno ili zajedno s drugima, pokrenuo/la poduzeće?
- a) Da
 - b) Ne
51. Upravljaš li trenutno, samostalno ili zajedno s drugima, poduzećem?
- a) Da
 - b) Ne
52. Pokušavaš li trenutno pokrenuti poduzeće?
- a) Da

b) Ne

5

53. Općenito, pokretanje poslovanja je

Bezvrjedno

1

2

3

4

5

Vrijedno truda

54. Općenito, pokretanje poslovanja je

Razočaravajuće

1

2

3

4

5

Nagrađujuće

55. Općenito, pokretanje poslovanja je

Negativno

1

2

3

4

5

Pozitivno