

Prilike i mogućnosti mladih u poduzetništvu u Republici Hrvatskoj

Klaić, Klara

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:977075>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-05-09**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Klara Klaić

**PRILIKE I MOGUĆNOSTI MLADIH U
PODUZETNIŠTVU U REPUBLICI HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet Zagreb

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentor: Doc. dr. sc. Kristina Petljak

Broj indeksa autora: 0067574334

Zagreb, rujan 2020.

Klara Klaić

**PRILIKE I MOGUĆNOSTI MLADIH U
PODUZETNIŠTVU U REPUBLICI HRVATSKOJ**

**ENTREPRENEURAL OPPORTUNITIES AND
POSSIBILITIES FOR YOUNG PEOPLE IN
REPUBLIC OF CROATIA**

ZAVRŠNI RAD

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet Zagreb

Zagreb, rujan 2020.

Klara Klaić

Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ZAVRŠNI RAD

(vrsta rada)

isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 02.09.2020.

Klaić

(potpis)

SAŽETAK

Mladi poduzetnici mogu promijeniti način na koji se živi i posluje, pomoću njihovih inovacija može se poboljšati životni standard. No mladi se često susreću sa preprekama, promjenama i izazovima prilikom ulaska u poslovni svijet. Iako predstavljaju glavnu pokretačku snagu koja posjeduje energiju, znanje i inovativnost najčešće nemaju dovoljno iskustva zbog nedostatka prakse u obrazovanju, isto tako mladi ne shvaćaju toliko ozbiljnost preuzimanja rizika ili imaju problema sa motivacijom i samopouzdanjem. U Hrvatskoj postoje programi i institucije koje pomažu mladim poduzetnicima u pokretanju poduzetničkih pothvata, no pomaže li Hrvatska dovoljno mladima u njihovom razvoju, pruža li adekvatne uvjete, poticaje i potporu za to? Upravo odgovor na to pitanje i niz drugih kao i sam značaj mladih u poduzetništvu predstavlja cilj ovoga rada. Mladi su ti na kojima svijet ostaje i koji trebaju stvoriti i iskoristiti prilike za boljitak samih sebe, pa tako i cijelo gospodarstvo Hrvatske. Ulaganje u njihovo znanje i pružanje prilika da ostvare nešto je najisplativiji potez za kreiranje uspješne zemlje. U ovom radu biti će navedene karakteristike koje uspješni poduzetnik treba imati, definiran pojam mladog poduzetnika, prepreke i uzroci nezaposlenosti mladih i njihove mogućnosti ulaska na tržište rada, te potpore mladim poduzetnicima i sami primjeri uspješnih mladih poduzetnika.

KLJUČNE RIJEČI: poduzetništvo, mladi poduzetnik, prepreke, mogućnosti, poticaji

ABBSTRACT

Young entrepreneurs can change the way we live and do business, their innovations can improve the standard of living. But young people often face obstacles, changes and challenges when entering the business world. Although they are the main driving force that has energy, knowledge and innovation but often do not have enough experience due to lack of practice throughout their education, young people also do not understand the seriousness of risk-taking or have problems with motivation and self-confidence. There are programs and institutions in Croatia that help young entrepreneurs in starting entrepreneurial ventures, but does Croatia help young people enough in their development, does it provide adequate conditions, incentives and support for that? The answer to this question and a number of others, as well as the importance of young people in entrepreneurship, is the goal of these opportunities for the betterment of themselves, and thus the entire Croatian economy. Investing in their knowledge and providing opportunities to accomplish something is the most cost-effective move to create a successful country. What are the characteristics that a successful entrepreneur should have, what is the concept of a young entrepreneur, obstacles and causes of youth unemployment, opportunities to enter the labour market, support for young entrepreneurs and examples of successful entrepreneurs will be listed in this paper.

KEY WORDS: *entrepreneurship, young entrepreneur, impediments, opportunities, incentives*

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
2. POJAM I TEMELJNE KARAKTERISTIKE PODUZETNIKA	2
2.1. Pojmovno određenje poduzetnika	2
2.2. Osobine uspješnog poduzetnika	3
2.3. Definicija poduzetništva mladih.....	5
3. MLADI U PODUZETNIŠTVU	9
3.1. Strategije ulaska u poduzetništvo	9
3.2. Prepreke u razvoju mladih.....	11
3.2.1. Uzroci nezaposlenosti mladih.....	12
3.2.2. Posljedice nezaposlenosti mladih.....	15
3.3. Značaj poduzetništva mladih.....	17
4. STRUČNO USAVRŠAVANJE I POTPORNİ PROGRAMI U REPUBLICI HRVATSKOJ .	19
4.1. Obrazovanje.....	19
4.2. Državni potporni programi	21
4.3. Poticajni programi i Udruge u razvoju poduzetništva mladih.....	25
5. MLADI PODUZETNICI	29
5.1. Primjeri mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj	29
5.2. Rezultati istraživanja intervjua s mladim poduzetnikom	32
6. ZAKLJUČAK	37
LITERATURA	39
POPIS SLIKA	42
POPIS TABLICA	42
PRILOZI	43

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

U današnje vrijeme mladi poduzetnici susreću se s brojnim problemima. Teško im je ući u svijet poduzetništva zbog rizika kao što su manjak iskustva, potpora okoline, nedovoljne financijske mogućnosti i sl. No bez obzira na navedeno u Hrvatskoj se mladi bore kako bi uspjeli i pokazali svoje poduzetničke vještine. Sam predmet ovog rada je pokazati potencijal mladih i njihove mogućnosti u Hrvatskoj. Pokazati važnost i potrebu ulaganja u mlade, počevši od boljeg i kvalitetnijeg obrazovanja koji pruža i praksu do raznih poduzetničkih programa i seminara i bespovratnih sredstava. Cilj rada je pokazati koliko su mladi ljudi, odnosno mladi poduzetnici potrebni na tržištu rada, pokazati njihove potencijale i načine odnosno mogućnosti ulaska u poduzetnički pothvat. Prioritet rada je objasniti važnost ulaganja u mlade ljude, te navesti uzroke i posljedice nedostatka mladih poduzetnika.

1.2. Izvor podataka i metode prikupljanja

U ovom radu provedeno je sekundarno i primarno istraživanje. Primarno istraživanje provedeno je putem intervjua sa uspješnim mladim poduzetnikom. Instrument istraživanja je podsjetnik za intervju koji se proveo putem e-maila. Za potrebe sekundarnog istraživanja korištena je znanstvena i stručna literatura iz područja poduzetništva. Podaci su prikupljeni preko knjiga, znanstvenih i stručnih članaka i Internet stranica.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen na 6 poglavlja. Prvo poglavlje je uvod u kojem se navodi predmet i cilj rada, izvori i metode prikupljanja podataka te sadržaj i struktura rada. Drugo poglavlje definira poduzetnika, njegove osobine i karakteristike te definiciju mladog poduzetnika. Treće poglavlje navodi strategije ulaska u poduzetništvo, prepreke u razvoju mladih poduzetnika, navode se uzroci i posljedice nezaposlenosti mladih i definira se značaj poduzetništva mladih. U četvrtom poglavlju prikazano je obrazovanje u Hrvatskoj, poduzetnički inkubatori i njihova važnost te programi poticanja razvoja poduzetništva mladih. Peto poglavlje sadrži primjere uspješnih mladih poduzetnika u Hrvatskoj i intervju sa jednim od njim. Na kraju šesto poglavlje sadrži zaključak, popis literature, popis slika, popis tablica i podsjetnik za intervju.

2. POJAM I TEMELJNE KARAKTERISTIKE PODUZETNIKA

2.1. Pojmovno određenje poduzetnika

Prije samog definiranja poduzetnika, potrebno je navesti samo značenje poduzetništva. Poduzetništvo predstavlja nove vrijednosti koje se odnose na pokretanje i razvoj novih poduzeća, a pojavilo se između 12. i 15. stoljeća. Poduzetništvo pokreće gospodarstvo zemlje, ono je to koje povećava i otvara mogućnosti zapošljavanja, unosi inovacije, utječe na ulaganja i širenja novih tržišta, razvoj novih proizvoda i tehnika. Uključuje sve djelatnosti koje se odnose na ulaganja, širenja tržišta, nove proizvode, nove potrošače, nove tehnologije, itd. Ono u čemu poduzetništvo ima glavne odrednice je što potpomaže otvaranju novih radnih mjesta, ima veliki značaj za konkurentnost, razvija osobne potencijale i opće društvene interese i utječe na gospodarski rast. Svakim otvaranjem novog poduzeća ili preusmjeravanjem postojećeg, povećava se produktivnost, jača se učinkovitost ostalih poduzeća zbog utjecaja konkurentnosti, povećava se inovativnost što sve rezultira jačanjem gospodarstva. Stoga su poduzetnici ti bez kojih nema inovacija i boljitaka u gospodarstvu. Oni su pokretačka snaga koja državi donosi blagostanje, a kod potrošača stvaraju povećani izbor i stvaraju nova rada mjesta.¹

Stoga se poduzetništvo definira kao skup poduzetničkih aktivnosti orijentiranih na iskorištavanje prilika, odnosno pokretanje poslovnih inicijativa s ciljem ostvarivanja što većih prihoda. Postoji više definicija poduzetnika, a jedna od njih je „osoba nadarena poslovnim duhom i spremna preuzeti rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja.“² Iz čega se zaključuje da je poduzetnik svaki poslovni čovjek koji uloži svoj novac u određeni poslovni pothvat i nada se zaradi. Poduzetnik mora biti spreman na rizik, uporan rad, mora biti poslovno kreativan, inovativan da bi što bolje djelovao u poduzetničkim pothvatima. Poduzetnik se mora ponašati kao lider odnosno vođa jer njegov zadatak nije samo obavljanje određenog posla već on mora osmisliti zadatke, ciljeve i na njih naći odgovarajuća rješenja. Postoje uvijek padovi, ali on mora nastaviti dalje iako ne uspije, uvijek mora težiti boljem i stvarati nove ideje i mogućnosti. Poduzetnici pokreću ekonomiju jer svojom kreativnošću, inovacijama stvaraju bolje mogućnosti. Prema istraživanjima postoji pet tipova poduzetnika. Idealisti u njih se ubraja oko 24% poduzetnika, oni teže nečemu posebno, stvaraju odnose sa povjerenim i pouzdanim osobama, a njihovo poslovanje najviše ovisi o računalu. Optimizatori

¹ Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2020, str. 1.-2.

² Ravlić, P, Jelavić, A.: **Ekonomika poduzeća**, Mikrorad, Zagreb, 1993., str. 60.

čine 21% svih poduzetnika, žele biti neovisni odnosno ne žele raditi za nekoga drugog, uživaju u slobodi. Uglavnom se više usredotočuju na profite, a ne na prihode. Radnici čine oko 20% poduzetnika, skloni su ostvarivanju zacrtanih ciljeva i ulažu i dodatne napore. Imaju 'agresivan' financijski pristup odnosno ne ustručavaju se u korištenju sredstava poput kredita za postizanje određenih ciljeva. Žongleri čine oko 20% poduzetničke populacije, često sve poslove obavljaju sami, vrlo su energični, često imaju nedostatak vremena za obavljanje svih poslova. Održavatelji su najmanja grupa koju čine oko 15% svih poduzetnika. Oni svoje poduzeće stječu kupnjom ili nasljeđem, vrlo im je važan balansirani odnos između obitelji i posla.³

Poduzetništvo se mijenja iz dana u dan, te se poduzetnici susreću sa novim izazovima, stoga moraju biti spremni na usavršavanje znanja i vještina da bi postigli uspjeh. Kako bi se postigao poduzetnički proces u njemu moraju sudjelovati poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva. Poduzetnik je taj koji preuzima rizik i mora imati viziju i cilj, mora osmisliti dobar poslovni plan i strategiju. Bez poduzetnika ne može doći do pokretanja poduzetničkog pothvata.⁴ Znači poduzetnik označava osobu koja je spremna ući u poduzetnički pothvat i preuzeti određeni rizik, postoje različiti tipovi poduzetnika i načina na koji posluju, ali ono što im je svima zajedničko je karakteristika ostvarivanje zarade.

Bitno je naglasiti da poduzetništvo ne čini samo odluka o pokretanju tvrtke. Poduzetništvo označava sve ono što poduzetnik uspije proizvesti, odnosno stvoriti nešto bolje, neki pomak ili potrebnu razliku u društvu. Samo poduzetništvo nastat će kada poduzetnik unese svu svoju inovativnost, znanje, te počne razmišljati izvan svojih okvira i uspije riješiti problem. Za postanak uspješnog poduzetnika, potrebno je da pojedinac izađe iz zone komfora i bude spreman na izazove i različite avanture, pomoću kojih će naučiti puno o samome sebi, ljudima i životu. Poduzetništvo je upravo iz tih razloga specifično jer uči ljude onome što se ne može naučiti niti u jednoj školi.

2.2. Osobine uspješnog poduzetnika

Prema profesoru Davidu C. McClelandu s Harvardskog sveučilišta, poduzetnik bi trebao imati šest osobina kako bi uspio. Prva od osobina je inovativnost koja je bitan element koji

³ Škrtić, M, Mikić, M.: **Poduzetništvo**, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 101-105.

⁴ Krasić, S., Šaravanja, I.: „Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga“, **Obrazovanje za poduzetništvo**, E4E, vol.5, br.2, 2015., str. 118. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/149534> (01.07.2020.)

uključuje kreiranje, stvaranje, razvoj novih ideja, proizvoda, usluga, itd. Kako bi poduzetnik opstao, mora se kretati među konkurentima i svojim inovacijama pokrenuti će konkurente da ga imitiraju, i na taj način će ostati među liderima stoga konstantno mora raditi na ostvarivanju novih ideja. Također od velike važnosti je razumno preuzimanje rizika, poduzetnik mora biti spreman na preuzimanje rizika te dobro analizirati okolnosti u kojima se nalazi prije donošenja konačne odluke. Poduzetnički rizik se odnosi na mogućnost donošenja pogrešne odluke. Stoga, ovo nije lak zadatak za poduzetnika te se upravo zbog toga često nalaze pod stresom i neizvjesnošću i teškom radu, ali na kraju ukoliko je donesen potez bio uspješan to rezultira većom zaradom, nezavisnosti i fleksibilnosti. Samouvjerenost je jedan od bitnih elemenata kako u poslovnom svijetu tako i u privatnom. Za postizanje poslovnih ciljeva samouvjerenost ima bitnu ulogu, uspješan poduzetnik mora znati uspostaviti ravnotežu između ambicija i postavljenih ciljeva. U samouvjerenost spadaju vizija, misija, specifična svrha i strateški ciljevi kako bi poduzetnik bio uspješan. Vizija spada u osobni stav poduzetnika, način na koji on nešto vidi. Vizija motivira poduzetnika na određeni čin. Ono što jača kod poduzetnika upornost i njegovu svijest je misija. Specifična svrha odnosi se na konkurenciju, odnosno po čemu će se poduzetnik isticati od nje. Mora postojati samouvjerenost u kontekstu da je bolji od svih ostalih i da može nešto što drugi ne mogu ili nemaju.

Također je bitan dugoročan cilj koji poduzetnik mora imati, a to su strateški ciljevi koji definiraju svrhu poslovanja i poslovnih zadataka. Druga od osobina je uporan rad, da bi poduzetnik postigao svoje ciljeve potrebno je uložiti puno truda i rada iako rezultat ne mora uvijek uroditi plodom, ali to ih ne smije demotivirati već potaknuti na upornost i ne odustajati. Postavljanje ciljeva jedan je od ključnih elemenata za uspješnost. Moraju se stvarati ciljevi kojima će se poduzetnik istaknuti od konkurenata i nadmašiti ih, većinom poduzetnici ciljeve postavljaju visoko. Poslovni plan u ovom području jako je bitan jer pomoću njega poduzetnici će moći predstaviti svoje ideje potencijalnim ulagačima za financiranje poduzetničkog pothvata.

Važna stavka je da poduzetnici žele puno priznanje za svoj uspjeh. U pravilu su oni odgovorni sami za sebe stoga i preuzimaju svu krivnju na sebe. Stoga i odgovornost ulazi u osobinu uspješnih poduzetnika.⁵ S obzirom da se poduzetnici često susreću sa problemima i

⁵ Škrtić, M, Mikić, M.: **Poduzetništvo**, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 105-112.

preprekama, svako od njih reagira na drugačiji način. U pravilu postoje dvije vrste poduzetnika, a to su prilagodljivi (adaptivni) i inovativni koji su navedeni u tablici 1.

Tablica 1. Dva pristupa kreativnom rješavanju problema

Prilagodljivi (adaptivni) poduzetnik	Inovativan poduzetnik
Discipliniran, precizan, metodičan pristup	Problemu pristupa na neuobičajen način
Usredotočen više na rješavanje problema nego na pronalazak novih rješenja	Otkriva nove probleme i nova rješenja
Pokušava prilagoditi postojeća rješenja	Preispituje postojeće probleme i procedure rješavanja
Orijentiran na sredstvo postizanja cilja	Ne mari za sredstvo, samo za postizanje ciljeva
Osjetljiv na kolektivnu koheziju i suradnju	Ne mari puno za kolektiv i koheziju ⁶

Izvor: Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Zagreb, str. 56.

Poduzetništvo odnosno poduzetnika povezuje se sa nekoliko osnovnih pojmova, kao što su pokretanje novog posla, razumno preuzimanje rizika, inovativnost, željom za stvaranjem, upornost, itd. Smatra se da je bitno da se poduzetnik nauči nositi sa kriznim i stresnim situacijama iz kojih mora pronaći izlaz odnosno rješenje. Mora imati dobro postavljene ciljeve i poslovni plan kako bi mogao djelovati. Također motiviranost i samopouzdanje imaju ključnu ulogu, jer bez njih nema ni dobro odrađenog posla.

2.3. Definicija poduzetništva mladih

Pojam mladog poduzetnika veže se uz pojam početnika. To su poduzetnici koji ulaze u poduzetničke pothvate bez puno iskustva, novi su u tome. Mladi donose novo znanje i ideje koje predstavljaju važan faktor bez kojeg ekonomija ne može ići naprijed. Ulaganjem u mlade ulaže se u budućnost, stoga je bitno dati im priliku da razviju svoje vještine i sposobnosti. Upravo iz tih razloga mnoge razvijene zemlje ulažu velika sredstva za obrazovanje mladih, da im se stvori prilika za zaposlenje te da se iskoristi potencijal tih mladih ljudi. Da se postane mladi poduzetnik u Hrvatskoj potrebna je hrabrost, upornost i znanje, iako to ne mora uvijek jamčiti uspjeh. Mladi poduzetnici često se susreću sa problemima i pitanjima pri realizaciji

⁶ Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2020., str. 56.

ciljeva stoga ih treba usmjeriti i pomoći putem različitih institucija i programa. Pred mladima stoji puno više izazova nego kod odraslih poduzetnika. Mladi imaju manji pristup kapitalu i kreditima od financijskih institucija, manje iskustva, nedostatak kontakta, itd.

Mladim poduzetnicima smatraju se osobe mlađe od 30 godina koje su motivirane za pokretanje poduzetničkog pothvata, a imaju želju za:

- biti vlastiti šef
- dobiti alternativni put za napredovanje
- više kontrole nad vlastitim radom i životom
- pružanje inovativnih i konkurentskih proizvoda ili usluga
- dokazati da to mogu
- dobiti dodatni prihod

Neke od prednosti omladinskog poduzetništva su stvaranje zaposlenja, pružanje usluga zajednici, promoviranje inovacija, promicanje socijalnog i kulturnog identiteta, stvaranje prihoda, itd. Prema istraživanju Ottawe postoje 3 prijelazna razdoblja mladog poduzetnika:

Poduzetnici u dobi od 15-19 godina, oni su najmlađi i 'najzeleniji' mladi poduzetnici. Nemaju još puno stečenog iskustva. U toj dobi najčešće testiraju svoje mogućnosti, biraju svoju karijeru, pa je u ovoj dobi najvažnija svjesnost toga što žele, tada trebaju naučiti o mogućnostima poduzetništva.

Budući poduzetnici u dobi od 20-24 godine. U tom razdoblju stekli su već nešto više znanja, samopouzdanja, iskustva za pokretanje poduzeća i nešto kapitala. U ovoj fazi najčešće su moguće tri situacije, a to su: aktivnosti koje vode do uspjeha, izlazak iz posla ili ostati zaglavljen u marginalnim aktivnostima. Stoga je u ovoj fazi potrebna podrška različitih programa, kako bi se povećala stopa preživljavanja poduzeća.

Poduzetnici u hitnim situacijama su u glavnoj fazi tranzicije. Najiskusniji su od mladih poduzetnika i imaju veći pristup kapitalu. Ti poduzetnici zahtijevaju poslovno savjetovanje, mentore, pristupe obrtnom kapitalu, operativnoj podršci, itd.⁷

Mladi imaju puno potencijala, energije i volje u stvaranju novih poslovnih prilika, treba im dati priliku i podršku u njihovim poduzetničkim pothvatima. Iako nemaju puno iskustva,

⁷ Riahi, S. (2010.) **Youth Entrepreneurship: Ottawa's Portfolio in Talent Development**, Open source Business Resource. Dostupno na: <https://timreview.ca/article/394> (01.07.2020.)

imaju potrebno znanje koji je jako važan resurs kojeg treba iskoristiti. Potrebno je što više truda i ulaganja uložiti u njih jer oni predstavljaju budućnost i boljitak gospodarstva. Mladima je potrebna motivacija i hrabrost kako bi postigli određene rezultate, a u tome glavnu ulogu imaju njihova okolina i država koja ih treba poticati i dati im potporu. Pogotovo jer se mladi najčešće susreću s problemima u području informacija i financija. Stoga najbolji način za poboljšanje stope uspjeha mladih poduzetnika smatra se pružanje što kvalitetnije podrške, resursa, znanja i vještina kako bi se mladi mogli što bolje pripremiti kada dođe vrijeme za njihov poduzetnički pothvat.

Prema istraživanjima mladi danas predstavljaju generaciju Z koja voli točnost, a život bez mobitela im je nezamisliv. Problem predstavlja što se današnje tržište sve teže prilagođava novijim generacijama, s obzirom da današnje tržište rada uglavnom vode oni koji su rođeni nakon Drugog svjetskog rata. Novije generacije su odrasle na tehnologiji i drugačijim pogledima na svijet i tu dolazi do problema i nesklada. Generacija Z, vezana je uz vrijeme velike recesije (2008.), financijski su oprezniji i vezani su za tehnologiju. Istraživanje koje je provedeno u razdoblju od 15. studenog do 15. prosinca 2019. obuhvaćalo je uzorak od 66 ispitanika, a bazirao se na mlade između 15 i 25 godina. Istraživanje je provedeno u svrhu upoznavanja mlade generacije koje dolazi na tržište rada. Istraživanje u područjima društvenih mreža, obrazovanja, životnih navika, idola i motivacija dovelo je do sljedećih rezultata.

U području društvenih mreža, došlo je do rezultata da mladi većinu informacija dobivaju putem Googlea njih čak 83,3% i televizije 60,6%,. Ono o čemu je ova generacija najviše 'ovisna' su mobilni uređaji u postotku od 93,3%. Od društvenih mreža koriste još Facebook (65,2%), Instagram (92,4%) i YouTube (86,4%). Za komunikaciju ih najviše koristi WhatsApp.

U području obrazovanja 33,3% mladih smatra da je obrazovanje jako važno. Smatraju da su fakulteti važni, ali ne i od presudne važnosti. Njih 15,2% smatra da se obrazovanje može steći i bez fakulteta. Također, prema istraživanju je pokazano da se i dalje najčešće uči iz knjiga (48,5%), ali ono što je jako bitno da čak 48,5% njih smatra da je učenje bolje uz praksu, iako je u našem obrazovnom sustavu nedostatak jer nemamo dobro razvijenu primjenu prakse u obrazovnom sustavu. Što se tiče radnog odnosa, njih 50% smatra da je stalni radni odnos najbolji dok njih 40,9% bi osnovalo radije svoju firmu i radili kao poduzetnici. Ono što

predstavlja uredu pokazatelj je što ih je 'samo' 30,3% dalo odgovor da bi otišli u inozemstvo, dok preostalih 69,7% bi ostalo u Hrvatskoj.

Kod životnih navika pokazano je da mladi sve više vole čitati i vole tiskana izdanja, čak 88,7% njih više preferira tiskana izdanja od online. Tv su naveli kao pouzdani izvor informacija. Što se tiče kupovine, njih 50% najviše odlučuje odmah na licu mjesta, dok jedan dio ipak prije čita recenzije proizvoda njih 15,2%, a njih 12,1% voli se savjetovati s prodavačem. Većina ispitanika (69,7%) voli kupovati na tradicionalan način, a najmanje online. Najčešće odlaze u kafiće, kino, kazalište i restorane. Njih 60% bavi se sportom, što je dobar pokazatelj aktivnog i zdravog života mladih koji bilo dobro da se i još više poveća.

Mladi Z generacije najviše cijene iskrenost, a osobe koje najviše utječu na njih su današnji *influenceri*. Uzori su im najčešće roditelji. S motivacijom najčešće nemaju problema. Motivirani su, iako imaju faze ne motiviranosti, ali to su u pravilu kraće faze. Mladi se danas poprilično brzo i lako fokusiraju na nešto posebice na ono što ih posebno zanima, dok nažalost brzo gube fokus, ako im nije zanimljivo.⁸

Kroz istraživanje se nastojao dati kratak pregled mladih koji trebaju doći na tržište rada. Cilj je bio što više upoznati njihovo ponašanje, navike i potrebe. Saznati njihov odnosno prema poslu, obrazovanju, itd. Bitno je što više upoznati generaciju mladih koja treba doći na tržište rada jer na taj način im je lakše pristupiti i prilagoditi tržište rada. Ono što je najviše zabrinjavajuća stavka je što veliki broj mladih razmišlja više na način da odu u sigurnu zonu. Odnosno ne usude se ući u samostalan pothvat i postati poduzetnikom, nego radije žele siguran posao. Taj pokazatelj nije bajan jer u Hrvatskoj je potrebno što više mladih poduzetnika, koji će uvesti inovativnost i osnažiti gospodarstvo.

⁸ Radić, I. (2020), „Učimo poduzetnike liderima društva: Z generacija voli točnost, a život bez mobitela im je nezamisliv“, **Poduzetnik**, broj 162/163, XIV, str. 34-35.

3. MLADI U PODUZETNIŠTVU

3.1. Strategije ulaska u poduzetništvo

Prilikom ulaska u poduzetništvo postoje prednosti i nedostaci. Neke od prednosti ulaska u poduzetništvo su preuzimanje kontrole, ostvarivanje neograničenih profita, mogućnost mijenjanja stvari, iskorištavanje vlastitih potencijala, priznatost u društvu, itd. A od nedostataka se mogu navesti nesigurnost dohotka, rizik uloženog kapitala, stres, naporan rad, ne definirano radno vrijeme, velika odgovornost, itd. Može se reći da poduzetništvo ima svoje dobre i loše strane, ali ako se uloži dovoljno truda, volje, ljubavi i upornosti može rezultirati jako zavidnim rezultatima.

Prilikom ulaska u poduzetnički pothvat, poduzetnik mora odlučiti koju strategiju će odabrati za pokretanje poduzetništva. Postoje tri strategije to su započinjanje od nule, kupnja postojećeg poduzeća i kupnja franšize. Zapocinjanje od nule nosi najveći rizik jer se odnosi na osnivanje vlastitog poduzeća. Za ovu opciju odlučuju se poduzetnici koji ne žele kupiti postojeće poduzeće jer im osnivanje vlastitog predstavlja veće zadovoljstvo i izazov gdje mogu iz realizirati vlastite ideje, oni se još nazivaju „čistim poduzetnicima“. U pravilu novi poslovi odnosno nova poduzeća imaju manje šanse za uspjeh od onih preuzetih već uspješnih poduzeća. Stoga je bitno da novo poduzeće bude što više inovativno. Prije samog ulaska u takav pothvat poduzetnik bi si trebao odgovoriti na sljedeća pitanja: Tko su moji kupci? Gdje se nalaze? Koliko ih je? Koliki postotak njih će kupovati od mene? Po kojoj su cijeni voljni kupiti moj proizvod? U kolikim će količinama kupovati? Znači prije same realizacije projekta, poduzetnik mora dobro preispitati, analizirati sve elemente i rizike. Poduzetnici koji kreću od nule, moraju biti kreativni, inovativni, vješti i brzi u realiziranju. Kod zapocinjanja od nule rizične okolnosti poduzetničkog pothvata su izbor asortimana, kvalitete, dizajna, cijene proizvoda, izbor dobavljača, organiziranost kanala prodaje i nabavnih kanala, motiviranost zaposlenika, itd. Poduzetnik također mora stalno pratiti troškove po jedinici proizvoda ili usluge i nastojati ih snižavati, kako bi ostvario što veću dobit i podmirio sve obveze prema državi. Bitno stavku za svakog poduzetnika ima predviđanje i određivanje prodajne cijene proizvoda, robe ili usluge. Pogreške u tom području su jako štetne.⁹

Započinjanje od nule ima svoje prednosti, pa tako i nedostatke. Kao prednosti odnosno razlozi zašto započeti biznis od nule, izdvaja se samostalnost u odlučivanju, poduzetnik sam bira

⁹ Škrtić, M., Vouk, R.: *Osnove poduzetništva i menadžmenta*, Katma, Zagreb, 2005., str. 50-53.

svoje djelatnike, nema opterećenosti obvezama iz prošlosti, zapošljavanje vlastite obitelji, ostvarivanje financijskog uspjeha, samostalna karijera i razvoj. A razlozi protiv su preširok raspon odlučivanja za jednog čovjeka, oskudni financijski resursi, konkurencija, teže prevladavanje oscilacija na tržištu, itd.¹⁰ Započinjanje od nule je riskantan potez koji zahtjeva puno truda, napora i vjere. Ali ako poduzetnik čvrsto vjeruje u sebe i svoj plan, može postići velike rezultate, no prije toga mora se dobro informirati o svemu i postaviti si nekoliko pitanja kako bi na što bolji način započeo realizaciju svoje ideje.

Za razliku od rizične strategije započinjanja od nule, postoji manje rizična strategija, a to je kupnja postojećeg poduzeća. Ta strategija najčešće se savjetuje iz razloga što je manje rizična. Ako se kupi postojeće poduzeće koje je već uspješno i ima već svoje kupce odnosno potrošače, postoji velika šansa za uspješni daljnji nastavak tog poduzeća, a isto tako postoje podaci i o utvrđenim neuspjesima tako da se pogreške ne bi ponavljale. Problem koji se javlja kod ove strategije je problem utvrđivanja vrijednosti poduzeća prije kupnje. Upravo iz toga razloga poduzetnici bi trebali imati dobro znanje o ekonomiji i financijama, te biti upoznati sa poslovnim razlozima zbog kojih vlasnici žele prodat poduzeće. No, međutim zamka u kupnji postojećeg poduzeća može biti prodaja poduzeća zbog zastarjele tehnologije, zbog kratkog životnog vijeka proizvoda koji se prodaje i gubljenja konkurentske prednosti na tržištu, zastarjeli modeli prodaje, distribucije ili promocije. Stoga je bitno da kupac sazna prave razloge prodaje, te dođe do pouzdanih informacija kako bi donio pravu odluku.

Kupnja franšize je još jedna od strategija ulaska u poduzetničke aktivnosti. Ona predstavlja najmanji rizik. Franšizam označuje ugovor između prodavatelja i kupca koji kupcu (franšizantu) dopušta da prodaje proizvod ili uslugu prodavatelja (franšizora). Kupac od prodavatelja dobije već gotovo poduzeće koje je vjerojatno preslika svih ostalih u franšiznom lancu, a osim toga dobije i stručnu pomoć, a primalac franšize se obvezuje da će strogo poštivati upute davaoca franšize o organizaciji i načinu poslovanja i plaćati određenu naknadu. Ono što je bitno naglasiti da franšizanti ne kreću od nule. Ulaskom u franšizni sustav poduzetnik nema zajamčeni uspjeh, mora i dalje uložiti puno truda, sposobnosti, itd.¹¹

Ono što je bitno da poduzetnik zna procijeniti vrijednost poduzeća, što je posebno bitno kod strategije kupnje postojećeg poduzeća. U tablici 2. navedena je osnova za procjenu vrijednosti poduzeća kojom bi se trebali voditi svi poduzetnici koji žele kupiti postojeće poduzeće. S

¹⁰ Dračić, I.: Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje, Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2012., str. 18.

¹¹ Škrtić, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo**, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 174-184.

obzirom da to predstavlja važan korak prije same odluke o kupnji. Potrebno je dobro se informirati o razlozima prodaje određenog poduzeća i samoj vrijednosti.

Tablica 2. Osnova za procjenu vrijednosti poduzeća

	Materijalna imovina	Materijalna i nematerijalna imovina	Nematerijalna imovina
Osnova za procjenu vrijednosti	Tržišna vrijednost imovine (statičke metode)	Procijenjena vrijednosti imovine uvećana za <i>goodwill</i> koji se procjenjuje multipliciranjem profita	Multipliciranje profita (dinamičke metode)
Primjeri	Obiteljska poljoprivredna gospodarstva, maloprodajne trgovine	Mala proizvođačka poduzeća, restorani	Konzalting poduzeća, agencije za nekretnine

Izvor: Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Zagreb, str. 213.

Vidljivo da kod strategija postoje one više i manje rizične, ali svaka od njih nosi rizik. Ukoliko je poduzetnik voljan uložiti više truda i više rizika strategija započinje od nule je idealna, ukoliko želi više igrati na sigurno i manje riskirati za njega su dvije opcije kupnja postojećeg poduzeća ili kupnja franšize. Iako u obadva slučaja jako je bitna poduzetnikova informiranost pogotovo kod kupnje postojećeg poduzeća. Sve tri opcije otvaraju poduzetniku priliku za napredovanjem i postizanju svojih ciljeva, bitna je prvenstveno njegova vizija i ideja kako i na koji način želi krenuti u poduzetnički pothvat.

3.2. Prepreke u razvoju mladih

Mladi se često susreću s preprekama i predrasudama u poslovnom svijetu. Najčešće nisu ozbiljno shvaćeni jer nemaju dovoljno iskustva, te su zbog toga zakinuti u financijskom pogledu, kako bi uopće i mogli pokrenuti poduzetnički pothvat. Mladi su najčešće preplašeni jer smatraju da ne ispunjavaju određene nametnute kriterije, da moraju imati veliku financijsku moć ili dobru vezu. Nedostaje im samopouzdanja i potpore od drugih. Ono glavno što mladi poduzetnik, odnosno općenito poduzetnik treba imati je želju za vođenjem posla,

upornost, fokusiranost na kupca, proizvod ili uslugu, mora znati pretvoriti ideju u djelo. U Hrvatskoj nažalost postoji jako veliki broj visokokvalificiranih mladih ljudi koji još traže posao, malo tko se usudi pokrenuti nešto svoje i ući u poduzetnički pothvat. U tome ih najčešće sprječava strah, nedostatak potpore od obitelji ili prijatelja, boje da se neće uspjeti i da neće imati dovoljnu financijsku potporu. Mladi trebaju početi više riskirati jer u današnje vrijeme je veća vjerojatnost da će uspjeti uspješno pokrenuti vlastit posao nego pronaći posao u struci. Dakle, najveća prepreka u njihovom razvoju najčešće su sami sebi, a onda i ostali čimbenici kao što je radno iskustvo odnosno poslodavci koji imaju prevelika očekivanja. Najčešće traže mlade osobe koje su završile fakultet, da imaju visoku stručnu spremu, da znaju nekoliko stranih jezika i još pri tome da imaju par godina radnog iskustva u struci. To je u današnje vrijeme uz sve studentske obveze pogotovo kao redovan student jako teško postići. Također veliki problem predstavlja što većina srednjih škola i fakulteta nemaju praksu, to jako otežava mladima u pronalaganju posla, a i danas sutra u primjeni nekih vještina. Praksa bi se trebala prakticirati u svim područjima jer na taj način će mladi postati spremniji na primjenu stečenog znanja jednog dana i imati veću šansu za zaposlenje i više samopouzdanja. Dakle, državna tijela bi trebala poraditi na tome da se obvezna praksa uvede u obrazovne sustave.

3.2.1. Uzroci nezaposlenosti mladih

Mladih na tržištu Republike Hrvatske falj. U jedan od uzroka nezaposlenosti mladih spada obrazovani sustav Hrvatske. Prema mišljenju mladih najveći problem obrazovnog sustava je nekvalitetan prijenos znanja i vještina koje su potrebne na tržištu rada. Obrazovni sustavi najčešće nemaju praksu, stoga mlade osobe odlaze na tržište rada nepripremljeni. Također obrazovni sustavi podložni su korupcijama, pa se dešava da pojedine osobe dobivaju diplome na nezasluzen način. Problem predstavlja i neprilagođena upisna kvota studenata, odnosno obrazovne institucije upisuju preveliki broj studenata koji se nakon završetka obrazovanja teško zapošljavaju. Do toga dolazi jer obrazovnim institucijama to predstavlja temeljni izvor prihoda. Također, većina ustanova ne kaže polaznicima pravu istinu o zaposlenosti određenog zanimanja.

Uz obrazovni sustav u uzroke nezaposlenosti mladih spada i nedostatak radnog iskustva. Većina poslodavaca traži radno iskustvo, a s obzirom na već spomenuti nedostatak stručne prakse, mladi ga nemaju. Isto tako mladi teško dolaze do informacije vezanih za pokretanje

vlastitog posla, a nažalost institucije u Hrvatskoj koje bi trebale pružiti informacije mladima najčešće daju površne informacije. Ali isto tako smatra se da mladi ne koriste dovoljno dostupne alate za traženje posla i to nažalost negativno utječe na njih i njihovo zaposlenje pa tako i na tržište rada. Također u jednom članku mladi navode kako je u Hrvatskoj trenutno najveći problem poticanje bolje poduzetničke klime koja se osjeti u mentalitetu koji blokira razvoj tržišta, te u nedostatku dovoljne količine stručnog kadra koji fali na tržištu rada. Osim navedenih čimbenika, postoje i psihološki. Naime, o tome koliko će određena osoba uspjet ili ne ovisi i od njega samog, o njegovoj upornosti, želji, volji, znanju i ideji. Samopouzdanje je također bitan dio uspjeha, a većina mladih to nažalost nema zbog brojnih čimbenika kao što su nedostatak potpore najbližih, nesigurnosti u realiziranje ideje, strah od nedovoljno financijske potpore, strah od neuspjeha, itd. Kod većine mladih pojavljuju se nerealna očekivanja, također nisu svjesni da bi i nakon obrazovanja trebali ulagati u svoje znanje. Mladi se često povezuju kao lijeni, skloni lakom odustajanju, nespremnosti na rizik i naviknutosti da im netko drugi sredi posao i da uvijek traže nešto više, itd. Nažalost, postoje takvi pojedinci, ali problem je što takvu sliku ne čine svi mladi, a u većini slučajeva prikazani su na taj način.

U Hrvatskoj nažalost postoji korupcija, a osim toga problem predstavlja i zapošljavanje odnosno dobivanje posla preko veze. Puno stanovnika Republike Hrvatske smatra kako država ima zakone koji se uopće ne provode, a i ako se provode da provedba nije dovoljno kvalitetna. Također, mišljenja za rad Hrvatskog zavoda za zapošljavanje nisu baš pozitivna. Naime, većina ih smatra da je to samo formalna procedura i da nemaju pomoć od toga jer ne dobivaju dovoljno podrške.¹² Većina poduzetnika u Hrvatskoj trenutno je nezadovoljna zbog poreznih propisa glede profita, isto tako smatraju da Vlada ne potiče njihov rad i rast odnosno da nema dobro definiranu politiku podrške.

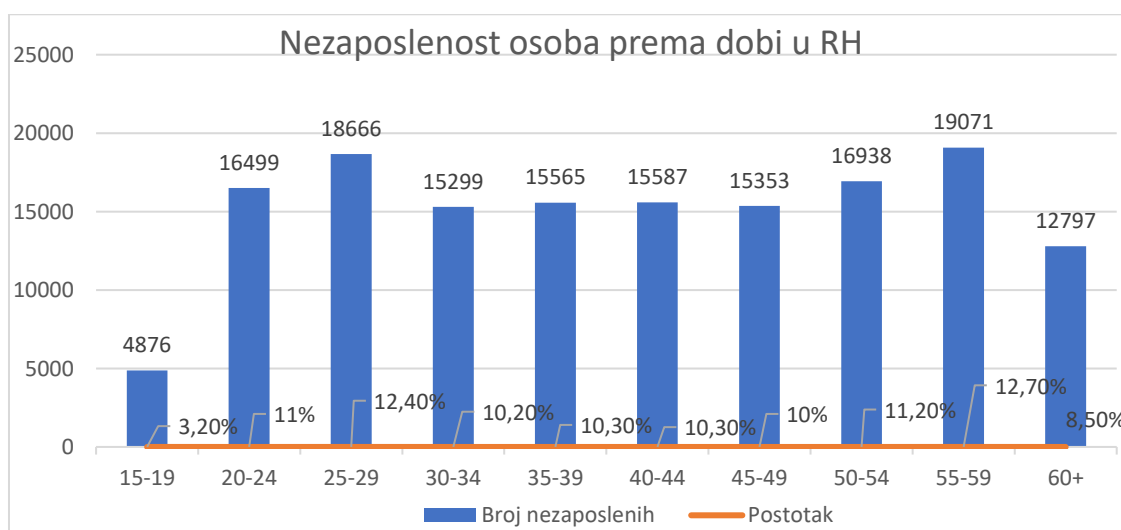
Ono što je vidljivo da postoje uzroci nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj, no bezobzira na njih najvažnije je da ne odustaju od svojih namjera i da daju sve od sebe da uspiju. Država trebala poraditi na poboljšanju obrazovnih institucija od kvalitetnijeg prenošenja znanja i primjene prakse do suzbijanja korupcije i pomoći mladi u boljem pružanju potrebnih informacija, te poraditi na provođenju nekih od zakona, smanjenju poreza i

¹² Buković, N., „Tko se boji velike zločeste krize?“ Strukturirani dijalog o nezaposlenosti mladih, Istraživački izvještaj, **Mreža mladih Hrvatske**, Zagreb, str. 44–61. Dostupno na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/MMH_tko_se_boji_web.pdf (02.07.2020.)

liberalnijoj vladi. Mladi bi trebali poraditi na upornosti, volji i samouvjerenosti kako bi usprkos preprekama uspjeli u poslovnom svijetu.

Prema istraživanju i statistici hzz-a prema spolnoj nezaposlenosti osoba od ukupnoga broja nezaposlenih u lipnju 2020. pokazano je da su 66.233 nezaposlena bila muškarca (44,0 %) i 84.418 nezaposlenih žena (56,0 %). Broj nezaposlenih muškaraca smanjen je za 33,8 %, a žena za 34,7 % u odnosu na lipanj 2019. godine. Udio muškaraca u evidentiranoj se nezaposlenosti u promatranome razdoblju smanjio, a žena povećao za 0,2 postotnih bodova. Prema razini obrazovanja nezaposlenih osoba, prikazano je da su najbrojnije osobe koje imaju završenu srednju školu u trajanju od 3 godine i školom za KV i VKV radnike. Nakon njih su osobe sa završenom srednjom školom u trajanju od 4 i više godina i gimnazijom, te osobe sa završenom osnovnom školom. Zatim, osobe sa završenim fakultetom, osobe s prvim stupnjem fakulteta i osobe sa višom školom i stručnim studijem. Nakon njih slijede, osobe bez škole i nezavršenom osnovnom školom. Kada su se usporedili ovi podaci s istim mjesecom prošle godine, vidljivo je da se broj nezaposlenih povećao u svim obrazovnim skupinama. Najveće povećanje vidljivo je u skupini osoba sa završenom srednjom školom u trajanju od 4 i više godina i gimnazijom, a najmanje u skupini osoba bez škole i nezavršenom osnovnom školom.¹³ Nezaposlenost osoba prema dobi prikazana je na slici broj 1. u razdoblju od 15 do 60 i više godina.

Slika broj 1. **Nezaposlenost osoba prema dobi u lipnju 2020. godine**



Izvor: Izrada autora prema podacima hzz-a, Hrvatski zavod za zapošljavanje, mjesečni statistički bilten, 2020.

¹³ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Mjesečni statistički bilten, 2020. Dostupno na: https://www.hzz.hr/content/stats/0620/HZZ_stat_bilten_06_2020.pdf (03.07.2020.)

Iz priloženog je vidljivo da je stopa nezaposlenosti mladih visoka, pogotovo kod onih u dobi od 25-29 godina, što je jako loše. Najvišu stopu nezaposlenosti bilježi starosna grupa ljudi od 55-59 godina, što nije toliko veliki problem jer je riječ o ljudima starije dobi, dok grupa od 25-29 godina predstavlja veći problem jer se radi o mladim ljudima, odnosno glavnoj pokretačkoj radnoj snazi. Razlog tomu je vjerojatno što u tom periodu završavaju svoje obrazovanje, a ne mogu naći posao u struci ili poslodavci postavljaju prevelike kriterije za zaposlenje ili još niz drugih pretpostavki koje su navedene u radu. Mladima je potrebno stvoriti uvjete za rad, jer mladi su ti koji su potrebni za pokretanje gospodarstva zemlje. Oni unose inovativnost, znanje, energiju i nova radna mjesta. Prema pokazateljima u odnosu na isti mjesec prošle godine, nezaposlenost je povećana u svim dobnim skupinama. Najveće povećanje nezaposlenosti evidentirano je u skupini osoba od 20 do 24 godina za 67,5%, te od 25 do 29 godina za 57,7%, a najmanje u skupini od 60 i više godina za 11,0%

3.2.2. Posljedice nezaposlenosti mladih

Mladi predstavljaju pokretačku snagu društva, te su jako bitan faktor razvoja svake države. Nažalost, hrvatska se susreće sa ekonomskim, političkim i socijalnim posljedicama nezaposlenosti mladih. Globalna ekonomska kriza uzrokovala je poremećaj na tržištu rada, a mladi su postali kritična skupina koju su pogodile posljedice. Mjere koje su se provodile u suzbijanju nezaposlenosti mladih nisu urodile plodom zbog obrazovnog sustava koji nije vodio računa o zahtjevima tržišta rada. Nezaposlenost je jedan od najvećih problema današnjice, a od njega proizlaze sljedeće posljedice. Ekonomske posljedice odnose se na gubitak prihoda pojedinca što utječe na smanjenje njegove kupovne moći što rezultira padom prihoda u sektorima gospodarstva. Problem se najčešće pokušava riješiti snižavanjem troškova, što najčešće rezultira otpuštanjem radnika i time se zapravo nastavlja začarani krug nezaposlenosti. Socijalne posljedice mogu se izraziti kao mentalno stanje nezaposlene osobe. Najčešće se dešava da pojedinac posrne konzumiranju alkohola, kreću neke kriminalne radnje, odlaze u neki svijet mašte, itd. Također sve se to odražava i na pad nataliteta jer se zasnivanje obitelji odgađa. Političke posljedice najviše stvaraju probleme u smanjenu državnih prihoda jer što je veći broj nezaposlenih to je manje poreznih obveznika. Ono što proizlazi iz navedenog problema je da se država suočava sa proračunskim deficitom koji mora podmiriti, a to radi najčešće na način da poveća porez. Zbog takvih postupka izbijaju prosvjedi i nezadovoljstvo pojedinaca što stvara političku nesigurnost zemlje. Problem koji je trenutno najveći u Republici Hrvatskoj je iseljavanje mladih. Naime, dešava se odljev

mozgova, educirane mlade osobe odlaze u druge zemlje u potrazi za boljim uvjetima. To državi jako škodi jer gubi mladu educiranu snagu koja je glavni pokretač gospodarstva. Hrvatska se isto tako bori i sa demografskom slikom u kojoj je veći broj starije populacije, a samim iseljavanjem mladih, demografska slika se još više pogoršava.¹⁴ Prema zadnjim statistikama HZZ u lipnju 2020 godine nezaposlenost mladih do 29 godine iznosila je 40.041.

Kako bi se spriječile sve navedene posljedice potrebno je što više povećati motivaciju mladih. Mladim treba osigurati da steknu sve potrebno znanje i vještine koje će moći primijeniti i mjesta na kojima će moći napredovati. Trebaju imati uvjete za rad i priznanja koja zaslužuju. Na taj način bi se mogla smanjit njihova želja za odlaskom u druge zemlje, što je od presudne važnosti. Odlazak mladih obrazovanih ljudi jako šteti državi, jer se gubi veliki potencijal što se negativno odražava na gospodarstvo i cjelokupno društvo.

Jedna od velikih i ozbiljnih posljedica koja se stvara kod pojedinaca je psihofizički problem. Naime, nezaposlenost stvara depresiju i nesigurnost kod ljudi, osjećaj nezadovoljstva, što se odražava i na zdravstvene probleme. Kod mladih i općenito nezaposlenih osoba javlja se strah za budućnost i egzistencijalne potrebe. Samim problemom nezaposlenosti, pojedinaca kad dobije priliku za posao, spreman je prihvatiti bilo što jer više nema vremena za čekanje i jednostavno nema izbora. Prihvataju poslove 'nižeg' ranga u odnosu na njihove kvalifikacije. Također postoje pojedinci koji s vremenom izgube volju za traženjem posla, pa postaju generacija ljudi koji su navikli na život od državne pomoći. S druge strane stvara se grupa ljudi koji ne odustaju od svoje ambicioznosti, ali se služe radnjama koje su u većini slučajeva ilegalne.¹⁵ U Tablici 3. prikazana je tipologija posljedica nezaposlenosti mladi.

Tablica 3. **Tipologija posljedica nezaposlenosti mladih**

Vremenska dimenzija	Kratkoročno	Dugoročno
Individualna razina	Psihofizički problemi	Negativna percepcija životnih šansi
Društvena razina	Širenje društvenog nezadovoljstva	Gubitak društvenog potencijala

¹⁴ Bilić, N., Jukić, M.: „Nezaposlenost mladih-ekonomski, politički i socijalni problem s dalekosežnim posljedicama za cjelokupno društvo“, **Pravni vjesnik**, vol.30, br.2, 2014., str. 493-494. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/132450> (03.07.2020.)

¹⁵ Buković, N.: „Tko se boji velike zločeste krize?“ Strukturirani dijalog o nezaposlenosti mladih, Istraživački izvještaj, **Mreža mladih Hrvatske**, Zagreb, str. 72.. Dostupno na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/MMH_tko_se_boji_web.pdf (03.07.2020.)

Izvor: Buković, N.: Tko se boji velike zločeste krize? Strukturirani dijalog o nezaposlenosti mladih, Mreža mladih Hrvatske, Zagreb, str. 72.

Danas je mladima prelazak u svijet odraslih postao sve teži proces. Zbog obrazovanja koje sve duže traje i nije najčešće usklađeno s potrebama na tržištu rada, zbog sve većih tržišnih kriterija, itd. Gospodarska kretanja najčešće uzrokuju porast nezaposlenosti koji najviše pogađa mlade bez radnog iskustva. Mladi sve kasnije ulaze na tržište rada i u usporedbi sa svojim roditeljima, puno kasnije se osamostaljuju. Na to se nadovezuje sve kasnije zasnivanje obitelji i uključivanje u društveni život. Mladi se također minimalno uključuju u politiku jer joj ne vjeruju. Mladi na različite načine izražavaju svoje nezadovoljstvo, neki se mirno prilagođavaju dok neki stvaraju bunt i iskazuju oblike devijantnog ponašanja.

3.3. Značaj poduzetništva mladih

Mladi predstavljaju bitnu stavku u pokretanju i razvoju poduzetništva. Oni su ti koji unose inovativnosti, energiju, nova znanja i vještine. Sastavan su dio daljnjeg poslovanja i dio cjelokupnog društva. Ukoliko nema mladih, gospodarstvo i poduzetništvo ne mogu funkcionirati jer nemaju dovoljno radne snage koja bi mogla pokrenuti gospodarstvo države, a sve više mladih zbog uvjeta u Hrvatskoj odlazi van. Time hrvatska gubi glavnu pokretačku snagu, glavni resurs. Ono što je bitno da poduzetnik ima je strast prema poslu, kreativnost, samouvjerenost, upornost, inovativnost, ambicioznost, predanost, itd., bez toga teško da može uspjeti.

Poduzetništvo mladih i općenito poduzetništvo je ključna zadaća ekonomskog razvoja. Zemlja ne može opstati bez skupine poduzetnika ili menadžera koji su spremni preuzeti rizike, otvoriti nove pogone, uvesti nove tehnologije i nove načine poslovanja. Poduzetništvo i inovacije uspijevati će kada vlasnička prava budu jasna i potpuna, a porezi i drugi načini iscrpljivanja zarade budu niži. Većina razvijenih zemalja svoje blagostanje duguje upravo poduzetništvu i uspješnim poduzetnicima. Oni su ti koji svojom upornošću, idejama, inovativnosti pridonose društvenom blagostanju. Da bi oni uopće uspjeli u svojim namjerama potrebno im je stvoriti uvjete za poduzetničku slobodu i otvoriti im mogućnost brzog i jednostavnog pokretanja njihovih poduzeća. Država treba poticati razvoj poduzetništva i olakšati rad poduzeća. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj predstavlja veliki potencijal upravo zbog problema u kojoj se hrvatska nalazi, a to je visoka stopa nezaposlenosti i ekonomska neefikasnost.

Poduzetništvo ima veliki utjecaj na rast zaposlenosti, porast životnog standarda, ravnomjerna raspodjela, rast efikasnosti, itd. Poduzetnici imaju najviše primjedbi na birokraciju, izostanak državne potpore, poreze i nejasne propise što stvara velike probleme u provođenju poduzetničkog pothvata. Mladi nakon završetka obrazovanja predstavljaju veliku nadu i potencijal u svijetu poduzetništva, ali država sa svojim pristupom i nedovoljnom podrškom ih odvlači od tog puta. Na njima ostaje sve, oni su glavni izvor 'energije', uz njihovu upornost i željom za stvaranjem nečeg novog zemlja bi mogla podići razinu blagostanja i razvijenosti. No, država ih koči u njihovoj inovativnosti jer mladi u većini slučajeva nailaze na administrativne prepreke, posebno ako se radi o drugačijim kreativnim pothvatima, kojih nema na tržištu. Stoga je u Hrvatskoj puno lakše osnovati poduzeće koje će se baviti već poznati poslom. Na taj način koči se kreativnost mladih i mogućnost za bolji razvoj zemlje.¹⁶

Mladima je potrebno osigurati bolje uvjete i pristupe tržištu rada, s obzirom da kao problem ističu transparentnost i povjerenje u vlast, treba poraditi na tome da im se vrati vjera i pouzdanje da mogu uspjeti u svojim namjerama bez ograničenja. Ukoliko se osigura bolji način, tj. bolji uvjeti ulaska u poduzetnički pothvat i samo djelovanje u njemu, povećati će se i broj mladih poduzetnika, a samim time stvoriti i bolji standardi života u Hrvatskoj. Sa svojim produktivnim djelovanjem i inovativnošću mladi mogu dovesti do velikih boljitaka i unapređenja poslovanja. Mladima je zastrašujuće pokrenuti vlastiti posao, no jednako je zastrašujuće ako se pokrene i kasnije jer i tad se može puno toga izgubiti. Uz više medijske pažnje mladi poduzetnici bi mogli još više doprinijeti gospodarstvu.

¹⁶ Gregorić, M., Hegeduš, I.: „Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske“, **Obrazovanje za poduzetništvo**, E4E, 8 (Special issue/Posebni), 2018., str.23-40. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196926> (04.07.2020.)

4. STRUČNO USAVRŠAVANJE I POTPORNİ PROGRAMI U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Obrazovanje

Ciljevi poduzetničkog obrazovanja odnosi se na razvijanje stavova i vještina koji su potrebni mladim ljudima kako bi pokrenuli i vodili posao. Poduzetničko obrazovanje omogućuje učenicima pretvaranje kreativnih zamisli u poduzetničko djelovanje. Poduzetništvo se ne odnosi samo na ekonomske aktivnosti i poslovno stvaranje već i na sva područja života i društva.¹⁷ U današnje vrijeme sve više se javlja svijest o važnosti poduzetništva, te se tako povećao i broj obrazovnih institucija koje nude poduzetništvo kao jedan od predmeta. Edukatori poduzetništva imaju za cilj obrazovat pojedince kako bi po završetku obrazovanja imali znanje o poslovnim okruženjima i mogli primijenit svoje znanje. U definiciji Europskog parlamenta i Europskog vijeća, poduzetništvo se navodi kao sposobnost pojedinca da naučenu teoriju pretvori u djela, te ga karakterizira kreativnost, inovativnost, sposobnost preuzimanja rizika, planiranje, organiziranje i vođenje.

U Europi postoji Oslo agenda koja predstavlja preporuke Europske unije za razvoj poduzetničkog učenja u obrazovanju odnosno daje smjernice kako ojačati poduzetništvo. Neke od smjernica su podržavanje prakse gdje učenici mogu biti uključeni u neki projekt poduzeća, uvesti inovativne metode za obuku nastavnika, uklopiti evaluaciju sustavno u svim programima. Poduzetnička kompetencija sastoji se od određenih znanja, stavova i vještina, odnosno ona uključuje preuzimanje odgovornosti, pozitivan stav prema promjenama, ispunjenje ciljeva i motiviranost. U današnjem vremenu dolazi do modernizacije obrazovanja, pa su se tako pojavile i simulacije kao alat za razvoj kompetencija. Poslovne simulacije predstavljaju oblik aktivnih metoda učenja i poučavanja s naglaskom na timski rad. A ciljevi simulacije su da pomognu studentima u razvijanju kompletnog uvida u poslovanje, razvijanje razumijevanja i upravljanja osnovnim pravilima poslovanja i vještinama pri donošenju odluka, unaprjeđenje sposobnosti sagledavanja financijskih posljedica donošenja odluka, pružanje studentima praktična iskustva u timskom radu u rješavanju problema, te buđenje natjecateljskog duha na tržištu.¹⁸ Republika Hrvatska smatra obrazovanje jako bitnim

¹⁷ Europska komisija/EACEA/Eurydice, (2016), **Poduzetničko obrazovanje u školama u Europi**, Izvešće Eurydicea. Ured za publikacije Europske unije u Luksemburgu. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurydice> (04.07.2020.)

¹⁸ Ferk, M.: „Razvoj poduzetničke kompetencije kroz korištenje poslovnih simulacija“, **Učenje za poduzetništvo**, vol.1, br.1, 2011., str. 142-149 . Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130097> (04.07.2020.)

temeljem za daljnji poslovni razvoj. Omogućuje svakom pojedincu bezobzira na dobnu skupinu da pristupi obrazovanju. Nacionalnim programom za mlade nastoji se unaprijediti sustav formalnog obrazovanja, te se nastoji staviti naglasak na neformalno obrazovanje i razvoj područja rada s mladima. Kompetencije koje se smatra ključnim za život i za mogućnost rada u poslovnom svijetu smatraju se: sposobnost komunikacije na materinjom i stranom jeziku, matematička kompetencija, digitalna, socijalna i građanska, smisao za poduzetništvo, kulturno izražavanje i sposobnost učenja. Obrazovanje osim nužnih stavki kao što je određeno 'znanje' donosi mladima i osobni i društveni razvoj. Na taj način rade na svom samopouzdanju, izgradnji kvalitetnih osobina. U Hrvatskoj postoje Udruge za mlade koje rade s mladima, takve aktivnosti mogu pružati i javna tijela i ustanove. No takve Udruge se najčešće suočavaju sa preprekama kao što su institucionalne i financijske podrške.¹⁹

Prema istraživanju mladih za 2018./2019. godinu samo 5% mladih smatralo je da se na njihovim obrazovnim ustanovama ne događa korupcija, što je jako negativan rezultat. Istraživanje je također pokazalo da višu prosječnu ocjenu ostvaruju oni koji su pod manjim stresom i koji ulažu više vremena i truda u učenje, isto tako pokazalo je da financijska situacija u kućanstvu utječe na stupanj obrazovanja. Što se tiče kvalitete obrazovanja njome je zadovoljno 41%, a nezadovoljno 22% ispitanika, a donekle zadovoljno ih je 37%. Prosječna ocjena obrazovanja u Hrvatskoj iznosi negdje 3.2, na ljestvici od 1-5. Hrvatska po kvaliteti obrazovnog sustava prema Svjetskom ekonomskom forumu nalazi se na 112. mjestu od 137 država. Također u navedenom istraživanju pokazalo se da 51% mladih smatra da sustav obrazovanja i osposobljavanja u hrvatskoj nije dobro prilagođen tržištu rada.²⁰ Iz navedenog istraživanja i statistike vidljivo je da obrazovanje u Hrvatskoj ne zadovoljava barem određene kriterije, stoga je potrebno dodatno ulaganje u obrazovne institucije jer one su ključne za stjecanje znanja. Iz njih mlade osobe trebaju izaći s dovoljnim znanjem da uđu u poslovni svijet.

Mladi poduzetničke vještine mogu razviti već i na fakultetu. I to na način da se odabere dobar kolegiji. Teorijsko znanje je jako važno i stvara temelj uspjeha, stoga je potrebno unaprijediti znanja i vještine u području poslovanja i financija. Potrebno je da se mladi sve više usredotoče na kolegije kao što su marketing, financije, računovodstvo i menadžment. Na taj

¹⁹ Ministarstvo socijalne politike mladih, **Nacionalni program za mlade za razdoblje od 2014. do 2017. godine.** Dostupno na: <https://mdomsp.gov.hr/istaknute-teme/mladi-i-volonterstvo/mladi-9015/nacionalni-program-za-mlade-9024/9024> (04.07.2020.)

²⁰ Gvozdanić, A., Ilišin, V., **Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019.** Dostupno na: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/15291.pdf> (04.07.2020.)

način se razvijaju vještine analize i strateškog razmišljanja. Danas mnoge firme svoje poslovanje temelje na analizi podataka i empirijskim istraživanjima, pa je vrlo važno na takav način razmišljati već i tijekom fakulteta. Ono što fakultet nudi je i umrežavanje, odnosno stjecanje poznanstava, što je jako korisno jer jednog dana poznanstvo sa određenim osobama može dovesti do odličnih partnerstva. Tijekom studiranja stječe se i organizacija vremena. Fakultet donosi brojne obveze, koje je potrebno uskladiti i obavljati sve na vrijeme, što mladima osobama već stvara pozitivnu vrlinu koja će im jako dobro doći u svijetu poduzetništva. Vrlina velikih poduzetnika je dobra organizacija vremena.

Zajednički projekti na fakultetu su također od velike važnosti. Istraživanja su pokazala da *start up* sa dva osnivača ima 50% veće šanse za uspjeh, stoga je suradnja jako bitna, a kroz različite zajedničke projekte na fakultetu može se unaprijediti. Putovanja su također izvor novih iskustava, koja mogu proširiti znanje, stoga fakulteti nude putovanja koja mladima dobro dođu i za odmor i za 'učenje'. Prezentacije i javni govori na fakultetima razvijaju verbalnu i pismenu komunikaciju kod studenata, stoga imaju ključnu ulogu na razvijanje vještina izražavanja i izgradnju samopouzdanja. Tijekom fakulteta bitno je uključiti se u manje projekte i naučiti kako preuzimati rizik, na taj način naučit će vještinu kalkuliranog preuzimanja rizika. Za studente je jako dobro da iskoriste priliku za volontiranje. Na taj način stječu veliko iskustvo u rješavanju životnih problema i razvijanju profesionalne mreže. Ono što fakultet nosi je veliki broj obveza koji uključuje uspone i padove. Stoga ih uči upornosti i ne odustajanju.²¹

4.2. Državni potporni programi

U Hrvatskoj su za programe poticanja poduzetništva zadužene tri institucije, a to su Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) i Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO). Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) potiče poduzetništvo mladih, žena i početnika posebnom kreditnom linijom prilagođenom za njih i uz više nego primamljive kamate.

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) pruža podršku malim i srednjim poduzetnicima. Daje im profesionalne i stručne usluge, pomaže im u traženju međunarodnih partnera, pruža poslovnu pomoć, najam laboratorija, ureda, soba, nudi mentorstvo za studentske projekte i razvoj poslovnih ideja, itd. Osim navedenog pruža

²¹ Mogulić, N. (2019.), Poduzetničke vještine razvijaju se već na fakultetu: I studenti mogu biti poduzetnici, **Poduzetnik**. Dostupno na: <https://poduzetnik.biz/> (20.07.2020.)

međunarodnu suradnju odnosno međunarodnom suradnjom HAMAG-BICRO kontinuirano spaja domaće i strane partnere na međunarodnim projektima. Također, ako pojedinac ima dobro razvijenu ideju i poslovni plan, postoji mogućnost osiguravanja jamstva ili direktno financiranje putem zajma HAMAG-BICRO, te može ostvariti povoljnije uvjete financiranja putem banaka. HAMAG također ima natječaje za poticanje malog i srednjeg poduzetništva putem bespovratnih potpora.²²

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta ima projekt kojem je cilj poticanje mladih na obrazovanje u zanimanjima koja su tražena i deficitarna na tržištu rada u cilju stjecanja vještina za samostalan rad u zanimanju te razvoj socijalnih i poduzetničkih kompetencija. Učenička stipendija iznosi 18.000,00 kuna na godišnjoj razini. Osim navedenog projekta, nude se još različite potpore.²³

Kako bi se što više pomoglo poduzetnicima, u Hrvatskoj postoje potporne institucije kao što su poduzetnički centri, poduzetničke zone i poduzetnički inkubatori. Zadaća poduzetničkih centra je informiranje, pružanje savjetodavnih usluga, izrada, procjena poduzetničkih projekata, nalaženje financijskih izvora, pronalaženje poslovnih partnera, seminari za poduzetništvo, itd. Poduzetnički centri nalaze se u svim županijama, gradovima i općinama. Oni uvelike pomažu poduzetnicima u prikupljanju informacija i svega što im je potrebno za ulazak u poduzetnički pothvat. Poduzetničke zone predstavljaju područja koja su namijenjena obavljanju gospodarskih djelatnosti, koja imaju izgrađene prometnice i komunalnu infrastrukturu. Poduzetničke zone rješavaju probleme poduzetnika za poslovnim prostorom.²⁴

U suvremeno doba u Hrvatskoj pojavile su se nove metode, kao što su poduzetnički centri koji služe za opstanka poduzeća odnosno poticanje novih poduzetničkih poduzeća. Poduzetnički inkubator predstavlja organizacijski sustav kojem je cilj poduprijeti novoosnovana poduzeća, koja tek počinju poslovati i nemaju vlastiti prostor. Inkubator nudi usluge kao što su menadžment savjetovanje, pristup informacijama, tehnička pomoć, povoljni zakupi i mogućnost proširenja prostora. Poduzetnički inkubatori jako pomažu u mladim poduzetnicima odnosno početnicima jer ima nude povoljnije usluge zakupa od tržišnih.²⁵

²² HAMAG-BICRO. Dostupno na: <https://hamagbicro.hr/> (20.07.2020.)

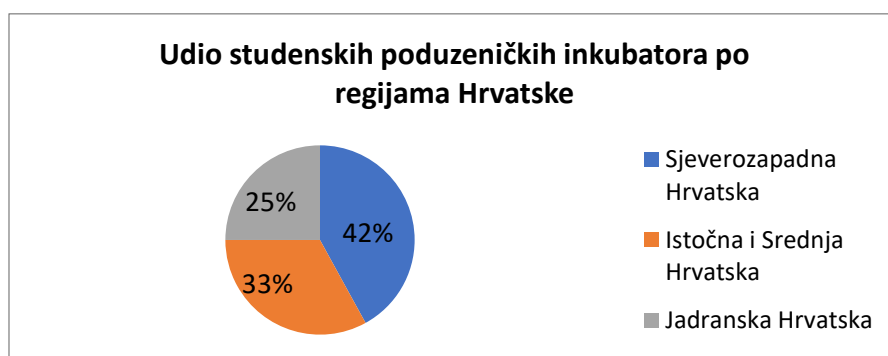
²³ Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. Dostupno na: <https://gospodarstvo.gov.hr/uprava-za-poduzetnistvo-i-obrt-11197/11197> (20.07.2020.)

²⁴ Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2020., str. 129-134.

²⁵ Bošnjak, S.: „Poslovni inkubator kao generatori razvoja poduzetništva“, **Praktični menadžment**, vol.2, br.2, 2011., str. 52. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76452> (05.07.2020.)

Postoje skupine koje imaju prednosti pri ulasku u poduzetnički inkubator, a to su *star-up* i mali poduzetnici do 2. godine starosti, poduzetnici s invalidnošću, poduzetnice, poduzetnici koji se bave informacijskim tehnologijama, proizvodnim i uslužnim djelatnostima te poduzetnici osnivači do 30 godina starosti. Inkubatori mogu biti financijski podržani uz pomoć posebnih programa nadležnih ministarstava, ukoliko se utvrdi ispunjenje uvjeta. A uvjeti su poslovni prostor, zainteresiranost poduzetnika, interes lokalne uprave i drugih institucija za takav oblik organiziranosti. Poduzetnički inkubatori služe kao alat u edukaciji poduzetništva. Kroz njih se usvajaju temeljne poduzetničke kompetencije kao što su znanje, vještina, stavovi itd. Također studentski inkubatori omogućavaju studentima savjetodavnu, administrativnu i organizacijsku podršku. U Hrvatskoj postoji 12 studentskih poduzetničkih inkubatora.²⁶ Jedan od njih nalazi se na Ekonomskom Sveučilištu u Zagrebu. Pomoću njega studentima poduzetnicima tijekom studiranja omogućava se realiziranje njihovih ideja, osigurava im se prostor, računalna oprema, pristup internetu, stručna pomoć i mogućnost početnog financiranja. Vizija studentskih poduzetničkih inkubatora je pomoći studentima da budu vlasnici uspješnih tvrtki s ciljem doprinosa razvoja poduzetništva i gospodarskom razvoju. A ono što je najvažnije je da se iskoristi potencijal mladih ljudi, a taj najvredniji resurs je znanje u koje treba ulagati.²⁷ Studentski poduzetnički inkubatori osim u Zagrebu nalaze se još u Splitu, Puli, Vukovaru, Osijeku, Požegi, Rijeci, Križevcima i Bjelovaru. Na slici broj 2 prikazan je udio studentskih poduzetničkih inkubatora po regijama.²⁸

Slika 2. Udio studentskih poduzetničkih inkubatora u RH



Izvor: Čubela, K.: Studentski poduzetnički inkubatori u Republici Hrvatskoj, diplomski rad, Zagreb, str. 13.

²⁶ Čizmadija, I., Stanković, D.: „Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo“, **Učenje za poduzetništvo**, vol.1, br.1, 2011., str. 131. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130096> (05.07.2020.)

²⁷ Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2020, str. 133.

²⁸ Čubela, K. (2019.) Studentski poduzetnički inkubatori u Republici Hrvatskoj. Diplomski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet, str. 11.

Prema statistici vidljivo je da u Hrvatskoj postoji razvijeni broj studenskih poduzetničkih inkubatora, što je jako dobro. Studenski inkubatori itekako pridonose boljitku u svijetu mladih i poduzetništva. Njihova glavna zadaća je svojim kvalitetnim obrazovanjem osposobit mlade ljude za pokretanje vlastitih poduzeća, a uz to razvijaju kod mladih vještine kao što su timski rad, samostalnost, kreativnost, samopouzdanje.

Start-up inkubatori pojavili su se zbog problema neprilagođenosti obrazovnih sustava za potrebe tržišta rada i zbog nedovoljnog znanja mladih u korištenju novih tehnologija. *Start up* označava pokretanje poduzetničkog pothvata. *Start-up* inkubator čini skupinu ljudi povezanih društvenim mrežama temeljem zajedničkih interesa pri pokretanju poduzetničkog pothvata. Ono što *start-up* inkubator podrazumijeva je prostor i kompjuterska infrastruktura za početne poduzetnike. Inkubator im nudi da pod vrlo povoljnim uvjetima ili besplatno koriste prostor s ciljem razvoja svoje poduzetničke ideje. Postoje 4 faze razvoja *start-up* inkubatora. Prva faza odnosi se na odluku o osnivanju, druga na javnu komunikaciju s potencijalnim korisnicima, treća na okupljanje korisnika i četvrta faza završetak inkubiranja. U inkubator se primaju korisnici od završene srednje škole do 29 godina.²⁹ *Start-up* pruža mladima podršku u razvijanju njihovih kreativnih ideja, te im omogućava i daje na korištenje prostor i sve potrebne tehničke odnosno programske usluge.

U Republici Hrvatskoj prvi inkubatori pojavili su se 1991. godine, a nastali su na inicijativu Ministarstva u Zagrebu, Rijeci i Sisku. Najčešći stanari u inkubatorima su mladi poduzetnici, početnici, a najčešće provode 3,5 godine u inkubatoru. Stanari ostaju u inkubatoru iz više razloga, a neki od njih su povoljan najam prostora, dobra poslovna klima i infrastruktura, savjetodavna i logistička pomoći i podrška djelatnika. Inkubatori mogu imati veliki utjecaj na uspješan razvoj ekonomije jer povećavaju broj uspješnih poduzetničkih pothvata, te samim time smanjuju stopu nezaposlenosti.³⁰

Državni potporni programi imaju jako veliki utjecaj na razvoj poduzetništva. Pomažu poduzetnicima u pokretanju njihovih poduzetničkih pothvata i pružaju osjećaj sigurnosti. Iako je još potrebno ulagati u nove institucije i razvoj postojećih kako bi se što više zadovoljile potrebe poduzetnika za različitim uslugama. Ali ono što je zapravo najvažnije dolazi od same osobe, a to su znanje i motivacija koju mora imati za uspjeh.

²⁹ Zrlić, N., Širola, D.: „Razvoj poduzetništva mladih- neiskorišteni potencijal Hrvatske“, **Zbornik Veleučilišta u Rijeci**, vol.1, br.1, 2013., str. 96. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/103433> (05.07.2020.)

³⁰ Bošnjak, S.: „Poslovni inkubator kao generatori razvoja poduzetništva“, **Praktični menadžment**, vol.2, br.2, 2011., str. 54-55. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76452> (05.07.2020.)

4.3. Poticajni programi i Udruge u razvoju poduzetništva mladih

U Hrvatskoj postoji svijest o razvoju poduzetništva i poticanju mladih, pa tako postoji i nekoliko programa i udruga o poticanju mladih u poduzetništvu. Jedan od jako korisnih programa je Erasmus za poduzetnike početnike. Osnovan je 2009. godine od strane Europske unije. Cilj ovog programa je pružanje prilike mladim poduzetnicima da razviju i unaprijede svoje znanje i vještine odlaskom u druge zemlje kod iskusnijih poduzetnika i tamo provedu neko vrijeme. Program pruža usavršavanje i učenje, razmjenu znanja i iskustva, novu poslovnu suradnju, omogućuje i mladim i iskusnim poduzetnicima da steknu nova znanja i unaprijede svoje poslovanje. U sam program mogu biti uključeni novi poduzetnici odnosno oni koji planiraju otvoriti poduzeće ili oni koji ih već imaju (domaći poduzetnici) ali koja su do 3 godine stara i posredničke organizacije koje su nadležne za provođenje programa. To su gospodarske komore, razvojne agencije i poslovni inkubatori. Takve posredničke organizacije pružaju financijsku i praktičnu pomoć novim poduzetnicima od 1 do 6 mjeseci. Također pronalaze poduzetnika koji bi se najviše podudarao sa potencijalnim poduzetnikom.³¹

Potreba za ovakvim programima je što veća, jer na taj način mladi poduzetnici najbolje stječu znanje i vještine koje su im potrebne i još uz to imaju nezaboravno iskustvo. Plavi ured je organizacija koja puno pomaže mladim poduzetnicima. Službeni naziv Plavog ureda je Zagrebački inovacijski centar d.o.o. poslovna jedinica Poduzetnički centar. Na njihovoj web stranici nude se različite besplatne usluge i informacije koje uvelike pomažu i odgovaraju na različite upite od strane korisnika. Također plavi ured organizira i različite edukacije za mlade poduzetnike. Osim što pruža znanje i iskustvo, plavi ured omogućuje upoznavanja s drugim poduzetnicima, stručnjacima, itd. Aktivnosti koje nudi Plavi ured podijeljene su u četiri skupine: edukacija, savjetovanje, programi potpore i promicanje poduzetničke kulture. Ciljevi plavog ureda su podizanje poduzetničke kompetencije, omogućavanje i poboljšavanje pristupa izvoru informacija, jačanje poduzetničke klime i stvaranje pozitivnog poduzetničkog okruženja.³²

U Hrvatskoj postoji i Udruga mladih pod nazivom Mladi u Europskoj uniji. To je neprofitna, nevladina Udruga mladih, osnovana 2008. u Šibeniku. Cilj udruge je da se u njoj okupljaju mladi i iznose svoje ideje, te da zajednički rade na poboljšanju. Također organiziraju savjetovanje i informiranje mladih, pokreću projekte bitne za mlade, promiču vrednote

³¹ Erasmus za poduzetnike početnike. Dostupno na: <http://www.een.hr/hr/erasmus-za-poduzetnike-pocetnike> (06.07.2020.)

³² Plavi ured. Dostupno na: <https://plaviured.hr/tvrtka/> (06.07.2020.)

Europske unije, razvoj socijalnog poduzetništva za mlade, itd. Korisnici Udruge su mladi, mladi poduzetnici, mladi sa poteškoćama, nezaposleni, studenti, itd.³³ Još jedna od Udruga u Hrvatskoj je i Udruga poduzetni. Osnovana je 2009. godine u Samoboru, a cilj joj je promicanje važnosti cjeloživotnog obrazovanja, s naglaskom na obrazovanje za poduzetništvo.³⁴

Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku u javnu raspravu stavio je četvrti po redu strateški dokument za mlade odnosno sastavio je Nacionalni program za mlade koji bi trebao vrijediti od 2020. do 2024. godine. Zadnji program za mlade bio je za razdoblje do 2017. godine, pa je vidljivo da već duže vremena nije bilo novina u tom području. Ovaj dokument bavi se pitanjem mladih u dobi od 15 do 30 godina. Mladi predstavljaju heterogenu skupinu društva koju čini 16,9% ukupnog stanovništva.

Ovaj program predstavlja dokument kojim se utvrđuju različiti ciljevi, prioriteti, mjere javnih politika za mlade koje su usmjerene na stvaranje bolji uvjeta i kvalitete života mladih ljudi. Opći cilj je razvoj potencijala mladih i podizanje razine kvalitete njihova života. Specifični ciljevi u ovom programu su razvijanje rada s mladima u svim područjima, osobito ruralnim, promocija društveno odgovornog poslovanja kod mladih ljudi i podizanje razine osviještenosti sektora za mlade. Također postoje i strateški ciljevi koji se odnose na područja obrazovanja, znanosti i cjeloživotnog učenja, zapošljavanja, aktivnog sudjelovanja mladih, socijalnu uključenost, zdravlje i sport, mladi u ruralnom području, kultura, rad s mladima i mladi u europskom i globalnom okruženju. U području obrazovanja cilj je smanjiti vršnjačko naselje, obrazovati mlade za aktivno građanstvo, pojačati konkurentnost mladih na tržištu rada, povećati digitalnu pismenost i podignuti razinu financijske pismenosti mladih. U području zapošljavanja nastoji se povećati udio mladih na tržištu rada, posebno onih koji su stekli nižu razinu obrazovanja i osnažiti mlade za poduzetništvo i samozapošljavanje. Kod aktivnog sudjelovanja mladih cilj je stvoriti odnosno održati razvoj zajednice i aktivno sudjelovati u njoj. Socijalna uključenost mladih zahtjeva uključivanje mladih u sustav socijalne skrbi. Također kod mladih je potrebno unaprijediti kvalitetu zdravstvene zaštite i zdrav stil života. Mladi u ruralnim područjima imaju otežane uvjete poput nedostatka društvene i gospodarske infrastrukture, nedostatak radnih mjesta, loša prometna povezanost, itd. Stoga je potrebno osigurati i stvoriti uvjete mladima za ostanak u ruralnim sredinama i navesti mlade na njihov povratak u ruralne sredine. Zbog sve većeg smanjivanja umjetničkog

³³ Mladi u Europskoj uniji. Dostupno na: <http://mladi-eu.hr/o-udruzi/> (06.07.2020.)

³⁴ Udruga poduzetni. Dostupno na: <http://www.udruga-poduzetni.hr/onama/> (06.07.2020.)

obrazovanja i sve manje izvannastavnih aktivnosti u području kulture i umjetnosti, cilj ovog programa je jačanje razvoja angažmana mladih u području kulture. U radu s mladima nastojati će se povećati kvaliteta i sam opseg rada.³⁵

Ovaj Nacionalni program mogao bi uvelike doprinijeti boljitku mladih pa tako i cijelog gospodarstva. Ciljevi i smjernice su na dobrom putu da pomognu mladima u njihovom razvoju. Ukoliko se provedu sve smjernice programa, stopa zadovoljstva i prisutnosti mladi na tržištu rada mogla bi se povećati i rezultirati uspješnošću i razvojem mladih ljudi. S obzirom da se mladi konstantno suočavaju sa promjenama i izazovima, odgovornost države i društva je da mladima osigura podršku. Tako da ovakvi programi imaju itekako pozitivan utjecaj na njih.

Pomoću različitih programa i udruga, uvelike se pomože mladima u pokretanju njihovih zamisli i ulaska u poduzetnički pothvat. Uz pomoć njih, mladi podižu svoje samopouzdanje i kvalitetu znanja. Bitno je da se u Hrvatskoj aktivira još više poticajnih programa za mlade i udruga u koje bi se mladi mogli uključiti. Programi i različite udruge imaju veliki utjecaj na razvoj poduzetništva jer mladi na taj način stječu više iskustva i znanja i spremniji su za ulazak na tržište, imaju potporu što jako puno znači za daljnji napredak.

U Hrvatskoj postoji i različiti programi kao što su *Coaching* za mlade. Jedan primjer od njih je *Deezalica by Anita*. Bavi se *Choachingom* odnosno edukacijom mladih od 17 do 25 godina. Vlasnica edukacijske platforme je Anita Prelas Kovačević, a aktivnosti platforme usmjerene su na provođenje radionica, mastermind treninga i individualni rad s mladima.

S obzirom da Anita više od 10 godina radi na visokom učilištu i predaje kolegije iz područja ljudskih znanosti, odlučila je svoje znanje prenijeti na mlade te im pomoći u njihovom usmjeravanju. Kako radi na visokom sveučilištu, ima svakodnevni kontakt s mladima i vidi koliko mladi imaju potencijala, ali isto tako vidi kako mladi nemaju sliku o tome što žele biti, što žele raditi, a smatra da je to temelj za ostvarivanje sretnog života. S obzirom na navedeno to ju je potaknulo da probat olakšati put mladih i dati im podršku da pronađu i iskoriste svoj potencijal na najbolji mogući način, da uspiju pronaći svoji put. Aktivnosti *Deezalice* imaju svrhu potaknuti mlade da otkriju i iskoriste svoj potencijal. Ova edukacija uči mlade kako da postanu osobe koje mogu ostvariti željeno. Klijenti ove edukacije mogu biti

³⁵ Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, „Nacionalni program za mlade za razdoblje od 2020. do 2024. godine“. Dostupno na: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=13290> (06.07.2020.)

mladi, roditelji, institucije kao što su obrazovne i udruge koje rade s mladima, iako Deezalica omogućuje suradnju čak i onima koji nisu u okviru ciljane skupine. Cilj ove Deezalice je podići radionicu na višu razinu.³⁶

Osim navedenog glavni cilj je osnažiti mlade ljude, angažirati ih da iskoriste i pronađu svoje potencijale i povezati mlade da budu podrška jedni drugima kroz zajednicu. Glavna svrha je da ih se potakne da otkriju svoje potencijale, da spoznaju svoje vrijednosti, da budu lideri u svom životu i da stvore bolji svijet za sebe i okolinu. Deezalica na opušten i zabavan i pristupačan način radi ono što se mlade ne uči u školi. Deezalica ima svoju web stranicu na koju mogu pristupiti svi zainteresirani i pronaći različite informacije i prijaviti se na radionice. Radionice se provode online, 2 do 3 puta godišnje, a po potrebi se znaju organizirati i u živo. Na stranici je prikazano kako samo 18,5% mladih ima jasnu sliku što želi biti, 48,2% upisalo je školu ili fakultet koji im nije bio prvi izbor, a samo 15% ljudi uživa u svom poslu. Podaci pokazuju lošu sliku, stoga je Deezalica upravo ono što može pomoći mladima u izgradnji samih sebe i pomoći im u daljnjem razvoju.³⁷

³⁶ Barišić, Ž. (2020), „Učimo poduzetnike liderima društva, Coaching za mlade od 17 do 25 godina“, **Poduzetnik**, broj 162/163, XIV, 26 str.

³⁷ Coaching za mlade, Deezalica. Dostupno na: <https://deezalica.com.hr/> (23.07.2020.)

5. MLADI PODUZETNICI

5.1. Primjeri mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj

U Hrvatskoj postoje mladi ljudi odnosno mladi poduzetnici koji su uspjeli u svojim poduzetničkim pothvatima, te ostvarili zavidne rezultate. Svojim trudom, upornošću, znanjem vještinama i inovativnosti postali su uspješni u poslovnom svijetu i ostvarili svoje ciljeve. U nastavku su navedeni neki od njih.

Na listi uspješnih mladih poduzetnika nalazi se Ivan Mrvoš osnivač tvrtke Ince. Tvrtka se bavi proizvodnjom 'pametnih klupa' na solarni pogon. Ivan Mrvoš sa svojih 19 godina otvorio je firmu koja je mijenjala djelatnosti, zatim je pokušavao prodati svoje svjetleće stolce, no ništa mu baš nije išlo od ruke dok nije došao do ideje pametnih klupa koje se danas šire europom! Danas sa svoje 23 godine starosti došao je na Forbesov popis mladih uspješnih poduzetnika. Mrvoš je osnovao tvrtku u svom rodnom kraju Solinu kod Splita 2014. godine. Tvrtka je postala jedan od vodećih europskih proizvođača pametnog uličnog namještaja s preko 855 pametnih klupa sada u 250 gradova na 5 kontinenata. Godine 2018. tvrtka Ince proglašena je najbrže rastućom tvrtkom Srednje Europe. Pametne klupe sadrže mogućnost punjena mobilnih uređaja te internet. Klupe koje se proizvode u Solinu mogu se naći u svim krajevima svijeta, a u zadnje 3 godine prodalo se skoro tisuću pametnih klupa u gotovo sve zemlje svijeta. Ivan sa svojom firmom ostvaruje nevjerojatne rezultate i iznose odnosno prihode.³⁸

Također, uspješni mladi poduzetnik je Andrija Čolak, sa svojom 21. godinom osnovao je svoju prvu firmu. Prvi pothvat bio je oglasnik za nekretnine koji je tada bio prvi takav oglasnik u Hrvatskoj. U početku je bilo teško jer nije imao dovoljno novaca za početni kapital, pa nije otvorio poduzeće, već obrt. Kroz 5 godina uspio je ostvariti dobre rezultate. Kasnio se odlučio za prodaju tog biznisa, te taj kapital uložio je za pokretanje danas uspješne i poznate kompanije *Surf'n Fries!* *Surf'n Fries* bavi se pripremom i prodajom krumpira u inovativnim pakiranjima i predstavlja generaciju ulične hrane. Početkom 2009. godine Čolak je pokrenuo svoju prvu prodavaonicu u Rijeci i ostvario veliki uspjeh, zatim su ušli u

³⁸Croatian week: <https://www.croatiaweek.com/young-croatian-entrepreneur-ivan-mrvos-makes-forbes-30-under-30-list/> (07.07.2020.)

poslovni franšizni model. Danas poslovni model *Surf'n Fries* je uspješna međunarodna QSR franšiza koja generira milijune zadovoljnih kupaca.³⁹

Mate Rimac također predstavlja uspješnog mladog poduzetnika. Mate Rimac osnivač je i izvršni direktor tvrtki Rimac automobila i Greyp Bikes koja se bavi proizvodnjom električnih bicikala, on je i inovator i tvorac prvog hrvatskog elektroničkog automobila. Tvornica se nalazi u Svetoj Nedjelji. Rimac je uspio skrenuti pozornost potencijalnih ulagača u automobilsku industriju natrag u Hrvatsku. Predložio je mjere potrebne za privlačenje automobilske industrije u Hrvatsku. Rimac je na ideju o razvoju automobila na struju došao tako što mu se prilikom jedne utrke zapalio benzinski motor. Nakon toga ulagao je jako puno truda u izum električnog automobila što se nakraju i isplatilo. Mate Rimac je globalna inovatorska superzvijezda. Njegova tvrtka stalno raste i povećava broj zaposlenih, što je jako bitno i pozitivno za razvoj Hrvatske.⁴⁰ Njegova strast prema vožnji, dovela ga je do ostvarenja nečega što vjerojatno ni sam nije sanjao.

Matija Žulj je mladi poduzetnik koji je došao na ideju o razvijanju aplikacije odnosno o poljoprivrednom softveru. Imao je odličnu plaću, siguran posao ali nije bio ispunjen. Htio je ostvariti nešto svoje i novo. Pa je tako počeo razmišljati o problemima u svijetu i shvatio je da je jedan od problema hrana, odnosno da ima previše ljudi koji su gladni, a hrana se baca. Te je tako počeo sa istraživanjem i osnovao firmu Agrivi koja se bavi globalnim problemom proizvodnje hrane. Prije nego što je krenuo u sam poduzetnički pothvat, Matija se odlučio i sam okušat u području poljoprivrede, da iz prve ruke dozna na koji način to funkcionira. Shvatio je da je do znanja gotovo nemoguće doći, nitko nije nudio savjete, a na Internetu je nailazio na previše aplikacija i informacija za koje mu je trebalo još duže vremena da ih shvati. Stoga je pokrenuo vlastiti posao koji se temelji na aplikaciji koja nudi odnosno radi sve za proizvođače, od crop managementa, preko planiranja sezone, materijala i zaposlenika⁴¹. Matija želi poljoprivrednicima omogućiti da ostvare održivu, efikasnu i profitabilnu proizvodnju hrane. Firma nudi softversko rješenje koje se temelji da poljoprivrednici optimiziraju svoju proizvodnju korištenjem preporučenih praksi uzgoja, zaštite svoje kulture i prinose na vrijeme pomoću automatskih alarma za štetnike i bolesti, žive bolje uz ostvarenje profitabilne poljoprivredne proizvodnje. Agrivi sustav prepoznat je

³⁹ Inspire me. Dostupno na: <https://www.inspireme.hr/inspire/intervjui/andrija-colak-surfer-biznismen/> (07.07.2020.)

⁴⁰ Biografija.com. Dostupno na: <https://www.biografija.com/mate-rimac/> (07.07.2020.)

⁴¹ Novak, T.: „Priča o uspjehu“, **Jutarnji** (28.02.2017.) Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/globus/biznis/prica-o-uspjehu-dao-sam-otkaz-u-svicarskoj-i-prije-tri-godine-pokrenuo-biznis-u-kutini-uskoro-cu-imati-1000-zaposlenih-i-100-milijuna-klijenata-5695167> (07.07.2020.)

kao jedan od globalnih lidera, pomoću kojeg više od 150 zemalja unapređuje svoju proizvodnju.⁴²

Iz priloženog vidljivo je da u Hrvatskoj ima uspješnih mladih poduzetnika i da se u Hrvatskoj može uspjeti. Ono što je potrebno za uspjeh su vizija, trud, upornost, znanje, vještina, samouvjerenost, ono što su navedeni poduzetnici i primijenili kako bi uspjeli. Zahvaljujući njihovoj požrtvovnosti i inovativnosti uspjeli su izgraditi veliki poslovni uspjeh i to ne samo za njih već i za dobrobit same Hrvatske. Iz primjera se zaključuje kako se treba osloniti na sebe i na svoje ciljeve i ne odustajati!

U Hrvatskoj postoji medijska platforma Poduzetnik, koja putem svojih kanala promiče poduzetnike kao lidere društva. Također su organizirali prvu online konferenciju nazvanu „Poduzetnički mindset za studente“ čiji je cilj poduzetnički mindset staviti na mlade ljude i studente. U konferenciji su sudjelovali ljudi koji su uspjeli u svom poduzetničkom pothvatu i dali korisne savjete mladima. U nastavu su prikazani njihovi uspjesi, iskustva i savjeti.

Alan Sumina je inspirativni poduzetnik koji je pokrenuo gamersku industriju Nanobit. Njegov početak bio je 2008. godine, kada je u svijetu bila krizna godina, ali ne i njima u Nanobitu. Alan je bio pun entuzijazma i svojom ljubavi prema poslu, uspio je nadići krizu. Sada kada se svijet našao u novoj kriznoj situaciji zbog virusa, Nanobit bilježi stalan rast i milijunsko skidanje igara. Nanobit zapošljava ljude i koji nemaju iskustva u tom poslu, jer se radi o razvoju mobilnih igara, odnosno riječ je o novim tehnologijama, kojima se nitko nije imao prilike ni baviti. Stoga zapošljavaju ljude različitih profesija i ne diskriminiraju nikoga. Alan je na konferenciji dao jako puno korisnih savjeta mladima, a jedan od njih je da se trebaju znati nositi u kriznim situacijama i kako bi svaku krizu trebali promatrati kao priliku.

Nenad Bakić svoje prve poduzetničke korake odlučio je napraviti tek u 31. godini, iako ga je poduzetništvo zanimalo još od studenskih dana. Putem Interneta došao je do mnogih znanja i informacija. Danas Nenad ima bogato životno iskustvo kao poduzetnik, investitor i filantrop. Na ideju za STEM pokret došao je na temelju svog djetinjstva. U svom djetinjstvu nije ni sam imao pristup kompjuterima, pa je odlučio besplatno omogućiti to današnjoj djeci kojima to roditelji ni u 21.stoljeću ne mogu omogućiti. Bakić je savjetovao mladima da se ne zaustavljaju samo na primjerima iz Hrvatske, nego da iskoriste sve dostupne mreže i kanale i

⁴² Argivi. Dostupno na: <https://www.agrivi.com/pocetna/o-nama> (07.07.2020.)

preko njih traže ideje i inspiraciju po cijelom svijetu. Kao tri najvažnije sastavnice uspjeha naveo je borbenost, naporan rad i etičnost.

Urška Sršen u poduzetništvo je ušla sa 23 godine, kada ju je Forbes postavio među 30 top poduzetnika ispod 30 godina. Urška je suosnivačica i suvlasnica tvrtke Bellabeat, osnovala ju je 2014. godine, a riječ je o pametnom nakitu. Prvih nekoliko godina imala je puno stresnih i adrenalinskih situacija, ali uspjela je firmu održati. Trenutno, unatoč situaciji sa korona virusom, Bellabeat bilježi snažan rast i razvoj. Svoje najnovije pametne proizvode planira lansirati u jesen 2020. godine. Ono što je Urška navela kao savjet za uspjeh je ispravna komunikacija prema krajnjem korisniku, *networking*, te da je bitno odabrati dobrog partnera i tim.

Osim navedenih poduzetnika na konferenciji je bilo njih još nekoliko, koji su također dali savjete kao što su da treba slijediti snove i slušati svoje srce, da se s pogreškama treba znati nositi i da se iz njih može puno toga naučiti. Ono u čemu se svi poduzetnici na konferenciji složili je da mlade ne treba prisiljavati na ulazak u poduzetništvo, ali da one koji to žele da ih osim samog znanja o poduzetništvu treba naučiti da osim želje za uspjehom trebaju imati volju i za neuspjeh jer će se jedino na taj način moći nositi sa padovima, a da ne odustanu. Ova je konferencija pokazala da je Hrvatska puna izvrsnih primjera poduzetničkog *mindseta*, odnosno da ima puno mladih osoba koje su uspjele ostvariti svoje ciljeve i unijet različite inovativnosti u društvo i svojim uspjehom biti uzor drugima.⁴³

5.2. Rezultati istraživanja intervjua s mladim poduzetnikom

Za provedbu istraživanja uspješnosti mladih poduzetnika i njihovih aspekata o svijetu poduzetništva, intervjuiran je mladi poduzetnik Dejan Vranjanin, vlasnik Studia Dei, obrta za video usluge. U nastavku su prikazani rezultati istraživanja.

Početak ulaska u poduzetnički pothvat- Dejan Vranjanin video produkcijom počeo se baviti prije 13-14 godina, u početku amaterski, a potom sve ozbiljnije. Godine 2009. zaposlio se na lokalnoj TV postaji i u isto vrijeme sve se više počeo baviti izradom animacija. 2011. dao je otkaz na televiziji i kao *freelancer* počeo izrađivati animacije za klijente širom svijeta. 2014. konačno se odlučio na pokretanje vlastitog video produkcijskog studija, smatrajući da

⁴³ Poklepović, A.: „Učinimo poduzetnike liderima društva: Zašto je važno promicati poduzetnički mindset među mladima?“, **Poduzetnik**, broj 162/163, 2020., str. 7-9.

posjeduje i više nego dovoljno iskustva i znanja. Danas se njegov studio bavi isključivo izradom animacija i animiranih videa, s najvećim naglaskom na izradu tzv. explainer videa.

Pokretanje firme- Dejan Vranjanin odlučio je postati poduzetnik zbog slobode i neograničenih mogućnosti. Smatra da poduzetništvo uz sve svoje izazove, nudi i prilike i mogućnosti koje je gotovo nemoguće ostvariti u klasičnom radnom odnosu. U poduzetnički pothvat ušao je sa 25 godina kao *freelancer*, a sa 28 godina pokreće vlastiti studio. Prilikom ulaska u poduzetnički pothvat nije imao problema s otvaranjem s obzirom da se odlučio na otvaranje obrta gdje je sama procedura nešto jednostavnija, stoga je sve potrebne informacije pronašao online. Od države je koristio potporu za samozapošljavanje od strane HZZ-a.

Mišljene o utjecaju Hrvatske na poduzetništvo- Po pitanju mogućnosti za napredovanje i razvoj poduzetništva u Hrvatskoj smatra da ono što država čini dobro je što ima sustav za poticanje samozapošljavanja, gdje se svakako novim poduzetnicima u financijskom smislu znatno olakšava pokretanje posla i "preživljavanje" famozne prve godine poslovanja. Također je naveo kako brojni gradovi sve više pokreću tzv. poduzetničke inkubatore i centre što svakako otvara nove mogućnosti i olakšava poslovanje. Ali smatra da postoji još puno prostora za napredak i da država može i mora još puno toga učiniti. Primjerice, smanjiti poreze i parafiskalne namete, i promijeniti pristup raznih inspekcijskih tijela koja prečesto imaju neprijateljski umjesto savjetodavni pristup prema poduzetnicima.

Mišljenje o poduzetništvu mladih- S pojmom poduzetništva mladih, upoznat je dosta s obzirom na vrstu usluge koju pruža na tržištu, često ima klijente koji tek pokreću vlastiti posao i većinom se radi o mladim ljudima. Čini mu se da se sve više mladih odlučuje na razne oblike poduzetništva, i to ne samo kroz *start-up* projekte koji su najčešće vezani uz informacijske tehnologije, nego sve češće i kroz neke uobičajene hobije koje pokušavaju pretvoriti u posao.

Razlozi ulaska u poduzetnički pothvat- Prilikom ulaska u poduzetnički pothvat, najviše ga je motiviralo uvjerenje da ima više nego dovoljno znanja, iskustva i talenta da se probije na tržištu. Smatra da je novac tu i najslabiji motiv i da se najviše radi o želji za dokazivanjem. Često ga to sve skupa više podsjeća na igru, gdje je svaki novi uspješno odrađeni projekt kao prelazak na novi nivo. Sa svojim poslovanjem i napredovanjem jako je zadovoljan, jer u posljednje dvije godine studio mu je ostvario značajan rast. Baza klijenata i odrađenih projekata je sve veća, a angažirale su ga i neke od najvećih domaćih i svjetskih tvrtki. Najveći izazov s kojim se susreo u poduzetničkoj karijeri je sumnja u uspjeh. Koliko god uvjerenja u

svoje mogućnosti imao, smatra da se svaki poduzetnik prije ili kasnije suoči sa sumnjom i propitivanjem vlastite poduzetničke priče. Za njega je najveći izazov bio odluka da se na tržištu pozicionira isključivo kao animacijski studio i da iz ponude izbaci sve druge oblike video produkcije. Odluka je bila teška za donesti, ali to se na kraju pokazalo kao pun pogodak, i od tog trenutka poslovanje mu počinje značajno rasti. Tako da smatra da je svaki izazov ujedno i prilika za rast. Ne susreće se zapravo s nekim velikim problemima.

Prepreke- Kao neke od problema u svijetu poduzetništva naveo je ponekad kašnjenja u plaćanju od strane klijenata, nerazumni propisi ili netransparentna javna nabava koja ga posebno frustrira. Smatra da se dobro nosi s izazovima, i da se općenito mladi poduzetnici dobro nose s izazovima jer su vještiji u korištenju tehnologije, pronalasku informacija, povezivanju i sl. S predrasudama se nije susretao, pogotovo ne kod otvaranja. Kod otvaranja se više susretao s ohrabivanjem, i općenito pozitivnim stavom. Iako je rekao da mu se čini da se sve više mladih odlučuje na poduzetništvo, smatra da je broj ipak i dalje malen. Čini mu se da kod nas još uvijek više prevladava neki drugi mentalitet, gdje je poželjnije zaposliti se na pristojno plaćeno radno mjesto (po mogućnosti u javnu upravu ili javnu tvrtku) nego upustiti se u neki poduzetnički pothvat. Smatra da obrazovanje tu čak i ne igra toliko bitnu ulogu, više mu je dojam da je to stvar društveno-obiteljskih normi, gdje se više cijeni sigurnost i stabilnost u odnosu na preuzimanje rizika i kako se na kraju sve možda svodi na svačiji pojedinačni karakter i osobnost.

Razvoj poduzetništva mladih- Smatra da bi se mlade moglo privući i motivirati tako da se stvori zdrava poduzetnička klima, da se do kraja ukloni korupcija, nepotizam i netransparentnost. Misli da će se mlade teško motivirati na preuzimanje takvog rizika kao što je pokretanje vlastitog posla, ako imaju duboko uvjerenje da se do dobrih klijenata i ugovora dolazi samo preko jakih veza, da se s "*državom*" može raditi samo ako si "*nečiji igrač*" i sl. Mjere samozapošljavanja, pokretanje poduzetničkih inkubatora, davanje jeftinih kredita smatra korisnim, ali da to ne može biti temelj. Naveo je kako. Misli da država treba stvoriti sve preduvjete za zdravu ekonomiju, da je država ta koja može zaustaviti korupciju i nepotizam, i koja može javnu nabavu učiniti potpuno transparentnom i poštenom. Osim toga, da država treba smanjiti količinu birokracije i nepotrebnih propisa, i u potpunosti digitalizirati svoje usluge. Također smatra da, veći broj mjera čak ni nije toliko potreban, tj. nije glavni preduvjet. Da ni mjere samozapošljavanja nisu tako bezazlene i često stvaraju dodatni pritisak na one koji ih koriste, zato što je osoba koja tu mjeru koristi obvezna priložiti bianco zadužnicu na dvostruko veći iznos od same potpore koju prima. Naveo je kako je prva godina

poslovanja ionako stresna, a to ju još čini stresnim. Kroz trajanje te mjere, mladi poduzetnik/ica strogo mora paziti na svaki detalj poslovanja, jer i najmanja pogreška može dovesti do prekidanja mjere i obveze vraćanja primljenog novca. A takvih slučajeva kaže da je bilo. S druge strane, naveo je kako velike kompanije često dobivaju milijunske potpore od države, čije namjensko trošenje država ne kontrolira ili slabo kontrolira što također ne pridonosi motiviranju mladih na korištenje takvih mjera i ulazak u poduzetništvo. Tako da, umjesto većeg broja mjera, smatra da bi možda bilo bolje redefinirati uvjete pod kojima se te mjere dodjeljuju.

Mogućnosti u Hrvatskoj- Dejan smatra da postoje brojne mogućnosti za napredovanjem mladih u Hrvatskoj, ali misli da država tu ima najmanje zasluga. S obzirom da živimo u vremenu u kojem znanje i informacije nikad nisu bile dostupnije. Smatra kako razvoj tehnologije i povezanost čitavog svijeta pruža gotovo neograničene mogućnosti za učenjem i napredovanjem. Naveo je kako je danas lakše nego ikad ponuditi svoje usluge ili proizvode čitavom svijetu i da nikad nije bilo lakše hobi pretvoriti u posao ili se barem okušati. Internet je najjači alat koji mladi imaju na raspolaganju i samo ga treba pametno koristiti. Kao primjer navodi kako osoba koja nema znanja o digitalnoj ilustraciji, a ima interes prema tome, u nekoliko mjeseci može steći sva osnovna znanja, upoznati softver i početi izrađivati ilustracije. U relativno kratkom vremenu može od potpunog neznanja doći i do prvih klijenata, uz dosta truda naravno. Netko ima genijalnu ideju za aplikaciju ali nema pojma o programiranju? Navodi kako je siguran da u roku godinu dana sam može razviti tu aplikaciju, ili pronaći partnere ili ulagače. Stoga smatra da su znanje i informacije su na dohvat ruke, samo klik dalje. Pa misli da zato mladi u Hrvatskoj ne trebaju vlastite mogućnosti promatrati samo u okviru naše države i trenutne situacije, nego iskoristiti sve alate koji im stoje na raspolaganju. Dejan se nije susreo sa udrugama ili programima koji pomažu mladim poduzetnicima jer je do svih informacija došao putem Internet stranica i blogova.

Temelji za uspjeh- Glavne karakteristike koje je naveo da bi poduzetnik trebao imati su upornost i motiviranost jer smatra da bez njih nema uspješnog rezultata. Njegov savjet za uspjeh je vjera u sebe i ono što radiš i da to radiš pošteno jer svaki trud i rad kad tad se isplati, a da prepreku treba shvatit kao izazov i priliku za rast. Za poduzetnika Dejana uspjeh predstavlja da voli to što radi i da od toga ostvaruje profit, odnosno zadovoljstvo svakog klijenta koji mu se zahvaljuje na odlično odrađenom poslu iako je taj posao pošteno platio.

Iz priloženog je vidljivo, da je mladi poduzetnik Dejan Vranjanin uspio prvenstveno zahvaljujući svom trudu i realiziranom planu kojeg se držao. Uspio je postići svoji cilj i otvoriti svoju firmu koje evo i danas posluje uspješno. Na samom primjeru Dejana vidljivo je da se u Hrvatskoj može uspjeti, ali da treba maknuti strah od neuspjeha i maknuti se iz sigurne „zone“. Država itekako može pomoći u ostvarenju, ali ono što je najvažnije je samopouzdanje i upornost koja mora doći od nas kao pojedinaca. Treba se osloniti na sebe i iskoristiti sve prednosti koje se pružaju, kao što je u današnjem svijetu tehnologija koja je odmah na dohvat ruke. Pa se tako na Internetu može naći puno korisnih informacija, koje mogu pomoći pri samom ostvarenju cilja. Put mladog poduzetnika Dejana nije bio lagan, ali je svojom upornošću, voljom i motiviranosti uspio. Kao što je i sam Dejan naveo država u nekim područjima daje dovoljnu potporu, ali postoje nedostaci koji si se trebali riješiti kroz smanjenje poreza i parafiskalnih nameta i promijene u pristup raznih inspekcijskih tijela koja prečesto imaju neprijateljski umjesto savjetodavni pristup prema poduzetnicima, korupcija, itd. Smatra da Hrvatska treba stvoriti zdravu i poštenu ekonomiju u kojoj bi trebala biti partner, a ne neprijatelj jer jedino tako može privući veći broj ljudi u poduzetništvo, pa tako i mladih. A mladi su ti koji moraju vjerovat u sebe, pa kakva god situacija bila sve prvo kreće od njih i njihove inicijative.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju ovog rada smatra se da su mladi glavna pokretačka snaga, koja svojom energijom, znanjem i inovativnošću podižu standard života. Potrebni su u svijetu poduzetništva kako bi gospodarstvo zemlje moglo funkcionirati. U Republici Hrvatskoj mladi imaju mogućnosti i prilike za napredak, ali postoje područja u kojima bi država trebala više pomagati i pokazati podršku.

U samom radu navedeni su nedostaci, kao što je obrazovanje u Hrvatskoj, nedostaci stručne prakse, korupcija, nekvalitetno prenošenje znanja. Zatim sami kriteriji poslodavca koji nisu realni odnosno previsoko su postavljeni. Također, problem dolazi i od visokih poreza i parafiskalnih nameta. Državna tijela kao što su inspekcija također ne utječu dobro jer stvaraju neprijateljski stav, umjesto da primjene savjetodavni pristup prema poduzetnicima. Trenutno dosta poduzetnika smatra da u Hrvatskoj vlada ne poduzetnička klima, te da bi država trebala stvoriti zdravu ekonomiju i smanjiti količinu birokracije i nepotrebnih propisa. No ujedno, Hrvatska pruža i dobre mjere kao što su mjere samozapošljavanja, pokretanje poduzetničkih inkubatora, davanje jeftinih kredita, itd.

Poduzetnički inkubatori su nešto što uvelike pomaže mladim poduzetnicima u razvijanju njihovih znanja i vještina. No bezobzira na sve prednosti i nedostatke koje nudi ili ima država, najvažnije je ono što osoba mora razviti kod sebe, a to je da makne strah i stvori samopouzdanje. Naime, mladima su u današnje vrijeme informacije na dohvat ruke zahvaljujući digitalnosti, odnosno Internetu. No mladi se sve češće ipak fokusiraju na sigurnu zonu, kao što je siguran posao, te tako ostaju 'zaglavljani' negdje gdje najčešće ne mogu ostvariti svoje potencijale. Strah od nepoznatog i strah od neuspjeha je najčešća kočnica kod mladih da pokrenu nešto svoje.

Ono što je najvažnije je stvaranje svijesti kod mladih da je svaki pokušaj uspjeh i da iako ne uspiju iz prvog puta da to nije razlog da odustanu! Većina danas uspješnih poduzetnika, nije uspjela iz prve, no ustrajali su u svom naumu i uspjeli. Zaključuje se da je mladima potrebna podrška od najbližih i od same države. Hrvatska ima različite Udruge i programe koji pomažu mladim poduzetnicima, takvih programa 'podrške' trebalo bi biti još više jer na taj način se podiže svijest kod mladih o jačanju samopouzdanja i stvaranju kvalitetnijih vještina i znanja.

Dakle, smatra se da glavnu ulogu u poticanju inovativnosti i kreativnosti ima samo društvo i to od najranije dobi. Poboljšanje školstva, promjene u pristupu učenja, stvaranje pozitivne percepcije poduzetništva, razvijanje financijske i digitalne pismenosti sve od navedenog može doprinijeti razvoju društva i stvoriti bolje uvjete za stvaranje generacije uspješnih poduzetnika. Kako bi se spriječio odlazak mladih i talentiranih ljudi i zadržalo ih se, potrebno im je stvoriti uvjete koji im omogućuju mogućnosti napredovanja, razvijanja njihovog znanja i profesionalnog razvoja, te ih adekvatno platiti.

Hrvatska ima priliku za razvoj mladih ljudi u poduzetništvu, ali postoji potreba za stvaranjem bolje poduzetničke klime i boljeg pristupa, a mladi su ti koji također imaju glavnu ulogu u tome. Smatra se kako mladi moraju napraviti prvi korak i ne oslanjati se samo na državu, već na same sebe i probati svo svoje znanje i mogućnosti usmjeriti na svoje ciljeve i ne odustajati. Ključne stavke potrebne za uspjeh su vjera u samog sebe, znanje, vizija i upornost.

LITERATURA

Argivi. Dostupno na: <https://www.agrivi.com/pocetna/o-nama> (07.07.2020.)

Buković, N., „Tko se boji velike zločeste krize?“ Strukturirani dijalog o nezaposlenosti mladih, **Mreža mladih Hrvatske**, Udruga Delta, Zagreb, str. 7-138. Dostupno na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/MMH_tko_se_boji_web.pdf (02.07.2020.)

Bilić, N., Jukić, M.: „Nezaposlenost mladih-ekonomski, politički i socijalni problem s dalekosežnim posljedicama za cjelokupno društvo“, **Pravni vjesnik**, vol.30, br.2, 2014., str. 485-505. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/132450> (03.07.2020.)

Bošnjak, S.: „Poslovni inkubator kao generatori razvoja poduzetništva“, **Praktični menadžment**, vol.2, br.2, 2011., str. 51-56. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/76452> (05.07.2020.)

Barišić, Ž.(2020), „Učimo poduzetnike liderima društva, Coaching za mlade od 17 do 25 godina“, **Poduzetnik**, broj 162/163, XIV, str. 7-59 .

Biografija.com. Dostupno na: <https://www.biografija.com/mate-rimac/> (07.07.2020.)

Coaching za mlade, Deezalica. Dostupno na: <https://deezalica.com.hr/> (23.07.2020.)

Croatian week: <https://www.croatiaweek.com/young-croatian-entrepreneur-ivan-mrvos-makes-forbes-30-under-30-list/> (07.07.2020.)

Čizmadija, I., Stanković, D.: „Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo“, **Učenje za poduzetništvo**, vol.1, br.1, 2011., str. 129-139. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130096> (05.07.2020.)

Čubela, K.(2019.) **Studentski poduzetnički inkubatori u Republici Hrvatskoj**. Diplomski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet

Dračić, I.: **Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje**, Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2012., str. 18.

Europska komisija/EACEA/Eurydice (2016), **Poduzetničko obrazovanje u školama u Europi**, Izvješće Eurydicea. Ured za publikacije Europske unije u Luksemburgu. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurydice> (04.07.2020.)

Erasmus za poduzetnike početnike. Dostupno na: <http://www.een.hr/hr/erasmus-za-poduzetnike-pocetnike> (06.07.2020.)

Ferk, M.: „Razvoj poduzetničke kompetencije kroz korištenje poslovnih simulacija“, **Učenje za poduzetništvo**, vol.1, br.1, 2011., 141-154 str. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130097> (04.07.2020.)

Gregorić, M., Hegeduš, I.: „Važnost inovacija i poduzetništva za ekonomski razvoj Republike Hrvatske“, **Obrazovanje za poduzetništvo**, E4E, 8 (Special issue/Posebno), 2018., str. 23-43.

Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/196926> (04.07.2020.)

Gvozđanić, A., Ilišin, V., **Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019.** Dostupno na: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/15291.pdf> (04.07.2020.)

Hrvatski zavod za zapošljavanje, **Mjesečni statistički bilten**, 2020. Dostupno na: https://www.hzz.hr/content/stats/0620/HZZ_stat_bilten_06_2020.pdf (03.07.2020.)

HAMAG-BICRO, Dostupno na: <https://hamagbicro.hr/> (20.07.2020.)

Inspire me. Dostupno na: <https://www.inspireme.hr/inspire/intervjui/andrija-colak-surfer-biznismen/> (07.07.2020.)

Kolaković, M., Mikić, M.: **Poduzetništvo u 21. stoljeću**, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2020, 1-213.str.

Krasić, S., Šaravanja, I.: „Socijalno poduzetništvo u Republici Hrvatskoj kao način financiranja djelovanja udruga“, **Obrazovanje za poduzetništvo**, E4E, vol.5, br.2, 2015., str. 115-131. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/149534> (01.07.2020.)

Mogulić, N. (2019.), „Poduzetničke vještine razvijaju se već na fakultetu: I studenti mogu biti poduzetnici“, **Poduzetnik**. Dostupno na: <https://poduzetnik.biz/> (20.07.2020.)

Ministarstvo socijalne politike mladih, **Nacionalni program za mlade za razdoblje od 2014. do 2017. godine.** Dostupno na: <https://mdomsp.gov.hr/istaknute-teme/mladi-i-volonterstvo/mladi-9015/nacionalni-program-za-mlade-9024/9024> (04.07.2020.)

Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta. Dostupno na: <https://gospodarstvo.gov.hr/uprava-za-poduzetnistvo-i-obrt-11197/11197> (20.07.2020.)

Mladi u Europskoj uniji. Dostupno na: <http://mladi-eu.hr/o-udruzi/> (06.07.2020.)

Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, **Nacionalni program za mlade za razdoblje od 2020. do 2024. godine.** Dostupno na: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=13290> (06.07.2020.)

Novak, T.: „Priča o uspjehu“, **Jutarnji** (28.02.2017.) Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/globus/biznis/prica-o-uspjehu-dao-sam-otkaz-u-svicarskoj-i-prije-tri-godine-pokrenuo-biznis-u-kutini-uskoro-cu-imati-1000-zaposlenih-i-100-milijuna-klijenata-5695167> (07.07.2020.)

Plavi ured. Dostupno na: <https://plaviured.hr/tvrtka/> (06.07.2020.)

Poklepović, A. (2020), „Učinimo poduzetnike liderima društva: Zašto je važno promicati poduzetnički mindset među mladima?“, **Poduzetnik**, broj 162/163, XIV, str. 7-9.

Ravlić, P., Jelavić, A.: **Ekonomika poduzeća**, Mikrorad, Zagreb, 1993., str. 60-518.

Riahi, S. (2010.) **Youth Entrepreneurship: Ottawa's Portfolio in Talent Development, Open source Business Resource.** Dostupno na: <https://timreview.ca/article/394> (01.07.2020.)

Radić, I. (2020), „Učimo poduzetnike liderima društva: Z generacija voli točnost, a život bez mobitela im je nezamisliv“, **Poduzetnik**, broj 162/163, XIV, str. 34-35.

Škrtić, M., Vouk, R.: **Osnove poduzetništva i menadžmenta**, Katma, Zagreb, 2005., str.50-53.

Škrtić, M, Mikić, M.: **Poduzetništvo**, Sinergija, Zagreb, 2011., str. 101-184. Udruga poduzetni. Dostupno na: <http://www.udruga-poduzetni.hr/onama/> (06.07.2020.)

Zrlić, N., Širola, D.: „Razvoj poduzetništva mladih- neiskorišteni potencijal Hrvatske“, **Zbornik Veleučilišta u Rijeci**, vol.1, br.1, 2013., str. 95-111. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/103433> (05.07.2020.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Nezaposlenost osoba prema dobi u lipnju 2020. godine.....	14
Slika 2. Udio studenskih poduzetničkih inkubatora u RH.....	23

POPIS TABLICA

Tablica 1. Dva pristupa kreativnom rješavanju problema.....	5
Tablica 2. Osnova za procjenu vrijednosti poduzeća.....	11
Tablica 3. Tipologija posljedica nezaposlenosti mladih.....	16

PRILOZI

Prilog: Podsjetnik za intervju

1. Objasnite ukratko kako ste započeli svoji poslovni put, s čime se bavi Vaša firma? Kako ste došli na ideju o otvaranju firme?
2. Iz kojeg razloga ste odlučili postati poduzetnik?
3. Sa koliko godina ste ušli u poduzetnički pothvat?
4. Jeste li u početku ulaska u poduzetnički pothvat bili dovoljno upoznati sa svim potrebnim informacijama? Od kuda ste dobili sve potrebne informacije?
5. Jeste li koristili određene potpore od države?
6. Smatrate li da Hrvatska nudi dovoljne mogućnosti za napredovanje i razvoj poduzetništva?
7. Koliko ste upoznati sa pojmom poduzetništva mladih?
8. Što Vas je najviše motiviralo da uđete u poduzetnički pothvat?
9. Jeste li zadovoljni sa svojim poslovanjem i napredovanjem?
10. Koji je najveći izazov s kojim ste se susreli u poduzetničkoj karijeri? Kako ste ga riješili?
11. S kojim se problemima najčešće susrećete?
12. S obzirom da ste mladi poduzetnik, kako se nosite sa novim izazovima? Dali ste se susretali sa predrasudama prilikom osnivanja firme?
13. Obzirom da ste i sami mladi poduzetnik znate li kakav stav mladi imaju prema poduzetništvu? Smatrate li da su mladi u Hrvatskoj dovoljno ambiciozni i obrazovani za ulazak u svijet poduzetništva?
14. Koje je Vaše mišljenje kako potaknuti inovativnost i privući mlade?
15. Što mislite što predstavlja problem u Hrvatskom poduzetništvu? Što bi država trebala učiniti/promijeniti? Smatrate li da Hrvatska treba uvesti veći broj mjera i programa za pomoć mladim poduzetnicima?
16. Smatrate li da u Hrvatskoj postoji mogućnosti za napredovanjem mladih?

17. Zate li možda neku korisnu udrugu/ program koji pomaže mladima poduzetnicima u Hrvatskoj?
18. Koje su po Vama glavna karakteristike koje bi poduzetnik trebao imati?
19. Možete li dati neki savjet kako i na koji način uspjet kao poduzetnik?
20. Što je za Vas uspjeh?