

# Analiza poduzetničkih sklonosti srednjoškolaca

---

Cenčić, Dora

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

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:148:611408>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-10**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Stručni diplomski specijalistički studij Ekonomika poduzetništva**

**Analiza poduzetničkih sklonosti srednjoškolaca**

**Diplomski rad**

**Dora Cenčić**

**Zagreb, rujan 2019. godine**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Sveučilište u Zagrebu**

**Ekonomski fakultet**

**Stručni diplomski specijalistički studij Ekonomika poduzetništva**

**Analiza poduzetničkih sklonosti srednjoškolaca**

**The analysis of inclination towards  
entrepreneurship among high school students**

**Diplomski rad**

**Dora Cenčić, JMBAG: 0067518836**

**Mentor: Doc. dr. sc. Maja Klindžić**

**Zagreb, rujan 2019. godine**

DORA CENČIĆ

Ime i prezime studenta/ice

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je DIPLOMSKI 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.

U Zagrebu, rujan 2019.

Student/ica:

Dora Cenčić

(potpis)

## SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Dosadašnja istraživanja pokazala su kako je od najranije dobi potrebno ulagati u obrazovanje, pa tako i u obrazovanje o poduzetništvu. Poduzetnik je osoba koji neprestano traga za nečim inovativnim, uporan je u svom radu i razvoju te ima hrabrosti pokazati da je drugačiji. Poduzetništvo i njegov razvoj pokazali su velik utjecaj na ekonomski razvoj te razvoj cjelokupnog gospodarstva; poticanje poduzetnika i njihovih ideja te potpora institucija ima veliki učinak i donosi dobrobit za sve, a ne samo za poduzetnika. Osobine koje karakteriziraju poduzetnike – inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, upornost, samouvjerenost, naporan rad, su karakteristike koje pojedinac može razviti i naučiti, a ne nešto što se prenosi genetikom. Poduzetničko obrazovanje postalo je izuzetno važan dio obrazovnih programa u svijetu, tako i u Hrvatskoj; sve više obrazovnih sustava uviđa važnost ulaganja u poduzetničko obrazovanje. Upravo je zato ovaj diplomski rad usmjeren na istraživanje sklonosti poduzetništvu kod srednjoškolaca. Za potrebe diplomskog rada provedeno je istraživanje na uzorku od 100 učenika jedne odabrane ekonomske škole i jedne odabrane opće gimnazije u gradu Zagrebu. Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika, a dalo je rezultate prema kojima možemo zaključiti da nema statistički značajne povezanosti između usmjerenja srednje škole koju srednjoškolci pohađaju i sklonosti poduzetništvu. Odgoj i uža obitelj u kojoj odrastaju, prema provedenom istraživanju imaju statistički značajnu povezanost s razvojem sklonosti poduzetništvu i sklonosti da učenici jednog dana razviju vlastitu poduzetničku ideju. Iskustvo u učeničkim poslovima razvilo je kod mnogih srednjoškolaca svijest da upornim radom mogu doći do željenoga cilja. Konačno, srednjoškolci na kojima je provedeno istraživanje spremni su na naporan rad i preuzimanje rizika kako bi uspjeli u ostvarivanju vlastitoga cilja.

**Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničke sklonosti, srednjoškolci, obrazovanje za poduzetništvo**

## **SUMMARY AND KEY WORDS**

Research to date has shown that it is necessary to invest in education, including entrepreneurship education, from an early age. An entrepreneur is a person who is constantly looking for something innovative, is persistent in his work and development and has the courage to show that he is different. Entrepreneurship and its development have shown a great impact on economic development and the development of the whole economy; the governmental stimulation of entrepreneurs and their ideas and the institutional support have a positive impact and benefits for everyone, not just for the entrepreneur. The traits that characterize entrepreneurs, like innovation, willingness to take risks, persistence, self-confidence, hard work, are all traits that an individual can develop, learn, and not something that is inherent. Thus, entrepreneurial education has become an extremely important part of educational systems throughout the world, as well as in Croatia, as more and more educational systems are realizing the importance of investing in entrepreneurship education. This diploma thesis is thus aimed at researching the propensity of entrepreneurship in high school students. For the purpose of the diploma thesis, a survey was conducted on a sample of 100 students of one selected School of Economics and one selected General High School in the City of Zagreb. The survey was conducted through a questionnaire, and it yielded results according to which we can conclude that there is no statistically significant correlation between the high school orientation that high school students attend and the propensity for entrepreneurship. According to the conducted research, the upbringing, the close family relations and context in which the students grow up conducted has a statistically significant effect on the development of the propensity for entrepreneurship and the tendency to one day develop their own entrepreneurial idea. Experience in working student jobs has in many high school students instilled an awareness that by working hard they can achieve the desired goal. The conclusion of the research is that the high school students surveyed are willing to work hard and take risks to succeed in achieving their own goal.

**Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial preferences, high school students, entrepreneurial education**

# SADRŽAJ

Sažetak i ključne riječi na hrvatskom jeziku

Sažetak i ključne riječi na engleskom jeziku

1. UVOD.....	1
1.1. Područje i cilj rada .....	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka .....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada .....	2
2. OPĆE ODREDNICE PODUZETNIKA I PODUZETNIŠTVA .....	3
2.1. Pojam i važnost poduzetništva.....	3
2.1.1. Određivanje poduzetništva.....	3
2.2.2. Uloga poduzetništva u ekonomskim sustavima .....	4
2.2. Ključne karakteristike poduzetnika.....	7
2.3. Oblici poduzetništva .....	10
2.3.1. Započinjanje od nule kao oblik poduzetništva.....	11
2.3.2. Kupnja postojećeg poduzeća kao oblik poduzetništva.....	13
2.3.3. Kupnja franšize kao oblik poduzetništva .....	14
2.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.....	15
3. ULOGA OBRAZOVANJA U RAZVOJU PODUZETNIČKIH SKLONOSTI.....	17
3.1. Važnost i karakteristike poduzetničkog obrazovanja.....	17
3.1.1. Poduzetničko obrazovanje u segmentu mladih osoba.....	17
3.1.2. Pristupi poduzetničkom obrazovanju.....	18
3.2. Uloga srednjoškolskog obrazovanja u razvoju poduzetničkih sklonosti .....	21
3.3. Uloga fakultetskog obrazovanja u razvoju poduzetničkih sklonosti.....	22
3.4. Dodatno izvanškolsko obrazovanje kao prednost u razvoju poduzetničke ideje .....	25
4. EMPIRIJSKO ISPITIVANJE SKLONOSTI PODUZETNIŠTVU KOD SREDNJOŠKOLACA .....	27

4.1. Metodologija istraživanja.....	27
4.2. Rezultati istraživanja.....	29
4.3. Ograničenja istraživanja.....	37
5. ZAKLJUČAK.....	38
Popis izvora.....	39
Popis slika.....	42
Popis tablica.....	43
Prilozi.....	44
Životopis autorice.....	46



# 1. UVOD

## 1.1. Područje i cilj rada

Mnogi poduzetnici i stručnjaci danas se pitaju može li se poduzetništvo poučavati, može li se poduzetništvo naučiti ili je to jednostavno stvar osobnosti pojedinca, odnosno sklonosti inovativnosti koju pojedinac nosi u sebi. Područje analize ovog rada je upravo sklonost poduzetništvu i to u segmentu srednjoškolaca. Naime, srednjoškolski uzrast je odabran za provedeno istraživanje budući da je riječ o dobi u kojoj se djeca formiraju u osobe, rastu, postaju zreliji i svjesniji da im budućnost donosi određeni rad, a rad određenu zaradu. Prilikom odabira srednje škole bili su prisiljeni zajedno s roditeljima razmišljati o vlastitoj budućnosti te donijeti odluku o upisu u srednju školu. Za potrebe diplomskog rada odabrana je kategorija srednjoškolaca upravo zbog njihovog trenutnog razmišljanja; oni su u situaciji u kojoj razmišljaju potpuno otvoreno prema svim smjerovima, istražuju, povezuju i zaključuju na koji način žele razvijati vlastitu karijeru. Primarni cilj diplomskog rada je, dakle, istražiti sklonost poduzetništvu kod srednjoškolaca. Cilj je istražiti poduzetničke stavove, spremnost na preuzimanje određenog rizika i poduzetničke namjere u budućnosti. Neka od temeljnih istraživačkih pitanja su: koliki je utjecaj obrazovnog sustava na sklonost poduzetništvu? Kakav je stav i percepcija prema poduzetnicima u državi? Utječe li obitelj i odgoj na sklonost poduzetništvu? Imaju li želju za osnivanjem vlastitoga poduzeća i ostvarivanjem određene dobiti ili teže za radom kod drugih poslodavaca?

Sekundarni ciljevi ovog diplomskog rada su analizirati u kojoj mjeri obrazovni sustav i okruženje u kojem se nalaze utječu na njihove planove za budućnost, vide li sebe kao poduzetnika, smatraju li da ih je škola potaknula na to. Dodatno, cilj je ispitati i postoji li određena poduzetnička ideja koju žele realizirati u budućnosti, a koju su osmislili samostalno, ili ih je na tu ideju potaknuo netko u njihovu bližem okruženju.

## **1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka**

Rad se sastoji od teorijskog dijela i empirijskog istraživanja. Prilikom izrade teorijskog dijela korišteno je nekoliko metoda istraživanja: metoda indukcije i dedukcije te deskriptivna metoda. Za potrebe izrade teorijskog dijela istražene su dosadašnje spoznaje vezane za sklonost poduzetništvu u znanstvenim i stručnim publikacijama, pretraženi su novinski članci napisani za srodnu temu te brojne internetske baze podataka.

Empirijski dio diplomskog rada temeljen je na provedenom kvantitativnom istraživanju, prilikom kojeg su prikupljeni, analizirani i prezentirani primarni podaci. Podaci su prikupljeni putem anketnog upitnika na uzorku od 100 ispitanika dviju odabrane srednje škole u Gradu Zagrebu – jednoj općoj gimnaziji i jednoj ekonomskoj srednjoj školi. Anketni upitnik oblikovan je pitanjima zatvorenog i otvorenog tipa.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Diplomski rad sastoji se od pet cjelina. U prvoj cjelini navedeno je područje i cilj rada, metode prikupljanja podataka te struktura rada. Druga cjelina rada usmjerena je na teorijski okvir, pri čemu je definiran pojam poduzetnika, opisane glavne karakteristike poduzetnika i oblici poduzetništva te prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo. Treća cjelina problematizira dosadašnja provedena istraživanja, koliko je značajna uloga obrazovanja prilikom oblikovanja sklonosti poduzetništvu, te je opisan značaj izvanobrazovnih aktivnosti u formiranju poduzetničke sklonosti. Četvrta cjelina odnosi se na empirijsko istraživanje, gdje su opisane metode istraživanja te način provođenja istraživanja. Također, prezentirani su i rezultati istraživanja te navedena ograničenja istraživanja. Peta i završna cjelina donosi zaključak samoga rada, a na kraju se nalazi popis slika, tablica, izvora i popis korištenih izvora podataka.

## 2. OPĆE ODREDNICE PODUZETNIKA I PODUZETNIŠTVA

### 2.1. Pojam i važnost poduzetništva

Ideje koje tumače život suvremene ekonomije i modernog poduzetništva formirale su se dugo i postupno, a različitost pristupa objašnjavanju fenomena poduzetništva proizvod su povijesnih epoha u kojima su ljudi djelovali. Poduzetništvo nije fenomen – ono je egzistiralo tijekom povijesti u svim epohama, samo uz različita „pravila igre“ koje je diktirala određena povijesna formacija.<sup>1</sup>

Postepenim i kvalitetnim dobivanjem znanja razvija se poduzetništvo, a uz njega kreativnost i stvaralaštvo. Poduzetništvo nije samo školski predmet na kojem se uče stručni termini i definicije, to je sveobuhvatni pogled na svijet u kojemu se cijeni inovativnost, stvaralaštvo, hrabrost i upornost. Poduzetništvo i učenje o poduzetništvu ima za cilj stvoriti pripadnost svjetskom tržištu i svjetskoj zajednici poslovnih uspjeha. Poduzetništvo je jednako važno kao i učenje stranih jezika, poznavanje zemljopisa, prava i politike.<sup>2</sup>

#### 2.1.1. Određivanje poduzetništva

Riječ poduzetništvo dolazi od riječi „poduzeti“, što znači ne čekati na jednome mjestu da se nešto pokrene i dogodi, nego uzeti stvari u svoje ruke i pokrenuti se.<sup>3</sup> *„Iako se u ekonomskoj teoriji poduzetništvo najčešće definira kao skup poduzetničkih inovacija, skup organizacijskih, operacijskih i nadzornih sposobnosti, treba naglasiti da je to samo jedna od mogućnosti definiranja. Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja određene prilike. Uključuje sve aktivnosti poduzetnika gdje koriste određene inpute, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih*

---

<sup>1</sup> Buble, M., Kružić D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. RRIF Plus, Split, str.1.

<sup>2</sup> Cingula, M., (2001.). Poduzetništvo. Školska knjiga, Zagreb, str. 2-3.

<sup>3</sup> Miljković Krečar, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. Napredak, 151(3-4): 417.

*tehnologija, a naglašeno je vezano za donošenjem inovacije, promjena, utjecaj na samo okruženje te prilagođavanjem promjenama u okolini.*“<sup>4</sup>

Osim pokretanja novog posla i prihvaćanja određenog rizika, poduzetništvo karakterizira i jaka želja za stvaranjem te velika upornost: „*Neuspjeh te ne smije pokolebati i demoralizirati. Kada te netko baci na pod, odmah se uspravi i tjeraj dalje*“, moto je većine poduzetnika.<sup>5</sup>

Poduzetništvo se može promatrati kao proces u kojemu se naglašava i potiče sposobnost i kreativnost te aktivnost da se poduzimaju promjene, stvaraju inovativni proizvodi ili usluge te da se, kombinirajući ograničene resurse, kreira i proizvede rezultat koji će dovesti do profita. Poduzetništvo, pored djelatnosti u kojima se može ostvariti profit, može djelovati i u politici putem stvaranja klime koja potiče inovativnost i kreativnost, u neprofitnim organizacijama gdje se potiče postizanje socijalnih ciljeva, u lokalnom razvoju gdje potiče zapošljavanje, razvoj zajednice i povećanje kvalitete života.<sup>6</sup>

### **2.2.2. Uloga poduzetništva u ekonomskim sustavima**

Shvaćajući važnost poduzetništva za nacionalne ekonomije, najveći broj država prihvatio je i podržao poduzetništvo kao važnu komponentu vlastitog ekonomskog razvoja. Svjetska ekonomija procesom globalizacije postupno gubi vlastite lokalne i državne karakteristike koje posjeduje, čemu su doprinijele nove tehnologije, novi načini rješavanja problema, novi inovativni procesi te brojne integracije i suradnje različitih lokalnih, regionalnih i međunarodnih institucija.<sup>7</sup> Rezultati provedenih istraživanja upućuju da je poduzetništvo usko vezano sa ekonomskim rastom. Među državama sa sličnim ekonomskim strukturama korelacija poduzetništva i ekonomskog rasta je visoko statistički značajna. Također, provedenim istraživanjem utvrđena je pozitivna veza između

---

<sup>4</sup> Škrtić, M. (2006). Poduzetništvo. Sinergija d.o.o., Zagreb, str.1.

<sup>5</sup> Ožanić, M. (2004). Mali brod na olujnom moru- od ideje do prvog ugovora. Tehnološki park, Zagreb, str. 55.

<sup>6</sup> Buble, M., Kružić D. Op. cit, str.7.

<sup>7</sup> Ibid, str.14-18.

visine poduzetničke aktivnosti ostvarene u određenoj godini i porasta bruto društvenog proizvoda dvije godine kasnije.<sup>8</sup>

Poduzetništvo današnjice nositelj je važne poduzetničke inicijative koja obnavlja i potiče razvoj ekonomije diljem svijeta. Dolazi do obnavljanja postojeće ekonomije, otvaranja novih radnih mjesta, zapošljavanja koje prati porast, a sve to zbog porasta poduzetništva koje prati inovativnost, vitalnost, a izravno utječe na ekonomski, socijalni i kulturni rast.<sup>9</sup>

Procjenjuje se da je više od 460 milijuna ljudi diljem svijeta uključeno u neku od aktivnosti pokretanja novog poslovanja, novog poslovnog pothvata ili su vlasnici novog poduzeća. Koliko poduzetništvo ima veliki utjecaj ilustrira i podatak da samo u SAD-u svakog sata svakog radnog dana nastane više od tisuću poslovnih pothvata.<sup>10</sup>

Razina poduzetničke aktivnosti razlikuje se od države do države. U Venezueli je svaki četvrti odrasli stanovnik poduzetnički aktivan, u Argentini svaki šesti, u Brazilu i Novom Zelandu svaki sedmi, u SAD-u i Kini je svaki osmi stanovnik poduzetnički aktivan, Španjolskoj i Grčkoj svaki šesnaesti, a u Sloveniji svaki dvadeset peti. Nasuprot tome, u Hrvatskoj je jedan od trideset tri državljana uključen u pokretanje poduzetničkog pothvata.<sup>11</sup>

U usporedbi s ostalim državama EU, Hrvatska se smatra umjerenim inovatorom s postotkom gospodarstva koji uvodi inovacije tempom 8% nižim od prosjeka EU. Takvi podaci pokazuju da

---

<sup>8</sup>Ibid.

<sup>9</sup> Kružić, D. (2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomika misao i praksa* 2(2):175.

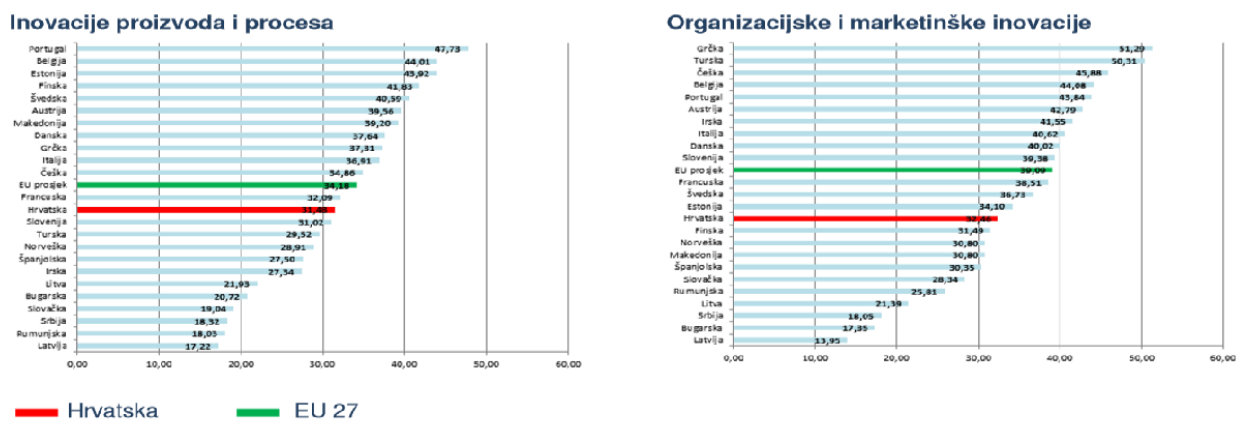
<sup>10</sup> Bygrave, W. D., Zacharakis, A. (2003). *Portable MBA in Entrepreneurship*, Third edition, John Wiley & Sons, str. 2.

<sup>11</sup> Kružić, D. Op. cit, str.180.

Hrvatska ne ulaže dovoljno u poticanje razvoja inovacija, plasiranje inovativnih proizvoda ili usluga na tržište te razvoj inovativnih poslovnih modela koji su nužni za ekonomski rast i razvoj.<sup>12</sup>

Na Slici 1. može se usporediti Hrvatska s ostalim zemljama europske unije u inovaciji proizvoda i procesa i organizacijskoj i marketinškoj inovaciji.

**Slika 1. Usporedba Hrvatske s državama Europske unije: Inovacije proizvoda i procesa, organizacijske i marketinške inovacije**



Izvor: MINPO (2012). Strategija razvoja poduzetništva 2012.-2020. godine, Zagreb, MINPO, str. 19.

Slika 1. pokazuje mjesto Hrvatske na ljestvici s obzirom na postotak svih malih i srednjih poduzeća koji uvode inovacije proizvoda ili procesa (13. mjesto od 24 europskih zemalja) i postotak svih malih i srednjih poduzeća koja uvode organizacijske te marketinške inovacije (15. mjesto od 24 zemlje).<sup>13</sup>

U suvremenom svijetu u kojemu upravo ideje pokreću ekonomije stoga nije ni čudo da se inovacija i poduzetništvo smatraju nerazdvojnim cjelinama. Uz potrebne resurse za razvoj znanje se sve više

<sup>12</sup> MINPO (2012). Strategija razvoja poduzetništva 2012.-2020. godine, Zagreb, MINPO, str. 19.

<sup>13</sup> Ibid.

smatra važnim kao ključan faktor u postizanju konkurentske prednosti i poticanju ekonomskog razvoja. Ljudska kreativnost i poduzetništvo neophodno su potrebni za kombiniranje inputa kako bi se proizveo output koji postaje konkurentan na tržištu. Pored toga, potpora institucija i same države izuzetno je bitna za ekonomski razvoj i razvoj cjelokupnog gospodarstva. Suvremeno poduzetništvo i inovativnost i na njemu zasnovana poduzetnička ekonomija više su od izazova, to je borba u kojoj se treba pokazati upornost te da bi se uspjelo treba postajati hrabrost pokazati nešto drugačije, jedinstveno.<sup>14</sup>

## 2.2. Ključne karakteristike poduzetnika

Sredinom 15. stoljeća dubrovački trgovac Benedikt Kotruljević u djelu *O trgovini i savršenom trgovcu* pokušao je definirati tadašnjeg savršenog trgovca u uvjetima koji su bili vrlo rizični i neizvjesni; kopneni i plovidbeni putevi su bili neizvjesni, prodaja vrlo rizična. Njegova opisana slika „savršenog trgovca“ u potpunosti odgovara i oslikava današnji pojam poduzetnika u okviru suvremenog poduzetništva.<sup>15</sup>

Mnogi ljudi koji započnu proces otvaranja novog poslovanja, realizaciju vlastite ideje često nailaze na neuspjeh, dok drugi postaju veoma uspješni u svojoj realizaciji. Postoji li razlika između takvih ljudi, između razina ljudskog ili društvenog kapitala? Utječu li njihove osobne karakteristike na uspješnost poslovanja?<sup>16</sup>

Poduzetnik je čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat i snosi cjelokupni rizik nadajući se određenoj zaradi, odnosno dobiti.<sup>17</sup> Potencijalni poduzetnici najčešće nisu svjesni niti znaju što im budućnost donosi. Poduzetnici preispituju vlastite sposobnosti kako bi uvidjeli vlastitu

---

<sup>14</sup> Kružić, D. Op.cit, str.185-188.

<sup>15</sup> Ibid, str.169.

<sup>16</sup> Davidsson, P., Honig, B. L. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 302.

<sup>17</sup> Želinski-Matunec, S. (2003). Od ideje do profita. Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo, Zagreb, str. 25-2.

moćnost za razvoj u poduzetnika. Poduzetništvo je nešto slično talentu, ali i puno više od toga; to je skup psihičkih sposobnosti koje omogućuju poduzetniku da prihvati određeni rizik, da uđe u nešto potpuno nepoznato, da se održava u teškim uvjetima, vodi i motivira svoje suradnike, organizira poslovanje, prilagođava se promjenama u okolini te da vjeruje u postojanje vlastite sretne zvijezde.<sup>18</sup>

Pokretanje novog poslovnog pothvata uvijek nosi rizik jer uspjeh nikada ne može biti zajamčen. Međutim, bitno je naglasiti da poduzetnik nije kockar – on razumno preuzima rizik u želji da postigne željeni cilj, smanjujući rizik na najmanju moguću mjeru, da nepotrebno ne ugrožava egzistenciju svog poduzeća i svoje obitelji.<sup>19</sup> “*Morate preuzeti rizik, ali trebate gledati koja je to vrsta rizika. Ne uranjajte svoje noge u hladnu vodu dok god stvarno ne znate plivati*”, rekao je An Wang, osnivač i izvršni direktor Wang Computersa.<sup>20</sup>

Iako je teško točno odrediti osobine koje karakteriziraju poduzetnika, neka su istraživanja pokazala da će kao poduzetnici vjerojatno uspjeti osobe koje imaju sljedeće osobine: **inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, samouvjerenost, uporan rad, jasno postavljeni ciljevi i odgovornost.**<sup>21</sup>

Svaka od osobina detaljno je objašnjena u prikazanoj Tablici 1.

**Tablica 1. Karakteristike poduzetnika**

Karakteristika poduzetnika	Opis karakteristike poduzetnika
----------------------------	---------------------------------

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ožanić, M. (2004). Mali brod na olujnom moru- od ideje do prvog ugovora. Tehnološki park, Zagreb, str. 54.

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Škrtić, M.Op.cit, str. 107.



<b>INOVACIJA</b>	<b>Inovacija</b> predstavlja kreaciju novih ideja, proizvoda, usluga ili procesa unaprjeđenja, otkrićima ili invencijom, a može se dogoditi svugdje – na poslu, obrazovanju, sportu ili u obitelji. <sup>22</sup>
<b>RIZIK</b>	<b>Rizik</b> je neizbježan pratilac svakog novog poduzeća; neka od njih uspijevaju, dok neka propadaju. Nitko ne može unaprijed predvidjeti koja poduzeća će uspjeti, a koja ne, stoga poduzetnici moraju preuzeti određeni rizik. <sup>23</sup> U situacijama s različitim životnim izazovima poduzetnici biraju puteve koji će ih najprije dovesti do željenog cilja. Zato i odluke o važnim pitanjima moraju biti dobro razrađene i pripremljene kako bi se umanjio poduzetnikov rizik, a povećala vjerojatnost nastupa ostvarivanja poduzetničkih pothvata.
<b>SAMOUVJERENOST</b>	<b>Samouvjerenost</b> se odnosi na osobnost pojedinca koji treba imati visoke ambicije za poslovni uspjeh. Pri tome je izuzetno važno uspostaviti ravnotežu između ambicija i postavljanja ciljeva jer poduzetnici često vjeruju da su im izgledi bolji nego što to realne činjenice pokazuju. <sup>24</sup>
<b>UPORAN RAD</b>	<b>Uporan rad</b> , stresna stanja, zaokupljenost problemima poduzeća djeluju nepogodno na zdravlje, ali isto tako mogu razoriti i obitelj. Poduzetnik u početku mora biti spreman raditi od jutra do navečer, kasno dolazi kući, obiteljske obveze su nužno stavljene u drugi plan, a sve veći teret je na ostalim članovima obitelji koji preuzimaju veću brigu o obitelji, kući, obvezama. To je teško izbjeći, teško je s time se nositi, ali je potpuno neizbježno. <sup>25</sup>
<b>POSTAVLJANJE CILJEVA</b>	<b>Postavljanje ciljeva</b> za poduzetnika je permanentan proces u kojem ostvareni ciljevi predstavljaju novu ljestvicu za postavljanje novih, viših ciljeva. U tom smislu ciljevi su uvijek postavljeni ispred, a ne iza uspješnog poduzetnika. <sup>26</sup>
<b>ODGOVORNOST</b>	<b>Odgovornost</b> znači odgovarati mjerodavnoj osobi za vlastiti posao. Kome su poduzetnici odgovorni? Pravi odgovor je da su odgovorni pred samim sobom. Poduzetnici žele puno priznanje za svoj uspjeh, ali isto tako preuzimaju svu krivlju na sebe. <sup>27</sup>

Za pojedine autore poduzetnik je isto što i vlasnik poduzeća, dok ih neki kvalitativno i kvantativno razlikuju. Zajedničko obilježje svih definicija poduzetnika je da su poduzetnici osobe spremne preuzeti rizik te imaju veliku želju za ostvarivanjem profita.<sup>28</sup>

<sup>22</sup> Buble, M., Kružić D.Op.cit, str. 47.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Škrtić, M. Op.cit, str. 111.

<sup>25</sup> Želinski-Matunec, S. Op.cit, str. 26.

<sup>26</sup> Buble, M., Kružić D.Op.cit, str. 49.

<sup>27</sup> Škrtić, M. Op.cit, str. 113.

<sup>28</sup> Škrtić, M. Op.cit, str. 121.

Najraniji rad na području istraživanja samih karakteristika poduzetnika je istraživački rad Davida McClellanda koji je, razvijajući svoju teoriju motivacije, pretpostavio da su poduzetnici osobe s izraženijim "**motivom za postignućem**". Međutim, istraživanje ga je dovelo do zaključka da visoka potreba za postignućem nije svojstvena samo poduzetnicima, nego karakterizira i neke druge skupine, kao što su sveučilišni profesori.<sup>29</sup> Sljedeća osobina za koju je provedeno istraživanje je "**sklonost riziku**", gdje se također pokazalo da rezultati variraju s obzirom na definiciju "rizika". Primjerice, Babb i Babb u istraživanju provedenom 1992. godine nalaze da su urbani poduzetnici skloniji preuzimanju rizika od ruralnih, a Brockhaus 1980. godine da ova osobina ne razlikuje uspješne od neuspješnih poduzetnika.<sup>30</sup> Danas se smatra da poduzetnici imaju osobinu s kojom bolje procjenjuju samu rizičnost ulaska u poslovanje te sagledavajući sve okolnosti i mogućnosti odlučuju isplatili se uopće preuzimati određeni rizik.<sup>31</sup>

Nemoguće je napraviti potpuni psihološki profil poduzetnika, zato što postoje mnogi primjeri koji krše pravila. „*Najbolji savjet koji ja mogu dati svakome tko želi uspjeti u biznisu je – nikada ne odustati*” rekao je jedan iskusan poduzetnik koji je uspio u ostvarenju svoga cilja nakon što je dva puta doživio pad i propast. Ipak svakog od poduzetnika karakterizira samopouzdanje, spremnost na rizik i neizvjesnost, želja za stvaranjem i upornost.<sup>32</sup>

### 2.3. Oblici poduzetništva

Poduzetništvo se može podjeliti prema nekoliko različitih kriterija. Prema Ireni Bosnić, poduzetništvo se dijeli na tradicionalno poduzetništvo, korporativno poduzetništvo i socijalno poduzetništvo.<sup>33</sup> Moguće strategije ulaska u poduzetništvo, koje su opširnije objašnjene u

---

<sup>29</sup> Miljković, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. Psihologijske teme, 17(1): 58.

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Želinski-Matunec, S. Op.cit, str. 26.

<sup>33</sup> Prelas Kovačević, A., Bosnić, I., Britvić, J. (2013). Uvod u ekonomiku poslovanja. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.

sljedećim poglavljima, prema Marici Škrtić su sljedeće: započinjanje od nule, kupnja postojećeg poduzeća i kupnja franšize.<sup>34</sup>

### **2.3.1. Zapčinjanje od nule kao oblik poduzetništva**

**Započinjanje od nule** predstavlja jedan od mogućih oblika ulaska u poduzetništvo. Tim putem idu poduzetnici kojima je osnivanje i oblikovanje vlastitog poduzeća puno veći izazov nego kupnja već postojećeg poduzeća. Poznato je, naime, da poduzetnici teže stvaralačkom zadovoljstvu koji dolazi od ideje do njene realizacije.<sup>35</sup>

Svaki poduzetnik bori se sa konkurencijom na tržištu. Poduzetnik nudi kupcima isti ili sličan proizvod bolji od onog što ga nudi konkurencija. To ide teško i mukotrpno, kupci postaju sve zahtjevniji i izbirljiviji, a konkurencija sve agresivnija. „Idealna“ situacija bila bi kada konkurencije uopće ne bi bilo te kada bi se poduzetnik na tržištu pojavio kao monopolist, ali to je gotovo nemoguće očekivati u suvremenom ekonomskom kontekstu. Druga „idealna“ situacija bi bila da poduzetnik ima proizvod kakav konkurencija nema ili da njegov proizvod ima određene osobine koji konkurencija nema. To je moguće jedno ako je proizvod inovacija, odnosno ako je jedna od karakteristika proizvoda inovativna.<sup>36</sup>

Prilikom osnivanja vlastitog poduzeća treba prvenstveno donijeti odluku o tome da se osnuje poduzeće, a odluka se donosi onog trenutka kada pojedinac ili grupa odluče da ne žele raditi za drugog poslodavca već za sebe.<sup>37</sup> Drugi korak u procesu je analiza svojih sposobnosti i mogućnosti. Važno je mišljenje koje osoba ima o sebi, vlastito uvjerenje, želje te strast. Stoga se savjetuje da se svako jutro iskreno upita postoji li jaka vjera u sebe, je li osoba spremna preuzeti određeni rizik i neizvjesnost samog poslovanja, hoće li obitelj podržavati odluku ulaska u

---

<sup>34</sup> Škrtić, M.Op.cit, str. 169.

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> Ožanić, M. Op.cit, str. 127.

<sup>37</sup> Buble, M., Kružić D. Op.cit, str. 215.

poduzetnički pothvat, postoji li dovoljno velika vjera u vlastite sposobnosti i je li osoba marljiva i dovoljno dobar lider da vodi djelatnike i cjelokupno poduzeće.<sup>38</sup>

Kada je bilo najteže, mnogi ljudi su se okrenuli najjednostavnijem obliku poduzetništva, smatrajući da je svima dostupan te da se najjednostavnije njime baviti, a to je trgovina. Model trgovanja je sljedeći: kupiti robu na određenom tržištu po jeftinijoj cijeni, a prodati na drugome tržištu potencijalnim kupcima za nešto skuplju cijenu proizvoda te na samom početku izbjeći plaćanje poreza i snalaziti se na razne načine. Kada krene nešto ozbiljnija i veća količina prodaje, osnuje se vlastito poduzeće.<sup>39</sup>Ovakva klima i način poslovanja razvijao se određeni period u društvu. Mnogi su poticali poduzetnike koji imaju određeni kapital da kupuju jeftiniju i uvezu robu te prodaju na domaćem tržištu po višoj cijeni što je dovodilo do uništenja domaćih proizvoda, ali i to ima svojih ograničenja. Postoje i mnogi ljudi koji imaju kapital i spremni su ga uložiti u određeni poduzetnički pothvat, ali jednostavno nemaju ideju.<sup>40</sup> Izbor proizvoda ili usluge ključni je korak u osnivanju poduzeća, izvršiti krivi izbor, znači unaprijed osuditi poduzeće na propast.<sup>41</sup>

Prilikom započinjanja od nule potrebno je pomno istražiti tržište na koje se izlazi s određenim proizvodom ili uslugom. Istraživanje tržišta predstavlja proces sistematskog prikupljanja, sređivanja i analiziranja podataka koje se odnose na proizvoda ili usluge. Smatra se da je to najvažnija marketinška aktivnost s obzirom na to da se daju odgovori na ključna pitanja:<sup>42</sup>

- Koje proizvode ili usluge prodavati,
- Gdje ih prodavati, u kojim količinama, po kojim cijenama,
- Što prodaje konkurencija, gdje su i koliko su jaki.

Sljedeći koraci su predviđanje prihoda od prodaje, potrebno je predvidjeti obujam prodaje koji se može očekivati u određenom period i prihode koji će iz toga rezultirati. Izbor lokacije jedan od najvažnijih koraka prilikom osnivanja poduzeća („lokacija, lokacija, lokacija“); on ovisi o

---

<sup>38</sup> Ožanić, M. Op.cit, str. 108.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid, str. 114.

<sup>41</sup> Buble, M., Kružić D. Op.cit, str. 215.

<sup>42</sup> Ibid.

različitim čimbenicima koje poduzetnik treba imati u vidu. Nakon izbora lokacije slijedi izrada plana proizvodnje, plana marketinga, plana organizacije, plana pravnih aktivnosti, plana osiguranja, plana računovodstva, financijskog plana i pisanje popratnih pisma.<sup>43</sup>

### **2.3.2. Kupnja postojećeg poduzeća kao oblik poduzetništva**

Kupnja postojećeg poduzeća drugi je oblik ulaska u poduzetništvo. U razvijenim tržištima pravnici i bankari često poduzetnicima savjetuju da radije kupe poduzeće nego da započnu poslovanje od nule. Osnovni razlog: kupnja postojećeg poduzeća je manje rizična. Naime, kupiti poduzeće koje je već ostvarilo određeni položaj na tržištu, privuklo potencijalne potrošače koji kupuju njihov proizvod te su zadovoljni dobivenim ili pruženim znači da su šanse za uspješni nastavak poslovanja mnogo veće, a uz podatke o prijašnjim uspjesima vidljivi su i podaci o neuspjesima, tako da se pogreške ne bi ponavljale.<sup>44</sup>

Kupnja postojećeg poduzeća sa sobom donosi određene prednosti s jedne strane i nedostatke s druge strane. Prednost kupnje postojećeg poduzeća je lakši i jednostavniji ulazak na tržište – poduzeće već postoji te ima prepoznatljivo ime i brend na tržištu. Također, poduzeće već posjeduje potencijalne potrošače te na taj način ostvaruje prihode i profit i zauzima određeni položaj na tržištu. Kupnjom postojećeg poduzeća preuzima se već uhodan tim, prostor i lokacija, te se dobivaju podaci o potrošačima i poslovanju.<sup>45</sup> Mnogo opasnije za potencijalne kupce postojećeg poduzeća je mogućnost postojanja dugovanja ili neiskrenost postojećeg vlasnika. Da bi se saznao pravi razlog prodaje poduzeća kupac poduzeća mora vlasnika poduzeća istražiti i doći do pouzdanih i sigurnih podataka kako bi donio ispravnu odluku i u budućnosti uspješno poslovao.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Buble, M., Kružić D. Op.cit, str. 215-220.

<sup>44</sup> Škrtić, M. Op.cit, str. 179.

<sup>45</sup> Škrtić, M. Op.cit, str.175

<sup>46</sup> Ibid.

### 2.3.3. Kupnja franšize kao oblik poduzetništva

Kupnja franšize kao mogućnost ulaženja u poduzetničke aktivnosti predmet je velikih razlika u mišljenju i potencijalnih poduzetnika i znanstvenika poduzetničke ekonomije. Jedan dio poduzetnika i znanstvenika franšizu smatra najboljim oblikom, odnosno najboljom šansom za potencijalne poduzetnike zbog najmanjeg mogućeg rizika, dok je drugi smatraju krajnje nepovoljnim zbog izrazito visoke pristojbe.<sup>47</sup>

Ovaj oblik poslovanja omogućuje kupcu franšize da preuzme postojeće i uhodano poslovanje, međutim, mora poslovati prema unaprijed utvrđenim pravilima. Franšizer određuje predmet poslovanja, izgled poslovnog prostora, način poslovanja i vođenje financija te ostale detalje poslovanja, dok franšizant mora poštivati sva propisana pravila. S druge strane, franšizer ima obveze prema franšizantu u obliku stručnog usavršavanja, savjetovanja i pomoći prilikom početka i nastavka daljnjeg poslovanja.<sup>48</sup>

U samome početku postojala su dva osnovna oblika franšize: franšiza proizvoda ili marke, u kojem davatelj franšize primatelju daje pravo na ime ili marku, te poslovni format franšize koji uključuje širi raspon usluga kao što su odabir lokacije, trening zaposlenika, nabava proizvoda, plan marketinga.<sup>49</sup> Razvojem franšiznog poslovanja razvili su se i drugi oblici franšiznoga ugovora. Thomas i Seid razradili su sljedeću podjelu franšiznih ugovora.<sup>50</sup>

- Prvo, **franšiza distribucije proizvoda**, gdje se suradnja zasniva na vertikalnoj povezanosti koja zamjenjuje povezanost preko kapitala. Najpoznatije industrije koje koriste ovaj oblik franšize su industrija automobila, osvježavajućih pića i benzinska industrija.
- Drugi oblik je **franšiza poslovnog formata**, koja primatelju franšize uz korištenje trgovačkog imena i loga davatelja franšize omogućuje da koristi kompletan sustav za

---

<sup>47</sup>Ibid, str. 179.

<sup>48</sup> Lupić, M., Bujan, I. (2017). Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 7(1): 72.

<sup>49</sup> Mahaček, D, Lihtar. M. M. (2013). Ulaganje u poslovanje putem franšize. *Ekonomski vjesnik*, 26(2): 600.

<sup>50</sup> Ibid.

isporučivanje proizvoda ili usluge za poslovanje. Ovakav oblik franšize je u porastu i sve se više franšiza organizira po tom sustavu.

Povijest franšize zadire još u doba feudalizma. Međutim, prema jednoj od nekoliko teorija prva komercijalna prodajna franšiza bila je Singer Sewing Center čiji je začetnik bio Isaac Singer 1858. godine, a odnosila se na prodaju prava lokalnim poslovnim ljudima koji su prodavali Singerove šivaće strojeve i obučavali korisnika.<sup>51</sup> Danas franšiza postaje sve značajniji oblik pokretanja poslovanja. U Republici Hrvatskoj je prisutna, ali još uvijek nije u potpunosti prihvaćena kao oblik poslovanja, dok u susjednim zemljama sve veći broj poslovanja započinje upravo kupnjom franšize. Kupnjom franšize smanjuje se rizik vezan uz pokretanje poslovanja, ali i dalje postoji rizik održavanja financijske stabilnosti poslovanja.<sup>52</sup>

#### **2.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo**

Ulazak u poduzetništvo i osnivanje vlastitoga poduzeća sa sobom nosi određene pozitivne i negativne učinke. Osoba koja osnuje vlastito poduzeće prvi puta osjeti slobodu odlučivanja i vođenja cjelokupnog poslovanja u njemu željenome cilju. Prednost ulaska u poduzetništvo je upravo kontrola nad vlastitom sudbinom: poduzetnici samostalno upravljaju vlastitim poslovanjem, donose odluke, ali i snose posljedice tih odluka.<sup>53</sup> Osim što imaju mogućnost iskoristiti vlastiti potencijal, poduzetnici imaju mogućnost i mijenjati stvari, proizvesti neki inovativni proizvod, pronaći inovativno rješenje određenog problema ili jednostavno utjecati na promjenu svijesti i razmišljanja ljudi o određenom pitanju. Upravo su njihove karizme i motiviranosti priznati u društvu.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Ibid, str.599.

<sup>52</sup> Ibid, str.600-607.

<sup>53</sup> Škrtić, M. Op.cit, str. 32.

<sup>54</sup> Ibid.

Iako sve prednosti koje dolaze s ulaskom u poduzetništvo zvuče veoma jednostavno, a otvaranje i vođenje vlastitog poduzeća izgleda lagano, stvarnost je potpuno drugačija. Poslovanje može osigurati određeni profit te stvoriti komfor kod poduzetnika, ali s druge strane može donijeti i određeni rizik te gubitak uloženog kapitala.<sup>55</sup> Poduzetnik je osobno odgovoran za vlastite postupke te snosi posljedice i gubitke koje mu može donijeti određeno poslovanje ili poslovna odluka. Ukoliko poslovanje krene u krivome smjeru, to će utjecati i na psihofizičko stanje poduzetnika – bit će suočen sa velikom količinom stresa i niskom kvalitetom života, što na kraju može utjecati i na zdravlje. Veliki broj malih poduzeća propada u razdoblju od dvije godine nakon otvaranja, što pored financijskih donosi i razne emocionalne probleme, stoga svi poduzetnici prije ulaska u poslovanje trebaju dobro procijeniti rizik poslovanja i spremnost na preuzimanje tog rizika.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Lupić, M., Bujan, I. Op.cit, str.65.

<sup>56</sup> Ibid.



### 3. ULOGA OBRAZOVANJA U RAZVOJU PODUZETNIČKIH SKLONOSTI

#### 3.1. Važnost i karakteristike poduzetničkog obrazovanja

Poduzetništvo je jedna od važnih komponenti cjelokupnog obrazovanja. Mnogobrojna istraživanja dokazuju važnost poduzetničkog obrazovanja za stvaranje poduzetničkih kompetencija i sklonosti poduzetništvu.<sup>57</sup> Sklonost poduzetništvu može se definirati kao kombinacija barem triju osobnih faktora: vjere u sebe i vlastite mogućnosti, prihvaćanje rizika i usmjerenje na postignuće.<sup>58</sup> No, osim navedenih faktora razvoju poduzetništva zasigurno doprinosi i obrazovanje u pojedinim segmentima poduzetničke ekonomije. U nastavku se opisuje uloga različitih razina obrazovnog sustava u razvoju poduzetništva, posebno u segmentu mladih osoba.

##### 3.1.1. Poduzetničko obrazovanje u segmentu mladih osoba

Pojmovi „mladost“ i „mladi“ na prvi pogled sugeriraju da imaju poveznicu sa biološkim, tjelesnim i mentalnim sazrijevanjem, međutim, obje kategorije nose i socijalne odrednice i već dugo su predmet teorijskih i empirijskih socioloških razmatranja. Dosadašnja provedena empirijska istraživanja za cilj su imala utvrditi motiviranost i želju mladih za pokretanje vlastitog posla u budućnosti. Rezultati istraživanja pokazali su da **mladi imaju pozitivan stav prema poduzetništvu, ali i izuzetno veliku ambiciju prema poduzetničkim pothvatima**, tj. namjere bavljenjem poduzetništvu u skorijoj budućnosti.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Šimunić, V. (2017). Važnost dualnog obrazovanja kao jedan od načina učenja za poduzetništvo, 7(1): 258-299.

<sup>58</sup> Miljković Krečer, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. Psiholojske teme, 17(1): 61.

<sup>59</sup> Pavić, Ž. (2008). Poduzetništvo mladih i nova ekonomija. Ekonomski vjesnik, 21(1-2): 92.

Jedno od istraživanja u Republici Hrvatskoj provedeno je na uzorku od 121 učenika u triodabrane srednje škole - državne srednje ekonomske škole, srednje privatne ekonomske škole te privatne gimnazije u Gradu Zagrebu. Cilj provedenog istraživanja bio je prikazati mišljenje o važnosti ranog učenja za poduzetništvo na kreativni i zanimljiv način dualnim obrazovanjem.<sup>60</sup> Dualno obrazovanje predstavlja kombinaciju teorije i prakse, odlaskom u poduzeća i korištenjem suvremenih metoda rada na nastavi (simulacija). Rezultati istraživanja pokazali su da učenici žele promjene te da prepoznaju važnost učenja za poduzetništvo. Također, smatraju da bi više praktične nastave doprinijelo razvijanju njihovih poduzetničkih ideja.<sup>61</sup>

Drugo relevantno istraživanje provedeno je s ciljem istraživanja percepcije učenika srednjih strukovnih škola o karijeri poduzetnika. Istraživanje je realizirano u okviru Nacionalnog centra za vanjsko vrednovanje obrazovanja „*Zastupljenost poduzetničkih sadržaja u programima srednjih škola*“, a provedeno je na uzorku od 2 353 učenika u 130 srednjih škola s područja cijele Hrvatske.<sup>62</sup> Dobiveni rezultati pokazuju da bi učenici voljeli pokrenuti vlastito poslovanje kada bi imali dovoljno sredstva te kako Hrvatska treba više poduzetnika. Najmanje učenika se slaže s tvrdnjama da bi znalo realizirati poduzetnički pothvat te da je vođenje poslovanja jednostavno. Zaključak istraživanja je da učenici imaju želju i interes pokrenuti vlastito poslovanje, ali su istovremeno svjesni da nemaju dovoljno znanja i iskustva. Također, ističu kako žele uvođenje više praktične nastave te primjera iz prakse jer smatraju da bi na taj način proširili vlastito znanje.<sup>63</sup>

### **3.1.2. Pristupi poduzetničkom obrazovanju**

Dosadašnja istraživanja pokazala su da poduzetničko obrazovanje ima značajan utjecaj na daljnji razvoj vlastite ideje i poduzetničke sklonosti.<sup>64</sup> U tom kontekstu važno je da se obrazovanje prilagodi zemlji u kojoj se provodi i tek tada će poduzetničko obrazovanje ostvariti prvobitan cilj. Stoga je polazno pitanje prilikom izgradnje obrazovnog sustava: koji faktori specifični za određenu

---

<sup>60</sup> Šimunić, V. Op.cit, str. 258-299.

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> Tafra, V., Elezović, I. (2012). Percepcija karijere poduzetnika kod srednjoškolskih učenika strukovnih škola u Republici Hrvatskoj. Učenje za poduzetništvo 2(2):229.

<sup>63</sup> Ibid, str.233.

<sup>64</sup> Daim, T., Dabić, M., Bayraktaroglu, E. (2016). Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 5(19):4.

zemlju utječu na razvoj poduzetničke sklonosti?<sup>65</sup> Nedostatak jedinstvenog koncepta poduzetničkog obrazovanja doveo je i do različitog shvaćanja cilja samog poduzetničkoga obrazovanja, kojim metodama i strategijom se služi te tko je kompetentan i tko uistinu treba sudjelovati u samome programu.<sup>66</sup>

Postoji nekoliko klasifikacija koncepta poduzetničkog obrazovanja, ovisno o naglasku samog procesa obrazovanja, principu na kojem se zasniva te fokus samih poduzetničkih programa.

Prva kategorizacija naglašava četiri pristupa organizaciji poduzetničkih programa: naglasak na procesu, naglasak na korisniku, naglasak na rezultatu i naglasak na viziji.<sup>67</sup>

**Tablica 2. Prva kategorizacija četiri pristupa organizaciji poduzetničkih programa**

Naziv pristupa	Objašnjenje
<b>1. Naglasak na procesu</b>	naglašava se značaj razumijevanja i razvoja sposobnosti koji su temelj poduzetničkog djelovanja i odnose se na načine na koji poduzetnici djeluju, ponašaju se, gledaju na određene stvari.
<b>2. Naglasak na korisniku</b>	fokusira se na specifične ciljne skupine, koje imaju zajedničke interese, npr. profesionalni status, znanstveno područje, tehnološka znanja, kompleksnost/nesigurnost djelatnosti/tržišta i osobni status.
<b>3. Naglasak na rezultatu</b>	uzima u obzir očekivanja i želje studenata i vrlo je blizu pristupu objašnjenom u točki 2. Ovaj pristup uključuje i ulogu poduzetničkog obrazovanja u komercijalizaciji istraživanja i novih znanja pri stvaranju nove vrijednosti.
<b>4. Naglasak na viziji</b>	ovaj pristup uzima u obzir širu ulogu poduzetničkog obrazovanja kroz stvaranje ili podržavanje budućih društvenih ili ekonomskih događanja. Na poduzetništvo se gleda kao na pokretača stvaranja novih prilika za pojedince i organizacija, a na obrazovanje kao na katalizator promjene.

Izvor: Oberman Peterka, S. (2016). Poduzetničko obrazovanje : put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, Praktični menadžment, 7(1): 24.

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Oberman Peterka, S. (2016). Poduzetničko obrazovanje: put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, Praktični menadžment, 7(1): 24.

<sup>67</sup> Ibid.

Druga podjela se zasniva na kategoriziranju poduzetničkog obrazovanja oko tri temeljna principa: entrepreneurship, entrepreneurial i entrepreneurism, a vidljiva je u Tablici 3.<sup>68</sup>

**Tablica 3. Druga kategorizacija tri pristupa poduzetničkom obrazovanju**

Naziv pristupa	Objašnjenje
<b>1. "entrepreneurship"</b>	primjena poduzetničkih karakteristika i kvaliteta u različitim kontekstima
<b>2. "entrepreneurial"</b>	stanje duha (manifestiranje poduzetničkih vještina, osobina, ponašanja u svim aspektima života)
<b>3. "entrepreneurism"</b>	stvaranje poduzetničke klime i podržavajući strukture.

Izvor: Oberman Peterka, S. (2016). Poduzetničko obrazovanje: put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, Praktični menadžment, 7(1): 24.

Najčešće korišten koncept poduzetničkog obrazovanja je obrazovanje "o", "za" ili "pomoću, posredstvom" poduzetništva.<sup>69</sup> Detaljnije pojašnjenje ovog pristupa vidljivo je u Tablici 4.

**Tablica 4. Treća kategorizacija pristupa poduzetničkom obrazovanju**

Naziv pristupa	Objašnjenje
<b>1. obrazovanje "o" poduzetništvu</b>	pristup koji naglašava bavljenje poduzetništvom kao znanstvenom disciplinom,
<b>2. obrazovanje "za" poduzetništvo</b>	ima za cilj pripremiti pojedince za poduzetnički život ili neposredno iskorištavanje prilike kroz kreiranje novog posla ili pothvata,
<b>3. obrazovanje "posredstvom" poduzetništva</b>	sugerira da se poduzetništvo može naučiti ili podučavati kroz druge kolegije, kao temeljna kompetencija ugrađena u druge kontekste, ne samo u menadžment i biznis.

<sup>68</sup> Oberman Peterka, S. Op.cit, str.24.

<sup>69</sup> Ibid.

Izvor: Oberman Peterka, S. (2016). Poduzetničko obrazovanje: put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, Praktični menadžment, 7(1): 24.

### 3.2. Uloga srednjoškolskog obrazovanja u razvoju poduzetničkih sklonosti

Izbor srednje škole i zvanja u konačnici definira poslovnu karijeru svakog učenika srednje škole, stoga izbor srednje škole na kraju osnovne škole predstavlja važnu odluku. Učenici se nalaze na prekretnici te zajedno sa svojim roditeljima odlučuju o srednjoj školi koju će učenik pohađati. Utjecaj na odluku najčešće ima mogućnost zaposlenja nakon završetka srednje škole te mogućnost dodatnog obrazovanja i dodatnog usavršavanja nakon završetka srednje škole.<sup>70</sup> Stečena znanja i vještine u srednjim školama praktična su ulaznica za prvo zaposlenje i ulazak na tržište rada. Stečena znanja i vještine će učenicima pomoći ili odmoći u ostvarivanju njihovog cilja.<sup>71</sup>

Cilj poduzetničkog obrazovanja u srednjim školama nije samo omogućiti pojedincu razvoj vještina potrebnih da otvori vlastiti obrt ili poduzeće, već nešto puno više. Riječ je o stvaranju poduzetničke sklonosti kod učenika, koja se odnosi na razvoj vještina kao što su uporan rad, samopouzdanje, timski rad, neprestano traganje i želja za boljim, inovativnost, kreativnost, samostalnost te stvaranje poduzetničkih kompetencija.<sup>72</sup> *“Ključne kompetencije definiraju se kao prijenosni, višefunkcionalni skup znanja, vještina i stavova potrebnih svakoj osobi za njezino osobno ispunjenje i razvoj, društvenu uključenost i zapošljavanje. One se razvijaju do kraja obveznog školovanja, te služe kao osnova za daljnje učenje u okviru cjeloživotnog učenja. Kompetencija „poduzetništvo“ ima aktivnu i pasivnu komponentu: ona uključuje sklonost da sami unosimo promjene te sposobnost da prihvaćamo, podržavamo i prilagođavamo inovacije vanjskih čimbenika.”*<sup>73</sup> Razvoj tih kompetencija kod učenika podrazumijeva razvoj njihove kreativnosti, spremnost na preuzimanje rizika, ulazak u neizvjesne situacije. Učenici razvijaju komunikacijske vještine, znanja o samom gospodarstvu, vođenju poslova te područja obrta. Razvoj poduzetničkih vještina i sposobnosti poput samo poticanja na sudjelovanje, samoorganizaciju, samo vođenje

---

<sup>70</sup> Tafra, V., Elezović, I. Op.cit, str.227.

<sup>71</sup> Ibid..

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> Miljković Krečar, I. Op.cit, str.418.

aktivnosti, samostalnost vođenja poslovanja i inovativnost predviđa se već na predškolskoj razini.<sup>74</sup>

U hrvatskom društvu postoji interes i inicijativa za uvođenje poduzetničkog obrazovanja u obrazovni sustav srednjih škola. Najvažniji dokumenti u ovom području su „Strategija učenja za poduzetništvo 2010. – 2014.“ i „Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje“ (2010). Dokument „Strategija učenja za poduzetništvo 2010. – 2014.“ utvrđuje cjelokupni sustav i način uvođenja poduzetništva u kurikulum svih obrazovnih ustanova. Ona se sastoji od detaljno razrađenog plana provedbe, financija te rokova za samo provođenje i uvođenje poduzetničkog obrazovanja u obrazovni sustav. Dokument „Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje“ daje formalni okvir da se uključe teme o poduzetništvu u predmetima koji se predaju u srednjih školama.<sup>75</sup>

Mnogim aktivnostima, kao što je i izrada kurikularnog programa 2011. godine, koji se po prvi puta počinje provoditi u srednjim školama 2019. godine, stvoreni su preduvjeti za uspješni daljnji razvoj metoda aktivnog učenja primjerima iz prakse, timskim radom ili terenskom nastavom koji omogućuju lakše poučavanje o poduzetništvu u svim srednjim školama, a naročito strukovnim školama.<sup>76</sup>

### **3.3.Uloga fakultetskog obrazovanja u razvoju poduzetničkih sklonosti**

Sveučilišta diljem svijeta počinju se doživljavati ne samo kao obrazovne institucije, nego i kao institucije koje potiču razvoj poduzetničke sklonosti i inovacije kod studenata. Profesori

---

<sup>74</sup> Miljković Krečar, I. Op.cit, str.420.

<sup>75</sup> Tafra, V., Elezović, I. Op.cit, str.227.

<sup>76</sup> Ibid.

studentima osim prenositelja znanja trebaju postati stvaratelji znanja koji potiču studente na razvoj i stvaranje inovativnosti, potičući samim time i gospodarski razvoj.<sup>77</sup>

Iako se često smatra da se poduzetnici rađaju te da se poduzetništvo ne može naučiti, suvremena znanost smatra da se poduzetnici stvaraju te posjeduju vještine koje je moguće razviti unutar obrazovnog sustava.<sup>78</sup> Obrazovanjem studenti stječu potrebne vještine kojima sudjeluju u ekonomskom razvoju. Poduzetničko obrazovanje prepoznato je i kao hrvatski strateški prioritet u svrhu povećanja zapošljavanja i povećanje poduzetnika kao i poduzetnog ponašanja (Strateški okvir za razvoj 2006-2013). Sukladno izvješću Europske komisije iz 2008. godine, glavne preporuke nalažu uključivanje poduzetništva u primarno, sekundarno i visoko obrazovanje.<sup>79</sup>

Poduzetničko obrazovanje ima važnu ulogu u stvaranju kapaciteta sveučilišta i pojedinaca za nošenje sa kompleksnijim preprekama i zahtjevnijim zadacima i izazovima te razvijanju proaktivnosti, inovativnost i odgovornosti pojedinaca odnosno spremnost na preuzimanje određenoga rizika u donošenju odluka i rješavanju problema.<sup>80</sup> Poduzetničko obrazovanje uvelike pridonosi povezivanju različitih znanstvenih disciplina te razvija vještine multidisciplinarnog pristupa rješenjima. U cilju određivanja utjecaja obrazovanja na poduzetničke sklonosti u budućnosti provedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 324 studenata Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, koje pokazuje da je moguće obrazovanjem poticati poduzetničko ponašanje poučavanjem poduzetništva na fakultetima.<sup>81</sup>

Interes samih studenata te potražnja za poduzetničkim obrazovanjem u sve većem je porastu. U razdoblju od 1947. do 1999. godine u SAD-u je ponuda poduzetničkih programa porasla na 2200 kolegija u preko 1600 škola, pokrenuta su 44 referentna poduzetnička časopisa na engleskom

---

<sup>77</sup> Česnik, M., Omazić, M. A., (2019). Istraživanje stava mladih znanstvenika o poduzetništvu i poduzetničkom obrazovanju u Hrvatskoj. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 17(1): 64.

<sup>78</sup> Ibid, str.65.

<sup>79</sup> Ibid.

<sup>80</sup> Ibid, str.66.

<sup>81</sup> Ibid.

jeziku i otvoreno je preko 100 poduzetničkih centara.<sup>82</sup> Poduzetnički programi u Europi javljaju 1980-ih godina i to na području sjeverne Europe. Pioniri poduzetničkog obrazovanja u Europi su University of Warwick, Velika Britanija; University of Twente, Nizozemska; Strathclyde University, Velika Britanija; Chalmers University of Technology, Švedska i University of Joensuu, Finska.<sup>83</sup> U Hrvatskoj je prvi program iz poduzetništva pokrenut 1992. godine na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku kao dodiplomski studij još 1992. godine, ali je ubrzo zbog promjene stava sveučilišta ugašen.<sup>84</sup> Na Sveučilištu u Zagrebu, koje broji 30 sastavnica, Ekonomski fakultet i Fakultet organizacije i informatike danas nude nekoliko kolegija koji su vezani za poduzetničko obrazovanje, pri čemu Ekonomski fakultet nudi i cjelokupan diplomski stručni studij Ekonomika poduzetništva. Ostali fakulteti u svojim temeljnim kolegijima nemaju nikakvu poveznicu sa edukacijom o poduzetništvu.<sup>85</sup>

Tablica 5. prikazuje popis Sveučilišta u Zagrebu koji nude kolegij vezan za edukaciju o poduzetništvu te prikazuje radi li se o obveznom ili izbornom kolegiju.

**Tablica 5. Prikaz ponuđenih kolegija vezanih za poduzetništvo fakulteta koju su u sustavu Sveučilišta u Zagrebu**

Naziv fakulteta	Kolegij vezan uz poduzetništvo
Agronomski fakultet	DA – obvezni i izborni kolegiji
Arhitektonski fakultet	NE
Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet	NE
Ekonomski fakultet	DA- obvezni kolegij na sveučilišnom studiju i cjelokupan dvogodišnji diplomski program na stručnom studiju
Fakultet elektrotehnike i računarstva	DA – obvezni i izborni kolegiji
Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije	DA – obvezni i izborni kolegiji
Fakultet organizacije i informatike Varaždin	DA
Fakultet organizacije i informatike Varaždin	NE

<sup>82</sup> Oberman Peterka, S. Op.cit, str.25.

<sup>83</sup> Ibid.

<sup>84</sup> Ibid.

<sup>85</sup> Česnik, M., Omazić, M. A., (2019). Istraživanje stava mladih znanstvenika o poduzetništvu i poduzetničkom obrazovanju u Hrvatskoj. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 17(1): 68.



Fakultet organizacije i informatike Varaždin	DA – obvezni i izborni kolegiji
Fakultet strojarstva i brodogradnje	DA – obvezni i izborni kolegiji
Farmaceutsko-biokemijski fakultet	DA – izborni kolegij
Filozofski fakultet	NE
Fakultet filozofije i religijskih znanosti	DA – izborni kolegij
Geodetski fakultet	DA – izborni kolegij
Geotehnički fakultet	NE
Građevinski fakultet	DA – obvezni i izborni kolegiji
Grafički fakultet	NE
Katolički bogoslovni fakultet	NE
Kineziološki fakultet	DA – obvezni i izborni kolegiji
Medicinski fakultet	DA – izborni kolegij
Metalurški fakultet	DA – obvezni kolegij
Pravni fakultet	DA – obvezni kolegij
Prehrambeno-biotehnološki fakultet	DA – obvezni i izborni kolegiji
Prirodoslovno-matematički fakultet	DA – Matem. odsjek: obv. i izb. kolegiji
Rudarsko-geološko-naftni fakultet	DA – obvezni i izborni kolegij
Stomatološki fakultet	DA – izborni kolegij
Šumarski fakultet	DA – obvezni kolegij
Tekstilno-tehnološki fakultet	DA – obvezni kolegij
Učiteljski fakultet	DA – obvezni kolegij
Veterinarski fakultet	DA – izborni kolegij

Izvor: Česnik, M., Omazić, M. A., (2019). Istraživanje stava mladih znanstvenika o poduzetništvu i poduzetničkom obrazovanju u Hrvatskoj. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 17(1): 68.

Poduzetničko obrazovanje u sustavu sveučilišta uključuje nekoliko važnih ciljeva. Jedan od njih je pružiti pojedincu potrebna znanja i vještine za osnivanjem vlastitoga poduzeća i njegovog razvoja i rasta. Također je važno širiti pozitivnu svijest o poduzetnicima i poduzetništvu općenito te povećati sposobnost i samopouzdanje pojedinca da djeluje poduzetnički u svim sferama života.<sup>86</sup>

### 3.4. Dodatno izvanškolsko obrazovanje kao prednost u razvoju poduzetničke ideje

<sup>86</sup> Barba-Sánchez, V., Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1): 53-61.

Pored teorijskog obrazovanja vezanog za poduzetništvo, važno je naglasiti da je poduzetništvo proces postajanja. Ono što je najbitnije je cjelokupna postignuta karijera, dok sami proces nastajanja te iste karijere pada u drugi plan.<sup>87</sup> Jedan od najuspješnijih poduzetnika je bio Thomas Edison; pritom je zanimljivo da je Edison imao ukupno tri mjeseca formalnog obrazovanja, a u tom kratkom periodu okarakteriziralo ga se kao bezobraznog učenika. Svoje znanje i obrazovanje stekao je kod kuće s majkom. Kada je došlo vrijeme zaposlenja, doživio je mnogo neuspjeha, otpušten je s nekoliko radnih mjesta, a sve je eksperimente mnogo puta neuspješno izvodio. Ipak, u konačnici je doživio uspjeh upravo zbog svoje upornosti. Stroj za pisanje, megafon, mikrofon s ugljenim zrcima samo su neki od Edisonovih izuma, izuzetno važni za čovječanstvo. Prije smrti 1931. dodijeljena su mu 1093 patenta. Njegova upornost i bezbrižno koračanje dalje bez obzira na neuspjeh doveli su ga da postane ikona poduzetništva.<sup>88</sup>

U izgradnji kompetencija poduzetničkog djelovanja (samopouzdanje, inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika) pored formalnog obrazovanja u institucijama vrlo važnu ulogu imaju i institucije koje pružaju poslovne usluge. Poduzetničke obuke, savjetovanja, povezivanje sa investitorima, poslovnim anđelima, pomoć prilikom pisanja poslovnog plana ili poslovnog projekta samo su neke od oblika pomoći koje se mogu pružiti i potaknuti poduzetnike da ostvare svoje željene ciljeve. U Hrvatskoj postoji 58 visokih škola, poduzetničkih centara i razvojnih agencija koji nude poduzetničko obrazovanje. Te su institucije većinom sve one koje se bave poduzetničkim obrazovanjem prema projektu pod nazivom „*Obrazovanje za poduzetništvo*“. One ujedno čine poduzetničku potpunu infrastrukturu (pored obrazovne) koja se bavi razvojem i poticanjem malog i srednjeg poduzetništva te potiče njihov razvoj na razini županija i lokalno.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> Welsh, D. H. B., Tullar, W. L., Nemat, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3): 130.

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> Miljković Krečar, I. Op.cit, str.421.

Ipak, iako je Hrvatska znatno investirala u infrastrukturu te su otvoreni mnogobrojni poduzetnički centri, poduzetničke zone, inkubatori, sama kvaliteta pruženih informacija i usluga nije adekvatna, nema dovoljnu kvalitetu i efikasnost koju bi trebala imati.<sup>90</sup>

## 4. EMPIRIJSKO ISPITIVANJE SKLONOSTI PODUZETNIŠTVU KOD SREDNJOŠKOLACA

### 4.1. Metodologija istraživanja

**Instrument istraživanja.** Empirijsko istraživanje provedeno je metodom ispitivanja anketnim upitnikom. Anketni upitnik sastoji se od 20 pitanja zatvorenog i otvorenog tipa, podijeljenog na 4 cjeline, u kojima ispitanici trebaju iskazati svoje slaganje s ponuđenim tvrdnjama na skali Likertovog tipa od 1 do 5 stupnjeva, pri čemu stupnjevi skale označavaju sljedeće: stupanj 1 – izrazito se ne slažem, 2 – uglavnom se ne slažem, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – uglavnom se slažem, a stupanj 5 – u potpunosti se slažem sa ponuđenom tvrdnjom.

Točnije:

- Prva cjelina sastoji se od 5 pitanja zatvorenog tipa usmjerena je na istraživanje o poduzetničkim stavovima među ispitanicima, gdje su ispitanici procijenili svoje slaganje s tvrdnjama kao što su, primjerice, „*Radije bih bio svoj šef nego radio za drugog poslodavca.*“, „*Poduzetnici imaju pozitivan imidž u našem društvu*“, itd.
- Druga cjelina sastoji se od 4 pitanja usmjerena je na istraživanje kontrole kod ispitanika odnosno koliko su svjesni da mogu utjecati na ono što će ostvariti u budućnosti.
- Treća cjelina sastoji se od 4 pitanja zatvorenog tipa odnosi se na toleranciju neodređenosti, odnosno koliko su ispitanici spremni na neočekivane situacije i probleme u kojima se mogu nalaziti.

---

<sup>90</sup> Singer, S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka, S. (2012). Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?. CEPOR, Osijek, str. 52.

- Četvrta cjelina od 7 pitanja usmjerena je na istraživanje važnosti samostalnosti kod ispitanika i njihove poduzetničke namjere u budućnosti.
- Peta cjelina sastoji se od 4 pitanja otvorenog tipa gdje se traži od ispitanika da svoj odgovor smjeste na crtu, a pitanjima se želi saznati na kojem školskom predmetu su ispitanici:
  - saznali najviše o poduzetništvu,
  - na kojem su predmetu, ako uopće, dobili neku poduzetničku ideju,
  - što bi po njihovom mišljenju škola trebala poduzeti kako bi ih više osvijestila o poduzetništvu te
  - imaju li ideju za pokretanje vlastitog posla u skorijoj budućnosti.
- Posljednja skupina pitanja čine 4 opća pitanja o ispitanicima (dob, spol, radno iskustvo, poduzetnik u obitelji) koja su otvorenog i zatvorenog tipa.

**Uzorak i proces prikupljanja podataka.** Za potrebe prikupljanja podataka kontaktiralo se 5 gimnazija i 3 stručne srednje škole u Gradu Zagrebu. Pojedine škole nisu uopće odgovorile na poslani upit, dok su dvije škole povratno odgovorile negativno. Empirijsko istraživanje je u konačnici provedeno u odabranoj srednjoj ekonomskoj školi i u odabranoj općoj gimnaziji tijekom svibnja 2019. godine. Za potrebe ovog istraživanja cilj je bio ispitati učenike prvih i završnih, odnosno četvrtih razreda u obje škole. Prilikom provođenja istraživanja u odabrane dvije srednje škole zaposlenici su se pokazali vrlo susretljivima i pomogli da se istraživanje provede u što boljim uvjetima i na što većem broju ispitanika. Podaci su prikupljeni kroz jednokratno opisno istraživanje na slučajnom uzorku od 100 ispitanika.

Analizom podatka utvrđeno je da je anketni upitnik ispunilo 100 ispitanika, od toga 36, 4% muških ispitanika i 63, 6% ženskih ispitanika. U dobnoj strukturi ispitanika najveću skupinu čine ispitanici dobne skupine 17 godina starosti – čak njih 38, 4% te dobna skupina od 15 godina, 35, 4% ispitanika.

S obzirom na smjer obrazovanja, 47, 5% ispitanika pohađa ekonomsku školu, a 52, 5 % ispitanika pohađa gimnaziju. Unutar svake škole ankete su se provele u odabranom prvom razredu koji čini

41, 4% ispitanika i jednom odabranom četvrtom razredu koji čini 58, 6 % ispitanika. Detaljni podaci o nezavisnim karakteristikama s obzirom na pripadnost školi su prikazani u Tablici 6.

**Tablica 6. Prikaz nezavisnih karakteristika ispitanika s obzirom na pripadnost srednjoj školi**

Nezavisna karakteristika	Podkategorija	Distribucija podataka	
		Opća gimnazija	Ekonomska škola
<b>Spol</b>	Muški	19,4%	17%
	Ženski	33,1%	30,5%
<b>Razred</b>	Prvi	26,7%	14,7%
	Četvrti	21,3%	20,1%
<b>Učenički poslovi</b>	Ima iskustva	11,5%	17,8%
	Nema iskustva	47,6%	23,1%
<b>Poduzetnici u obitelji</b>	Da	18,5%	21,9%
	Ne	24,6%	35%

#### 4.2. Rezultati istraživanja

Za analizu istraživanja prikupljenih podataka korišten je alat za statističku analizu IBM SPSS Statistics Viewer. Tablica 7. prikazuje prvu skupinu pitanja koja su usmjerena na istraživanje poduzetničkih stavova kod ispitanika. Prvih pet pitanja usmjereno je na analiziranje stavova prema poduzetničkom poslu i poduzetnicima. Ispitanici su trebali zaokružiti svoje vlastito slaganje/ ne slaganje sa navedenom tvrdnjom na skali Likertovog tipa od 5 stupnjeva.

**Tablica 7. Deskriptivna analiza stavova učenika prema poduzetništvu**

TVRDNJA	MIN	MAX	MODE	SD	MEAN
---------	-----	-----	------	----	------

Radije bih bio svoj šef nego radio za drugoga poslodavca.	1	5	5,00	0,97	4,09
Za mene, pokretanje vlastitoga posla zvuči atraktivno.	1	5	5,00	1,08	4,08
Državni zakoni (pravila i regulacije) nisu skloni poduzetnicima u našoj državi.	1	5	3,00	1,01	3,41
Poduzetnici imaju pozitivan imidž u društvu.	1	5	3,00	1,03	3,40

Iz prethodno navedene tablice može se zaključiti da ispitanici imaju veliku želju postati sami svoji šefovi: većina je ispitanika na prethodno navedenu tvrdnju zaokružila stupanj 5 (u potpunosti se slažem). Također, zaključeno je da srednjoškolcima pokretanje vlastitog posla zvuči veoma atraktivno, dok manji broj ispitanika nije uopće zainteresiran za pokretanje vlastitoga poduzeća. Stavovi prema poduzetnicima u državi su neutralni, jer je većina ispitanika na posljednja dva pitanja vezana za stavove o poduzetnicima u državi zaokružila stupanj 3 (niti se slažem niti se ne slažem), kako je vidljivo u samoj priloženoj Tablici 7.

Tablica 8. prikazuje drugu skupinu od 4 pitanja koja su usmjerena na analizu stavova učenika o vlastitoj samokontroli. Učenici su izrazili svoj stupanj slaganja s sljedećim tvrdnjama navedenih u Tablici 8.

**Tablica 8. Deskriptivna analiza stavova učenika o vlastitoj samokontroli**

TVRDNJE	MIN	MAX	MODE	SD	MEAN
Kada nešto isplaniram siguran sam da ću to i ostvariti.	1	5	4,00	0,99	3,74
Spreman/na sam preuzeti visoke rizike kako bih ostvario visoke rezultate u poslu i /ili životi.	1	5	5,00	1,08	3,83
Kada dobijem što želim, to je uglavnom zato što sam marljivo radio za to.	1	5	5,00	1,03	3,97
Mogu učiniti sve na što se usmjerim.	1	5	5,00	1,18	3,79

U Tablici 8. vidljivo je kako ispitanici smatraju da imaju izuzetnu kontrolu na onime što rade. Ulažu vlastiti trud kako bi postigli željene ciljeve: najviše ispitanika zaokružilo je stupanj 5 (u potpunosti se slažem) na odgovarajuće prethodno navedene tvrdnje. Stoga se zaključuje da su anketirani srednjoškolci svjesni da upravo njihov trud, rad i marljivost vode određenom, željenom cilju.

Tablica 9. prikazuje 4 pitanja koja su usmjerena na analiziranje tolerancije neodređenosti kod ispitanika, primjerice, vole li komplicirane zadatke i jesu li spremni na rješavanje određenih problema ili ih u potpunosti izbjegavaju.

**Tablica 9. Deskriptivna analiza stavova učenika o toleranciji neodređenosti**

TVRDNJE	MIN	MAX	MODE	SD	MEAN
Više volim rješavati komplicirane zadatke nego one jednostavnije.	1	5	3,00	1,32	3,06
Uživam rješavati probleme koji su složeni.	1	5	3,00	1,35	3,06
Izbjegavam situacije koje su kompliciranije za razumjeti.	1	5	3,00	1,11	2,83
Radije izbjegavam probleme čije rješavanje zahtijeva veći napor	1	6	3,00	1,14	2,82

Iz Tablice 9. vidljivo je da je najčešći odgovor koji su ispitanici zaokružili na prethodno navedena pitanja stupanj 3 (niti se slažem niti se ne slažem). Zaključeno je da ispitanici nisu uvelike skloni rješavanju kompliciranih zadataka, ali isto tako da ih niti u potpunosti ne izbjegavaju. Dakle svjesni su da ne mogu izbjeći određene komplicirane zadatke, ali isto tako pozitivno ne reaguju kada se sa njima susretnu.

Tablica 10. prikazuje četvrtu skupinu od 7 pitanja koja su usmjerena na poduzetničke namjere u budućnosti ispitanika. Istraživanje je provedeno sa ciljem istraživanja interesa srednjoškolaca da u budućnosti postanu poduzetnici i pokrenu vlastiti posao.

**Tablica 10. Deskriptivna analiza stavova učenika o namjerama u budućnosti**

TVRDNJE	MIN	MAX	MODE	SD	MEAN
Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik.	1	5	3,00	1,29	2,56
Koliko Vam je važno raditi ono što volite, a ne ono što morate?	1	5	5,00	0,76	4,46
Koliko Vam je važno zarađivati velike iznose novaca?	1	5	4,00	1,03	3,87
Kreativna atmosfera u mojoj srednjoj školi me inspirira za razvoj novih poslovnih ideja.	1	5	3,00	1,19	2,44
Koliko Vam je važno biti samostalan u onome što radite?	1	5	5,00	1,14	2,85
Koliko je vjerojatno da ćete krenuti u poduzetnički pothvat u sljedećih 10 godina?	1	5	3,00	1,18	3,02

Iz prikazane tablice zaključeno je da ispitanici gledaju pozitivno na budućnost te da su zainteresirani za pokretanje vlastitog poduzeća. Veći broj ispitanika želi raditi isključivo ono što voli, a ne biti prisiljen obavljati određeni posao koji mu nije zanimljiv, uzbudljiv, dinamičan. Također, zaključuje se da je velikom broju ispitanika važno zarađivati velike iznose financijskih sredstava i biti samostalan u onome što rade. Srednjoškolci imaju mnogo ideja koje žele ostvariti u budućnosti, ali isto tako smatraju da žele zarađivati i novac im predstavlja jedan od glavnih motivatora.

Tablica 11. prikazuje analizu odgovora ispitanika na pitanja otvorenog tipa o izvorima znanja o poduzetništvu gdje su svoje odgovore trebali smjestiti na odgovarajuću crtu.

**Tablica 11. Deskriptivna analiza izvora znanja učenika o značenju i definiranju poduzetništva**

Školski predmet	Na kojem od predmeta u školi ste saznali najviše o poduzetništvu?	Na kojem ste predmetu dobili ideju (ukoliko jeste) da bi ste jednog dana mogli voditi vlastiti posao?
<b>PODUZETNIŠTVO</b>	41	21
<b>SOCIOLOGIJA</b>	11	5
<b>NITI NA JEDNOME</b>	18	31
<b>OSTALO</b>	30	43



Iz prethodno navedene tablice zaključeno je da je najveći broj ispitanika, točnije 41 ispitanik, saznao ili naučio nešto o poduzetništvu na istoimenom predmetu koji se, doduše, izvodi samo u ekonomskoj školi. Učenici gimnazije davali su veoma različite odgovore poput sociologije, biologije, matematike te brojnih drugih predmeta na kojima su saznali nešto vezano za poduzetništvo. Ono što je iznenađujuće među odgovorima je da je čak 10 ispitanika gimnazije o poduzetništvu saznalo na satu matematike. Pitanje vezano za dobivanje određene poduzetničke ideje donijelo je slične rezultate kao i prethodno pitanje. Učenici srednje ekonomske škole najčešće su dobili određenu ideju na predmetu poduzetništvo, dok 43 ispitanih srednjoškolaca nije dobilo nikakvu poduzetničku ideju koju bi realizirao u budućnosti. Sljedeća Tablica 12 prikazuje deskriptivnu analizu stavova učenika o načinu izvođenja predavanja.

**Tablica 12. Deskriptivna analiza stavova učenika o načinu izvođenja predavanja**

<b>Što mislite da bi Vaša škola mogla ili trebala učiniti da Vas zainteresira za poduzetništvu?</b>	Broj odgovora
Predavanje zanimljivo, dinamično (radionice, praksa)	35
Ostalo	65
<b>Ako bi u budućnosti pokrenuli vlastiti posao molim Vas navedite djelatnost</b>	Broj odgovora
Turizam, obrtničke usluge	52
Ostalo	48

U prikazanoj Tablici 12. vidljivo je kako većina ispitanika smatra da bi škola trebala uvesti zanimljive radionice i predavanja koja su dinamična, timska i poučna. Ispitani srednjoškolci smatraju da im je potrebna praksa, odnosno predavanja osoba koja imaju iskustva u samome poduzetništvu kako bi više naučili, dobili ideju i osvijestili se o samome poduzetništvu. Na pitanje o pokretanju vlastitog poslovanja odgovori su bili veoma različiti, ali nakon provedene analize odgovora zaključeno je da je većina ispitanika ekonomske škole odgovarala da u budućnosti želi pokrenuti vlastiti posao vezan uz turizam ili određenu obrtničku uslugu, dok su ispitanici gimnazije davali nešto maštovitije i originalnije odgovore kao što su, primjerice, ZOO, casino, IT poduzeće, centar za mlade i slično. Iz tih odgovora proizlazi zaključak da su učenici gimnazije kreativniji i

otvoreniji različitim smjerovima poslovanja, dok s druge strane učenici ekonomske škole traže određenu sigurnost poslovanja u budućnosti.

Provedenom analizom zaključeno je da učenici srednje ekonomske škole imaju mnogo više znanja o poduzetništvu jer imaju usko vezane predmete upravo na temu poduzetništva. Učenici gimnazije, s druge strane, imaju manje znanja o samoj teoriji poduzetništva, ali pokazuju kreativnu stranu te su njihovi odgovori kreativni i inovativni nego što su to odgovori od učenika ekonomske škole.

Tablica 13. prikazuje povezanost između odgovora na pitanja na koja su učenici odgovarali pomoću skale Likertovog tipa i nezavisnih karakteristika ispitanika (škola, spol, razred radno iskustvo u učeničkim poslovima, razredu koji pohađaju prema vlastitom okruženju odnosno posjedovanju poduzetnika u obitelji). Za testiranje potencijalnih razlika u odgovorima korišten je Mann-Whitney U test.

**Tablica 13. Analiza razlika prema nezavisnim karakteristikama ispitanika**

N. N.		Tvrđnje vezane uz poduzetništvo	U	P vrijednost
<b>ŠKOLA</b>	0	<i>Nema statističkih značajnih razlika.</i>		
<b>SPOL</b>	3	1. Radije bih bio svoj šef nego radio za drugog poslodavca.	848.00	0.03
		2. Spreman/na sam preuzeti visoke rizike kako bih ostvario visoke rezultate u poslu i /ili životu.	807.00	0.01
		3. Koliko Vam je biti važno samostalan u onome što radite?	877.51	0.05
<b>RAZRED</b>	1	1. Spreman/na sam preuzeti visoke rizike kako bih ostvario visoke rezultate u poslu i /ili životu.	882.00	0,02
<b>UČENIČKI POSLOVI</b>	1	1. Kada dobijem što želim, to je uglavnom zato što sam marljivo radio za to.	734.00	0.02
<b>PODUZETNICI U OBITELJI</b>	10		889.50	0,03

		1. Radije bih bio svoj šef nego radio za drugog poslodavca.	744.00	0.00
		2. Pokretanje vlastitog posla mi zvuči atraktivno.	916.00	0.05
		3. Poduzetnici imaju pozitivan imidž u našem društvu.	598.50	0.00
		4. Kada nešto isplaniram siguran sam da ću to i ostvariti.	825.00	0.00
		5. Spreman/na sam preuzeti visoke rizike kako bih ostvario visoke rezultate u poslu i /ili životu.	774.00	0.00
		6. Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik.	801.50	0.02
		7. Ne vjerujem da ću ikad osnovati vlastito poduzeće.	897.50	0,01
		8. Koliko Vam je važno biti samostalan u onome što radite?	664.00	0,00
		9. Koliko je vjerojatno da ćete krenuti u poduzetnički pothvat u sljedećih 10 godina?	721.50	0,00
		10. U kojoj ste mjeri zainteresirani za pokretanje vlastitog poduzeća?		

Iz tablice je vidljivo da između odgovora ispitanika s obzirom **na različito usmjerenje škola** nema nikakve razlike statističkog značaja ( $p > 0,05$ ). Može se zaključiti da srednjoškolci obje škole imaju sličan stav prema promatranim varijablama.

U Tablici 13. prikazani su također rezultati za varijablu spol te je analizom podataka provjereno postoje li značajne statističke razlike u odgovorima s obzirom na spol ispitanika. Iz podataka se može zaključiti da su **žene** u većoj mjeri sklonije jednog dana postati svoj vlastiti šef ( $p = 0,03$ ) te da su spremnije preuzeti veći rizik za određene dobivene rezultate ( $p = 0,01$ ). Također može se zaključiti da je ženama statistički značajno važnije biti samostalan u onome što rade ( $p < 0,05$ ), nego što je to muškarcima.

Rezultati za varijablu **razred** koji pohađaju pokazuju jedan podatak od statističkog značaja ( $p < 0,05$ ). Može se zaključiti da su srednjoškolci koji pohađaju 4. razred srednje škole uvelike spremniji preuzeti veći rizik da ostvare određeni rezultat, u odnosu na učenik prvih razreda ( $p = 0,02$ ). Ovakvi rezultati mogu se objasniti činjenicom da učenici s vremenom postaju samostalniji i zreliji pa su samim time i spremniji za preuzimanje određenog rizika. Znanje i određeno iskustvo im pomaže da prosude koliki rizik moraju preuzeti kako bi došli do željenog cilja i hoće li taj rizik biti „pametno“ iskorišten.

Za nezavisnu karakteristiku **učenički poslovi**, odnosno iskustvo u radu određenih učeničkih poslova generiran je jedan podatak od statističkog značaja. Rezultati pokazuju da su učenici koji imaju iskustva u učeničkim poslovima svjesniji da za ono što žele dobiti moraju marljivo raditi ( $p = 0,02$ ). Ovakvi rezultati mogu se objasniti time što su učenici koji su radili učeničke poslove svjesniji truda i marljivosti koji je potrebno uložiti da bi se dobila određena plaća i postali su svjesniji napora koji je potrebno uložiti da bi se ostvarila zarada.

Konačno, iz Tablice 13. je vidljivo da ispitanici u čijoj bližoj obitelji ili okruženju postoje poduzetnici pokazuju statistički značajno veću sklonost poduzetništvu te veću vjerojatnost i interes za pokretanje poduzeća u budućnosti ( $p < 0,05$ ). Ovakvi rezultati su potvrdili rezultate mnogih prijašnjih istraživanja, u kojima je jedan od faktora koji utječu na sklonost poduzetništvu upravo najbliže okruženje, obitelj koja okružuje ispitanika, njihovo poslovanje, način razmišljanja i stavovi. Ispitanici koji u bližoj obitelji imaju poduzetnika pokazuju statistički značajno veću sklonost za preuzimanjem rizika kako bi ostvarili određenu dobit ( $p = 0,00$ ) te imaju pozitivniji stav prema poduzetnicima u državi ( $p = 0,05$ ). Također postoji važna statistički značajna razlika s obzirom na buduće ostvarivanje ciljeva i visokih rezultata u poslu ( $p = 0,00$ ) između učenika koji imaju poduzetnika u obitelji i učenika koji nemaju poduzetnika u bližoj obitelji. Rezultati od statističkog značaja pokazuju da učenici koji imaju poduzetnike u bližoj obitelji i sami imaju interes za osnivanje vlastitog poduzeća ( $p = 0,02$ ) i razvojem poduzetničkih vještina ( $p = 0,00$ ). Također, rezultati od statističkog značaja pokazauju da učenici koji u obitelji imaju poduzetnika žele biti samostalni u onome što rade ( $p = 0,01$ ). Zaključno tome učenici koji nemaju poduzetnika

u obitelji nemaju interesa za osnivanjem vlastitog poduzeća što potvrđuju dobiveni rezultati. Podaci od statističkog značaja ( $p < 0,05$ ) pokazuju da učenici koji imaju poduzetnike u obitelji imaju interes krenuti u poduzetnički pothvat u sljedećih 10 godina ( $p = 0,00$ ), također su zainteresirani za pokretanje vlastitoga poduzeća ( $p = 0,00$ ).

### **4.3. Ograničenja istraživanja**

Prilikom provođenja istraživanja utvrđeno je nekoliko ograničenja istraživanja. Prvo ograničenje vezano je za nedovoljan broj ispitanika; na uzorku od 100 ispitanika ne može se zaključiti da su ovo podaci koji bi se mogli generalizirati za cjelokupni srednjoškolski uzrast. Zbog ograničenja prilikom provođenja ovog istraživanja u vidu nemogućnosti ishođenja odobrenja za anketiranje učenika u više škola nije prikupljen veći broj podataka koji bi pružio statistički pouzdane podatke.

Drugo ograničenje je nedovoljan broj varijabli koje se odnose upravo na samo okruženje srednjoškolaca. Prilikom analiziranja podataka utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika između razmišljanja i stavova ispitanika koji u svojem bližem okruženju imaju osobu koja se bavi poduzetništvom te da upravo iz tog razloga razmišlja o ulasku u samostalno poduzetništvo, dok s druge strane ispitanici koji nemaju u bližoj obitelji poduzetnika ne teže razvijati karijeru poduzetnika. Ograničenja su vidljiva u nedovoljnom broju pitanja u anketnom upitniku koja su vezana za utjecaj okruženja u kojem odrasta ispitanik. Smatra se da bi se utjecaj članova obitelji, radno iskustvo i ostali obiteljski čimbenici trebali uključiti u buduća istraživanja vezana za srodnu tematiku.

Za ovo istraživanje također bi bilo korisno vidjeti na koji način se razvijaju daljnji postupci ispitanika. Uvelike bi bilo korisno ponovno provesti istraživanje među ispitanicima za nekoliko godina te usporediti dobivene podatke koliko su njihovi stavovi u ovom trenutku utjecali na njihovu budućnost, na njihovo poduzetničko ponašanje. Takvi rezultati potvrdili bi koliko okruženje i obrazovanje u djetinjstvu zaista utječe na daljnje postupke u njihovoj budućnosti.

Mijenjaju li se njihovi poduzetnički stavovi, grade li se kako odmiče vrijeme i kako se povećava njihovo obrazovanje ili se događa obrnuti slijed, a to je razočaranje i sve manja zainteresiranost za poduzetništvo.

## **5. ZAKLJUČAK**

Poduzetništvo postaje sve važnije u cjelokupnom gospodarstvu jedne zemlje. Novi proizvod, nova karakteristika proizvoda, novi način pružanja usluga – sve su to stvari zbog kojih se postaje konkurentniji na tržištu. Poduzetništvo je pokret, gdje se vlastitom silom treba pokrenuti i stvoriti nešto što će dovesti do cilja. Poduzetnici su inovativni, odgovorni, marljivi i uporni ljudi koji se tijekom cijeloga života grade, koji se ponose svojim uspjehom, ali i naglašavaju svoje neuspjehe. Poduzetnici se ne rađaju, poduzetnicima se postaje. Obrazovanje kao temelj svakog čovjeka mora se sve više usmjeriti i na stvaranje poduzetničkih sklonosti. Poduzetničko obrazovanje treba potaknuti učenike na razvijanje vlastitih vještina kao što su upornost, samostalnost, samouvjerenost, inovativnost. Svaka od prethodno navedenih vještina pomoći će ne samo u stvaranju poduzetničke sklonosti, već i u svim sferama života.

Provedenom anketom za potrebe diplomskog rada te analizom prikupljeno podataka dobiveno je nekoliko podataka od statističkog značaja. Provedeno istraživanje pokazalo je da srednjoškolci imaju interes postati poduzetnici i to u velikom broju, ali isto tako su u velikome broju naglašavali kako im je potrebno više informacija o samome poduzetništvu, više prakse te zanimljivih i dinamičnih predavanja. Zaključuje se da obrazovni program treba nadopuniti kako bi se povećalo znanje i svijest o poduzetništvu. Obiteljsko okruženje pokazalo se kao statistički značajno s obzirom na sklonost poduzetništvu. Učenici koji u svojem okruženju, bližoj obitelji imaju poduzetnika također imaju veću želju da jednoga dana i oni sami postanu poduzetnici. Srednjoškolsko usmjerenje, prema rezultatima ovog empirijskog istraživanja, nije statistički značajno povezano sa sklonosti prema pokretanju vlastitog poduzetničkog pothvata u srednjoj školi.

Obrazovni sustav, okruženje, odgoj, zemlja u kojoj se nalaze predstavljaju nekoliko faktora koji utječu na sklonost poduzetništvu. Poduzetništvo treba učiti, graditi i razvijati tijekom cjelokupnog života, a temelj svega je obrazovanje i sustav koji uveliko zaostaje i ne pomaže u daljnjem razvoju učenika.

### Popis izvora

- 1.) Barba-Sánchez, V., Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1): 53-61.
- 2.) Bobera, D. (2015). *Poduzetništvo*, Sveučilište Sjever, Centar za digitalno nakladništvo, Varaždin.
- 3.) Buble, M., Kružić D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. RRIF Plus, Split.
- 4.) Bygrave, W. D., Zacharakis, A. (2003). *Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons.
- 5.) Cingula, M., (2001). *Poduzetništvo*. Zagreb, Školska knjiga.
- 6.) Česnik, M. (2018). *Osnivanje poduzeća u sveučilišnom vlasništvu i analiza stava mladih znanstvenika o poduzetništvu*. Specijalistički poslijediplomski rad. Zagreb: Ekonomski fakultet.
- 7.) Česnik, M., Omazić, M. A. (2019). Istraživanje stava mladih znanstvenika o poduzetništvu i poduzetničkom obrazovanju u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 17(1): 63-79.
- 8.) Daim, T., Dabić, M., Bayraktaroglu, E. (2016). Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5 (19): 1-22.
- 9.) Davidsson, P. i Honig, B. L. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.  
Entrepreneurship; living with, dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity'. *Industry and Higher Education*, 16(3): 135-148.

- 10.) Gibb, A. A. (2002) 'Creating Conducive Environments for Learning and Entrepreneurship: Living with, Dealing with, Creating and Enjoying Uncertainty and Complexity. *Industry and Higher Education*, (16)3: 135-148.
- 11.) Gird, A. i Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4): 711-724.
- 12.) Jokić, B. (2007.). *Ključne kompetencije „Učiti kako učiti“ i „Poduzetništvo“ u Osnovnom školstvu Republike Hrvatske*. Centar za istraživanje i razvoj obrazovanja, Zagreb.
- 13.) Keat, O. Y., Selvarajah, C. i Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4): 206-220.
- 14.) Kolaković, M., Mikić, M., Morić Milovanović, B. (2013). Uloga poduzetničkog obrazovanja u suvremenom gospodarstvu. *Zbornik radova znanstvene konferencije Ekonomsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj: jučer, danas, sutra*. Zagreb: Ekonomski fakultet, 47(2): 519-529.
- 15.) Kružić, D.(2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 2(2):167-191.
- 16.) Lupić, M., Bujan, I. (2017). Poduzetništvo mladih- prilike i prepreke. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 7(1): 63-80.
- 17.) Mahaček. D, Lihtar. M. M. (2013). Ulaganje u poslovanje putem franšize. *Ekonomski vjesnik*, 26(2): 598-609.
- 18.) Miljković Krečar, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. *Napredak*, 151(3-4): 417-432.
- 19.) Miljković Krečer, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psihologijske teme*, 17(1):57-73
- 20.) Oberman Peterka, S. (2016). Poduzetničko obrazovanje : put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, *Praktični menadžment*, 7(1): 23-27.
- 21.) Ožanić, M. (2004). *Mali brod na olujnom moru- od ideje do prvog ugovora*. Tehnološki park, Zagreb.
- 22.) Pavić, Ž. (2008). Poduzetništvo mladih i nova ekonomija. *Ekonomski vjesnik*, 21(1-2): 85-93.



- 23.) Prelas Kovačević, A., Bosnić, I., Britvić, J. (2013). *Uvod u ekonomiku poslovanja*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
- 24.) Singer, S., Šarlija N., Pfeifer S., Oberman Peterka, S. (2012). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?* CEPOR, Osijek.
- 25.) Šimunić, V. (2017). Važnost dualnog obrazovanja kao jedan od načina učenja za poduzetništvo, *Obrazovanje za poduzetništvo*,7(1): 258-299.
- 26.) Škrtić, M. (2006). *Poduzetništvo*. Sinergija d.o.o., Zagreb.
- 27.) Tafra, V., Elezović, I. (2012). Percepcija karijere poduzetnika kod srednjoškolskih učenika strukovnih škola u Republici Hrvatskoj. *Učenje za poduzetništvo* , 2(2): 227-234.
- 28.) Vehovec, M. (2002): *Poduzetništvo, institucije i sociokulturni kapital*. Institut društvenih znanosti Ivo Pilar; Ekonomski fakultet, Zagreb, Rijeka.
- 29.) Welsh, D. H. B., Tullar, W. L., Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3): 125-132.
- 30.) Želinski-Matunec, S. (2003). *Od ideje do profita*. Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo, Zagreb.

## **Popis slika**

Slika 1. Usporedba Hrvatske s državama Europske unije: Inovacije proizvoda i procesa, organizacijske i marketinške inovacije .....	6
--	---

## Popis tablica

Tablica 1. Karakteristike poduzetnika .....	8
Tablica 2. Prva kategorizacija četiri pristupa organizaciji poduzetničkih programa .....	19
Tablica 3. Druga kategorizacija tri pristupa poduzetničkom obrazovanju.....	20
Tablica 4. Treća kategorizacija pristupa poduzetničkom obrazovanju .....	20
Tablica 5. Prikaz ponuđenih kolegija vezanih za poduzetništvo fakulteta koju su u sustavu Sveučilišta u Zagrebu .....	24
Tablica 6. Prikaz nezavisnih karakteristika ispitanika s obzirom na pripadnost srednjoj školi .....	29
Tablica 7. Deskriptivna analiza stavova učenika prema poduzetništvu.....	29
Tablica 8. Deskriptivna analiza stavova učenika o vlastitoj samokontroli .....	30
Tablica 9. Deskriptivna analiza stavova učenika o toleranciji neodređenosti.....	31
Tablica 10. Deskriptivna analiza stavova učenika o namjerama u budućnosti .....	31
Tablica 11. Deskriptivna analiza izvora znanja učenika o značenju i definiranju poduzetništva .....	32
Tablica 12. Deskriptivna analiza stavova učenika o načinu izvođenja predavanja.....	33
Tablica 13. Analiza razlika prema nezavisnim karakteristikama ispitanika .....	34

## Prilozi

### Prilog 1 : Anketni upitnik

Anketni upitnik provodi studentica Ekonomskog fakulteta u Zagrebu radi potrebe pisanja diplomskog rada i potpuno je anoniman. Unaprijed hvala.

UPUTSTVO: Pred sobom imate listu pitanja koju treba pažljivo da pročitate i odgovorite tako što ćete jedan od ponuđenih odgovora precrtati znakom X ili ( npr.  ) zaokružiti na skali od 1 do 5 broj koji označuje po Vama najprecizniji odgovor.

1. Vaš spol            M             Ž
2. Vaša dob \_\_\_\_\_
3. Imate li u bližoj obitelji poduzetnike: da    ne
4. Imate li radno iskustvo u učeničkim poslovima: da    ne

**Na skali od 1 do 5 zaokružite stupanj Vašeg slaganja sa tvrdnjom ( npr. 4 )**

*1 - izrazito se ne slažem, 2 - uglavnom se ne slažem, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - uglavnom se slažem, 5 - u potpunosti se slažem*

1. Radije bih bio svoj šef nego radio za drugoga poslodavca.	1	2	3	4	5
2. Pokretanje vlastitoga posla mi zvuči atraktivno.	1	2	3	4	5
3. Kreativna atmosfera u mojoj srednjoj školi me inspirira za razvoj novih poslovnih ideja.	1	2	3	4	5
4. Državni zakoni (pravila i regulacije) nisu skloni poduzetnicima u našoj državi.	1	2	3	4	5
5. Poduzetnici imaju pozitivan imidž u našem društvu.	1	2	3	4	5
6. Kada nešto isplaniram siguran sam da ću to i ostvariti.	1	2	3	4	5
7. Spreman/na sam preuzimati visoke rizike kako bih ostvario visoke rezultate u poslu i/ili životu.	1	2	3	4	5
8. Kada dobijem što želim, to je uglavnom zato što sam marljivo radio za to.	1	2	3	4	5
9. Mogu učiniti sve na što se usmjerim.	1	2	3	4	5
10. Više volim rješavati komplicirane zadatke nego one jednostavnije.	1	2	3	4	5
11. Uživam rješavati probleme koji su složeni.	1	2	3	4	5
12. Izbjegavam situacije koje su kompliciranije za razumjeti.	1	2	3	4	5

13. Radije izbjegavam probleme čije rješavanje zahtijeva veći napor. 1 2 3 4 5

14. Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik. 1 2 3 4 5

15. Ne vjerujem da ću ikada osnovati vlastito poduzeće. 1 2 3 4 5

**Na skali od 1 do 5 zaokružite stupanj Vašeg slaganja sa tvrdnjom ( npr. ④ )**

*1 - Izrazito nevažno, 2 - uglavnom nije važno, 3 - niti važno niti nevažno, 4 - uglavnom važno, 5 - izrazito važno*

1. Koliko Vam je važno raditi ono što volite, a ne ono što morate? 1 2 3 4 5

2. Koliko Vam je važno zarađivati velike iznose novaca? 1 2 3 4 5

3. Koliko Vam je važno biti samostalan u onome što radite? 1 2 3 4 5

**Na skali od 1 do 5 zaokružite stupanj Vašeg slaganja sa tvrdnjom ( npr. ④ )**

*1 - nimalo vjerojatno, 2 – uglavnom nije vjerojatno, 3 – donekle vjerojatno, 4 – uglavnom vjerojatno, 5 - izrazito vjerojatno*

1. Koliko je vjerojatno da ćete krenuti u poduzetnički pothvat u sljedećih 10 godina? 1 2 3 4 5

2. U kojoj mjeri ste zainteresirani za pokretanje vlastitog poduzeća? 1 2 3 4 5

**Na sljedeća pitanja odgovor smjestite na crtu.**

1. Na kojem od predmeta u školi ste saznali najviše o poduzetništvu? \_\_\_\_\_

2. Na kojem predmetu ste dobili ideju (ukoliko jeste) da bi ste jednog dana mogli voditi vlastiti posao? \_\_\_\_\_

3. Što mislite da bi Vaša škola mogla ili trebala učiniti da Vas zainteresira za poduzetništvo? \_\_\_\_\_

4. Ako bi u budućnosti pokrenuli vlastiti posao molimo Vas navedite djelatnost (primjerice, turizam, obrtničke usluge, usluge smještaja i slično). \_\_\_\_\_

## Životopis autorice

Dora Cenčić

### OSOBNI PODACI

Adresa: Iški put 16

Država: Hrvatska

Mobitel: 091 7898 747

e-mail: [doracencic@gmail.com](mailto:doracencic@gmail.com)

Mjesto i datum rođenja: 21.03.1995., Zagreb

### OBRAZOVANJE

Vrijeme (od-do) 2009/2010-2012/2013

Institucija Zdravstveno učilište  
Medvedgradska 55

Stručna sprema Dentalni tehničar

Vrijeme(od-do) 2012/2014-2018/2019

Institucija Ekonomski fakultet  
Zagreb, Trg J. F. Kennedyja 6

Stručna sprema bacc.oec

### DODATNA ZNANJA

STRANI JEZICI - Engleski aktivno

-Njemački pasivno

OSTALE SPOSOBNOSTI -timski rad

- spremna na učenje i nove izazove

-Vrlo dobro poznavanje rada na računali (Word, Excel, Access,  
Power Point, Internet Explorer i sl.)

-Polazila treninge Gustav Käser Training International

VOZAČKA DOZVOLA -B kategorija