

ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA UKLJUČIVANJE U PODUZETNIŠTVO

Domović, Ivona

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

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:148:715713>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

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



**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Specijalistički diplomski stručni studij; smjer Ekonomika poduzetništva**

**ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA
UKLJUČIVANJE U PODUZETNIŠTVO**

Diplomski rad

Ivona Domović

Zagreb, rujan, 2021.

**Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Specijalistički diplomski stručni studij; smjer Ekonomika poduzetništva**

**ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA
UKLJUČIVANJE U PODUZETNIŠTVO**

**RESEARCH OF HIGH SCHOOL STUDENTS'
WILLINGNESS TO ENGAGE IN ENTREPRENEURSHIP**

Diplomski rad

Ivona Domović, 0067547074

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Miroslav Mandić

Zagreb, rujan, 2021.

Sažetak

Pojam poduzetništva poznat je od davnina, a poduzetnička aktivnost vidljiva je još iz doba početka trgovine, mjenjačkih poslova i putovanja. Budući da se poduzetništvu sve više pridaje na značaju te je od strateške važnosti u oblikovanju gospodarskog razvoja, sve je više istraživača za ovo područje. Na temelju brojnih istraživanja, većina se složila oko glavnih osobina koje poduzetnika razlikuju od ostalih, a to su: inovativnost, samouvjerenost, razumno preuzimanje rizika, uporan rad, odgovornost, postavljanje ciljeva. Sve je više programa koji nude mladim ljudima mogućnost prekvalifikacije ili dodatnog usavršavanja u području poduzetništva. "Erasmus za mlade poduzetnike" je program koji omogućuje poduzetnicima rad u drugoj državi koja je zemlja članica Europske unije kod iskusnog poduzetnika u trajanju od 1 do 6 mjeseci. Program je djelomično financiran od strane EU. U Hrvatskoj se poduzetnicima uz državne potpore u obliku novčanih naknada nudi sustav potpornih institucija koje im uveliku olakšavaju buduće poslovanje u njihovim počecima. U sklopu rada provedeno je istraživanje spremnosti srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo. S obzirom da se učenici već kroz srednju školu susreću s poduzetništvom kroz predmete usko vezane uz to područje i stječu znanja koja im kasnije mogu pomoći u ostvarenju ciljeva htjelo se istražiti imaju li srednjoškolci interes da postanu poduzetnici, koliko im poduzetništvo kao predmet pomaže u razvijanju poduzetničkih vještina, jesu li učenici zainteresirani za poduzetništvo u obliku dodatne izvannastavne aktivnosti. Anketa je bila provedena online u suradnji s Ekonomskom školom Šibenik, a ispitanici su učenici prvog, trećeg i četvrtog razreda. Podaci su prikupljeni kroz jednokratno opisno istraživanje na uzorku od 127 ispitanika. Provedeno istraživanje pokazalo je da su učenici zainteresirani nakon završetka svog obrazovanja pokrenuti samostalno poslovanje odnosno pokazuju interes postati poduzetnici. Obrazovni sustav i poduzetničko okruženje utječu na sklonost prema poduzetništvu. Konačno, učenici srednje ekonomske škole Šibenik smatraju da im škola pruža dobru podlogu za ulazak u poduzetništvo.

Ključne riječi: poduzetništvo, programi za mlade, srednja ekonomska škola, zainteresiranost za poduzetništvo, anketni upitnik

Abstract

The concept of entrepreneurship has been known since ancient times, and entrepreneurial activity has been evident since the beginning of trade, currency exchange transactions and travel. As entrepreneurship is increasingly attached to importance and is of strategic importance in shaping economic development, there are more and more researchers in this field.

Based on many surveys, most agreed on the main characteristics that distinguish entrepreneurs from others, namely: innovation, self-confidence, reasonable risk-taking, persistent work, accountability, setting goals.

There are more and more programmes that offer young people the possibility of retraining or additional training in the field of entrepreneurship. “Erasmus for young entrepreneurs” is a programme enabling entrepreneurs to work in another country which is a Member State of the European Union with an experienced undertaking lasting 1 to 6 months.

The programme is partly financed by the EU. In Croatia, with state aid in the form of monetary benefits, companies are offered a system of support institutions that greatly facilitate their future operations in their beginnings.

The paper investigates the willingness of high school students to participate in entrepreneurship. Since students already encounter entrepreneurship through secondary school through subjects closely related to the area and acquire knowledge that can later help them achieve their goals, we wanted to examine whether high school students have an interest in becoming entrepreneurs, how much entrepreneurship helps them develop entrepreneurial skills, whether pupils are interested in entrepreneurship in the form of additional extracurricular activities.

The survey was conducted online in cooperation with Sibenik school of Economics and pupils of first, third and fourth grades were examined. The data were collected through a one-time descriptive survey on a sample of 127 respondents.

The research has shown that students are interested in starting their business independently after completing their education, i.e. show an interest in becoming entrepreneurs.

The educational system and the entrepreneurial environment affect the propensity towards entrepreneurship. Finally, Sibenik High school students believe that the school provides them with a good basis for entering entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Youth programmes, High school of Economics, interest in Entrepreneurship, Survey Questionnaire

Ivona Domović

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad 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.

Studentica:

U Zagrebu, datum

(potpis)

Sadržaj:

Sažetak	I
Abstract	II
1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka	2
1.3. Sadržaj i struktura rada	2
2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA	3
2.1. Pojam poduzetništva	3
2.2. Definicija poduzetnika	5
2.3. Glavne osobine poduzetnika	6
2.3.1. Inovativnost.....	7
2.3.2. Samouvjerenost.....	7
2.3.3. Odgovornost.....	8
2.3.4. Upornost.....	8
2.3.5. Razumno preuzimanje rizika	8
2.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.....	10
3. POTICAJI ZA MLADE PODUZETNIKE	12
3.1. Državni programi potpore.....	12
3.1.1. Poduzetnički centri.....	14
3.1.2. Poduzetnički inkubator	16
3.1.3. Poduzetničke zone	19
3.2. Stručno usavršavanje	21
3.3. Učenički modeli poduzetništva.....	22

3.3.1. Učenička zadruga.....	24
3.3.2. Vježbenička tvrtka	25
4. ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA UKLJUČIVANJE U PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI.....	26
4.1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja	26
4.2. Metodologija istraživanja.....	28
4.3. Rezultati istraživanja.....	31
4.4. Ograničenja istraživanja.....	53
5. ZAKLJUČAK	54
LITERATURA	56
POPIS TABLICA	61
POPIS SLIKA I GRAFIKONA	61
PRILOZI	63
ŽIVOTOPIS	71

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Cilj diplomskog rada je istražiti spremnost srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo, utvrditi poduzetničke stavove, sposobnost, spremnost na preuzimanje određenih rizika i poduzetničkih namjera kroz budućnost.

Budući da se poduzetništvu sve više pridaje na značaju te je od strateške važnosti u oblikovanju gospodarskog razvoja, sve je više istraživača za ovo područje.

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju poduzetničke mogućnosti uvelike su se proširile. Sve je veći broj Start-upova, a Hrvatska je turistička zemlja te nudi širok spektar poduzetničke ponude.

Uz obvezno školsko obrazovanje, u Hrvatskoj postoji velik broj sveučilišta i veleučilišta, poduzetničkih centara i agencija koje nude budućim poduzetnicima da razviju poduzetničke vještine i unaprijede svoje znanje. Sve je veći broj poduzetničkih i studentskih inkubatora koji uvelike mogu biti od pomoći mladim poduzetnicima.

S obzirom da se učenici već kroz srednju školu susreću s poduzetništvom kroz predmete usko vezane uz to područje i stječu znanja koja im kasnije mogu pomoći u ostvarenju ciljeva želi se istražiti imaju li srednjoškolci interes da postanu poduzetnici, koliko im poduzetništvo kao predmet pomaže u razvijanju poduzetničkih vještina, jesu li učenici zainteresirani za poduzetništvo u obliku dodatne izvannastavne aktivnosti. Također želi se istražiti utjecaj okruženja, odgoja i sustava na sklonost prema poduzetništvu.

1.2. Izvori i metode prikupljanja podataka

Pri izradi ovog diplomskog rada analizirani su sekundarni podaci dostupne znanstvene i stručne literature, stručne knjige te članci i podaci dostupni putem Interneta iz područja poduzetništva.

Primarni podaci u četvrtom poglavlju prikupljeni su metodom ispitivanja, a instrument istraživanja bio je anketni upitnik. Online anketiranje provedeno je na namjernom prigodnom uzorku učenika srednje Ekonomske škole Šibenik, a rezultati su prikazani grafički i opisno.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad sastoji se od tri osnovna dijela, uz uvod i zaključak. Nakon uvoda, u drugom dijelu razrađen je teorijski koncept poduzetništva. Navodi se što je poduzetništvo, opisuju se glavne osobine poduzetnika kao i prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.

U trećem poglavlju predstavljani su programi državne potpore, navode se poduzetničke potporne institucije te su prikazani učenički modeli poduzetništva.

U četvrtom poglavlju provedeno je istraživanje spremnosti srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo, a rezultati su prikazani opisno i grafički. Definirani su problemi i ciljevi istraživanja, metodologija te ograničenja.

U zadnjem poglavlju, doneseni su zaključci o provedenom istraživanju.

2. POJMOVNO ODREĐENJE PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIKA

2.1. Pojam poduzetništva

Postoje razne definicije poduzetništva koje su kroz povijest iznošene od strane različitih autora. Službeno nema prihvaćene definicije što dokazuje kompleksnost tematike poduzetništva.

Pojam poduzetništvo sastavljen je od glagola “entreprendre” iz francuskog jezika i germanizma “unternehmen”. Direktni prijevod navedenih riječi u hrvatskom jeziku prevode se glagolom “poduzeti” (Cunningham i Lischeron, 1991).

Pojam poduzetništva poznat je od davnina, a poduzetnička aktivnost vidljiva je još iz doba početka trgovine, mjenjačkih poslova i putovanja. Prvim poduzetničkim pothvatom smatra se Magellanov put oko svijeta. On je organizirao ekspediciju kako bi dokazao da je zemlja okrugla, a ne ravna (Ribić i sur., 2020).

S obzirom da je poduzetništvo širok pojam uz njega se vežu razni pojmovi poput inovacija, rizika, znanja, predviđanja, energije, uspjeha i propasti.

U nastavku će se iznijeti neke od najznačajnijih definicija poduzetništva.

Prema Škoriću (1995), poduzetništvo je ulaganje kapitala kojim se zauzvrat ostvaruje profit ili dobit.

Poduzetništvo predstavlja nadahnuće idejom, borbu između muškaraca i žena s premoćnim okolnostima i zadovoljstvo koje nastaje kao rezultat vlastitog uspjeha (Siropolis, 1995).

Prema Škrtiću i Mikiću (2011) u knjizi Poduzetništvo predstavljena je definicija poduzetništva u kojoj se poduzetništvo opisuje kao proces koji se razvio iz inicijative koja nudi inovativnost iz čega se rađaju nove ideje i stvaraju promjene.

Šošić (1995) opisuje poduzetništvo kao proces u koji se priključi dnevno velik broj ljudi iz cijelog svijeta svijesno snoseći rizik ulaganjem vlastitog novca kako bi svoju ideju pretvorili u uspjeh.

Poduzetništvo je sposobnost stvaranja nečega iz gotovo ničega. To je pokretanje, postizanje, izgradnja organizacije, a ne samo nuđenje ili opisivanje. To je osjećaj za prilikom koju drugi vide kao nepriliku (Kirby, 2003).

Poduzetništvo je kontrola i korištenje resursa kako bi se stvorile inovativne organizacije sa svrhom stjecanja i rasta u uvjetima rizika i nesigurnosti (Dollinger, 2008).

Badrov i sur. (2007) navode tri osnovne vrste poduzetništva:

- Tradicionalno poduzetništvo
- Socijalno poduzetništvo
- Korporativno poduzetništvo

Kad se govori o tradicionalnom poduzetništvu, uz njega se vežu mala i srednja poduzeća i obrti kojima je cilj zaraditi profit koji će dalje uložiti u unaprijeđenje firme ili potrošiti na vlastite potrebe.

S druge strane, kod socijalnog poduzetništva glavni cilj nije stjecanje dobiti već unaprijeđenje kvalitete života cijelog društva. Tu pripadaju razne neprofitne organizacije te udruge građana poput udruge RODA (www.roda.hr) koja se bavi zaštitom dječjih prava.

Korporativno poduzetništvo veže se uz korporacije, odnosno udruženja poduzeća s ciljem da se stvori motivirajuća atmosfera kako bi se svi zaposlenici poduzetnički ponašali u obavljanju svojeg posla s ciljem vlastite dobrobiti te dobrobiti poduzeća (Badrov i sur. 2007).

2.2. Definicija poduzetnika

Pojam poduzetnika pokušava se definirati još od srednjeg vijeka te se kroz povijest mijenjao.

U srednjem vijeku poduzetnika se smatralo osobom koja je vodila proizvodne projekte (klerik) te kao takav nije snosio rizik (Hisrich i sur, 2011).

Kroz 17. stoljeće poduzetnik je bio osoba koja je ulazila u ugovorne sporazume s vladom s ciljem pružanja usluga ili nabave proizvoda koji su bili utvrđeni sporazumom.

U 18. stoljeću osoba koja je financirala pothvat s ciljem visokog povrata ulaganja, angažirala bi osobu koju se smatralo poduzetnikom, a njegov zadatak bio je upravljanje novcem s kojim je poduzimao rizična ulaganja iz fonda dioničkog kapitala.

Kroz 19. st. poduzetnik je upravljao poduzećem za osobnu dobit.

Sredinom 20. stoljeća razvio se pojam poduzetnika inovatora, osobe koja razvija nešto novo i jedinstveno (Hisrich i sur, 2011).

Može se reći da se uloga poduzetnika tijekom povijesti znatno promijenila. Od osobe koja izvršava poslove do osobe koja preuzima rizik.

Smatra se da je pojam poduzetnika prvi put uveo ekonomist Richard Cantillon u knjizi "Opća rasprava o prirodi trgovine", 1725. godine. Osoba koja kupuje po poznatim, a prodaje po nepoznatim cijenama s ciljem ostvarenja dobiti predstavlja poduzetnika (Škrtić i Mikić, 2011).

Francis A. Walker opisuje poduzetnike kao vrlo nadarene i talentirane osobe koje su u procesu poslovanja izrazito snalažljive.

Kirby (2003) poduzetnika definira kao pojedinca koji osniva i upravlja poslovanjem u svrhu profita i rasta. Karakterizira ga inovativno ponašanje.

Shumpetera se naziva ocem poduzetništva jer je uvelike doprinio razvoju teorije poduzetništva te ga smatra ključnim instrumentom promjene u teoriji ekonomskog rasta (Škrtić i Mikić, 2011).

Ponekad je poduzetnik i vlasnik kapitala jedna osoba, a ponekad su te dvije uloge podijeljene na dvije ili više osoba.

Kako bi se postalo poduzetnikom potrebno je imati poduzetničku ideju. Na temelju ideje može doći do unaprijeđenja postojećeg ili razvoja novog proizvoda ili usluge.

2.3. Glavne osobine poduzetnika

Rađaju li se poduzetnici ili se poduzetnikom postaje? Pitanje je brojnih istraživanja.

Prema Druckeru (1966): “Neki su poduzetnici ekscentrici; drugi bolno besprijeekorni konformisti; neki su debeli; drugi mršavi; neki su zabrinuti; drugi opušteni; neki su teške pijanice; drugi potpuni trezvenjaci; neki su ljudi izuzetnog šarma i topline; drugi nemaju osobnost veću nego “smrznuta skuša”.”

Iz citata Petera Druckera svaki poduzetnik jedinka je za sebe te iz toga proizlazi kompleksnost odredbe točnih osobina koje karakteriziraju poduzetnika.

Poduzetnici su agresivni katalizatori promjena u poslovnom svijetu. Osobe koje su neovisni mislioci i koji se usuđuju biti različiti. Neke od karakteristika koje ih određuju su: drskost, konkurentnost, pragmatizam, povjerenje, uspravljače vještine, preuzimanje rizika (Frederick i sur., 2019).

Na temelju brojnih istraživanja, glavne osobine koje većina poduzetnika posjeduju su: inovativnost, samouvjerenost, razumno preuzimanje rizika, uporan rad, odgovornost, postavljanje ciljeva (Škrtić i Mikić, 2011).

Svaka od osobina detaljnije je objašnjena u nastavku rada.

2.3.1. Inovativnost

Inovativnost se smatra jednom od najvažnijih osobina koju poduzetnik mora posjedovati kako bi bio uspješan. Također inovativnost se povezuje s konkurentskom prednosti. Poduzetnik ne mora striktno biti inovator koji će na tržište uvesti novi proizvod ili uslugu, već može i stare proizvode ili usluge unaprijediti.

Nekoliko je vrsta inovacija: izum (novi proizvod ili usluga), proširenje (novi način primjene ili upotrebe već poznatog proizvoda ili usluge), umnožavanje (poboljšana kopija postojećeg proizvoda ili usluge) te sinteza (kombinacija postojeće ideje u potpuno novu ideju).

Inovativan poduzetnik otkriva nove probleme i njima pristupa na neuobičajen način te nastoji pronaći nova rješenja, ne mari za sredstvo i vrlo mu je važno postizanje zacrtanog cilja (Škrtić i Mikić, 2011).

2.3.2. Samouvjerenost

Istraživanja su potvrdila da su uspješni poduzetnici samouvjereni tj. da vjeruju u sebe, u svoj uspjeh te su optimistični. Ne žele prihvatiti status “quo” jer vjeruju da mogu na neke stvari utjecati, točnije promijeniti ih nabolje.

Prema mišljenju, poduzetnici trebaju biti posvećeni budućnosti, imati jasno definirane ciljeve, misiju i viziju kako bi postali uspješni u svojem poslovanju (Škrtić i Mikić, 2011).

2.3.3. Odgovornost

Poduzetnici su spremni preuzeti odgovornost na sebe, kako za uspjeh tako i za neuspjeh. Osim vlastite odgovornosti, poduzetnici moraju poslovati u skladu sa Zakonom, odnosno imaju zakonsku odgovornost te bi se trebali pridržavati moralnih i etičkih načela.

U današnje vrijeme često se spominje pojam društveno odgovornog poslovanja (DOP). Hrvatska gospodarska komora DOP prikazuje kao poslovni model i način poslovanja na temelju kojeg se profit ostvaruje na društveno odgovoran način. Većina poduzetnika opredjeljuje se za društveno odgovorno poslovanje jer im ta reputacija donosi konkurentsku prednost.

2.3.4. Upornost

Vrlo često može se čuti da fakultet završavaju uporni, a ne pametni. Ova tvrdnja može se povezati s poduzetnicima jer njihova upornost vodi ih ka cilju. Kroz svoje poslovanje, poduzetnik će se često susresti sa nepredvidivim situacijama, ako u tim trenucima ne bude uporan, vrlo vjerojatno će odustati. S toga je moguće zaključiti kako je upornost jedna od ključnih osobina koje posjeduju uspješni poduzetnici.

Poduzetnici predstavljaju najupornije ljude u društvu. Kao primjer izrazite upornosti može se povući usporedba poduzetnika sa upraviteljem velikih poduzeća. Upravitelji velikih poduzeća svoj rad provode do kasnih sati, ali poduzetnici svoj rad ne završavaju, njima rad predstavlja i njihovo slobodno vrijeme (Siropolis, 1995)

2.3.5. Razumno preuzimanje rizika

Poduzetnici nastoje izbjeći rizik, no svako novo poduzeće ima podjednake šanse za uspjehom ili neuspjehom. Većina poduzetnika prije ulaska u nove pothvate temeljito provjeri sve informacije na tržištu kako bi smanjili rizik na minimum.

S druge strane, često se pokazalo kako poduzetnici zanemare promjene u tehnologiji, pogrešno procjene visinu ulaganja, krivo procjene diskontu stopu te ulažu u vrlo rizične pothvate.

Prilikom istraživanja na temu rizika, napravljena je razlika između rizika i nesigurnosti, nesigurnost je čimbenik kojeg se ne može kontrolirati dok je rizik s druge strane u potpunosti pouzdan (Salamzadeh i sur., 2014.)

Prema Škrtić i Mikić (2011) većina poduzetnika izbjegava sigurne poslove jer smatraju kako će njihovo zadovoljstvo biti malo naspram njihovih uloženi napor. Svakako, poduzetništvo iziskuje veliku žrtvu, ali nosi i svoje prednosti. Zbog toga poduzetnici moraju biti svjesni situacije u kojoj se nalaze, a to znači da moraju biti razumni preuzimatelji rizika.

Poduzetnikom se postaje, nitko se ne rađa kao poduzetnik. Ako osoba posjeduje neke od navedenih osobina, njihov utječaj može biti od presudne važnosti u odabiru budućeg posla. Na individui je hoće li postati poduzetnikom i odabrati izazov ili “sigurnost u masi”.

2.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Posjedovnje vlastitog poduzeća nudi brojne prednosti, ali i nedostatke. Neke od njih prikazane su u Tablici 1.

Tablica 1. Najvažnije prednosti i nedostaci poduzetništva

PREDNOSTI	NEDOSTACI
Prilika za kreiranje vlastite sudbine	Nesigurnost dohotka
Prilika za različitost	Rizik gubitka uloženog kapitala
Prilika za dostizanje svojeg punog potencijala	Neodređeno radno vrijeme uz naporan rad
Prilika za ubiranje visokih profita	Životni minimum (kvaliteta života) za vrijeme uspostavljanja poslovanja
Prilika za dopinos društvu i priznanje za vlastite napore	Visoka razina stress
Prilika za rad na onom što ih interesira	Obeshrabrenje

Izvor: izrađeno prema: Kolaković, M. i Mikić, M. (2020), Poduzetništvo u 21.stoljeću, Zagreb, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, str. 26-28.

Prema Kolakoviću (2020) jedna od prednosti ulaska u poduzetništvo jest stjecanje kontrole nad vlastitom sudbinom. Posjedovanje vlastitog poduzeća omogućuje poduzetnicima slobodu i postizanje ciljeva. Većina uspješnih poduzetnika pokrenula je svoje poslovanje iz hobija te su uspješni zahvaljujući prilici za rad na onom što ih zabavlja.

S druge strane, treba izdvojiti i neke od nedostataka. Poduzetnici znaju biti pod velikim stresom od napornog i cjelodnevnog rada, a slučaju propasti poduzeća dolazi do financijskog i psihološkog sloma. Kroz svoje poslovanje susreću se s problemima koje ne znaju riješiti. Prepreke na koje naiđu na njih mogu utjecati obeshrabrujuće.

Škrtić i Mikić (2011) u svojoj knjizi Poduzetništvo ističu 4 pitanja koja bi si trebao postaviti svaki poduzetnik prije nego uloži svoje vrijeme i novac u poduzetnički pothvat:

- Ako moje poduzeće propadne, što se najgore može dogoditi?
- Kolika je vjerojatnost propadanja?
- Kako umanjiti rizik propadanja?
- Ako poduzeće propadne, imam li rezervni plan?

Smatra se da će poduzetnici odgovaranjem na ova pitanja odvagnuti rizike i nagrade koje im se nude u poduzetništvu.

3. POTICAJI ZA MLADE PODUZETNIKE

3.1. Državni programi potpore

Ulaskom Repulike Hrvatske u Europsku uniju dana 1.srpnja 2013. godine uvedena je politika državnih potpora koja je određena Zakonom o državnim potporama (NN 72/13). Državnim potporama namjenjenim poduzetnicima nastoji se ojačati konkurentnost gospodarstva Republike Hrvatske te im olakšati njihov daljni razvoj.

U Republici Hrvatskoj tri su institucije zadužene za provedbu državnih programa financiranja: Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG-BICRO) te Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja.

Prema posljednjem izvještaju Ministarstva financija RH o državnim potporama za 2018. godinu dodijeljene su potpore malim i srednjim poduzetnicima u iznosu od 128,8 milijuna kuna što je iznosilo 0,87% u ukupno dodijeljenim potporama.

Potpore male vrijednosti malim i srednjim poduzetnicima dodijeljene su i od strane Grada Zagreba u iznosu od 15,5 milijuna kuna, HAMAG-BICRO dodijelio je 100,0 milijuna kuna, Fond za obnovu i razvoj grada Vukovara 4,3 milijuna kuna, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije 15,9 milijuna kuna te Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta 146,0 milijuna kuna.

Na stranicama Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja objavljen je popis dodjeljenih sredstava za 2020.godinu. Dodijeljeno je 326 potpora u iznosu od 76.159,20 kn za projekt cjeloživotnog obrazovanja za obrtništvo, 73 potpore u iznosu od 3.064.789,45kn za projekt očuvanja i razvoja tradicijskih i umjetničkih obrta. Najveći broj potpora dodijelio se za učenike u obrničkim zanimanjima, njih 4457 u iznosu od 80.226.000,00kn. S druge strane, za razvoj zadružnog poduzetništva izdvojeno je 1.924.467,53kn koje je primilo 23 subjekta.

U Hrvatskoj se poduzetnicima uz državne potpore u obliku novčanih naknada nudi sustav potpornih institucija.

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture kojim su obuhvaćene poduzetničke zone i poduzetničke potporne institucije nastoji se poduzetnicima omogućiti poslovanje u standardiziranim uvjetima visoke infrastrukturne opremljenosti. Poduzetnička infrastruktura treba biti opremljena: energetsom, komunalnom, prometnom i komunikacijskom infrastrukturom.

Poduzetničke potporne institucije (<https://gov.hr/hr/poduzetnicka-infrastruktura/1368>, pristupljeno dana; 05.05.2021.) su:

- Razvojne agencije
- Poduzetnički centri
- Poslovni inkubatori
- Poduzetnički akceleratori
- Poslovni parkovi
- Znanstveno-tehnološki parkovi
- Centri kompetencije
- Slobodne zone

U sljedećoj tablici prikazan je aktivan broj poduzetničkih potpornih institucija u 2021. godini u Republici Hrvatskoj, prema podacima Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja

Tablica 2. Aktivan broj poduzetničkih potpornih institucija

Poduzetničke potporne institucije	Aktivan broj (2021.)
Razvojne agencije	76
Poduzetnički centri	50
Poduzetnički inkubatori	54
Poduzetnički akceleratori	10
Centri kompetencije	7
Poduzetničke zone	286

Izvor: Izrada autorice prema: Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Jedinствeni registar poduzetničke infrastrukture, dostupno na: <http://reg.mingo.hr/pi/public/#>, na dan: 12.04.2021.

Može se zaključiti da se svake godine poduzetnicima nudi sve veći broj potpornih institucija koje im uvelike olakšavaju buduće poslovanje u počecima njihova poslovanja, a poduzetnici imaju i pravo na nepovratna sredstva od strane državnih programa financiranja.

U ovom dijelu diplomskog rada, predstaviti će se i definirati poduzetnički centri, poduzetnički inkubatori i poduzetničke zone.

3.1.1. Poduzetnički centri

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture prema čl. br. 4. definira poduzetničke centre kao “registrirane pravne osobe koje su zadužene za operativno provođenje mjera za razvoj i poticanje poduzetništva na lokalnom ili širem području (županija, regija), koji predstavljaju središta stručne i edukativne pomoći poduzetnicima radi razvoja poduzetništva u sredinama u kojima su osnovani”.

Zadaća poduzetničkih centara jest promocija poduzetništva, informiranje o pogodnostima ulaska u poduzetništvo, upoznavanje poduzetnika s poticajnim mjerama koje može iskoristiti, organizacija seminara, davanje savjeta vezanih uz pripremu poslovnih planova, suradnja s lokalnom i područnom samoupravom (Škrtić, 2011).

Kolaković (2020) iznosi sljedeće aktivnosti poduzetničkih centara:

- pružanje savjetodavnih i konzultantskih usluga,
- pomoć pri izradi, procjeni i selekciji poduzetničkih projekata,
- info točke,
- pružanje informacija vezanih uz financiranje,
- stručno usavršavanje poduzetnika,
- pronalazak poslovnih partnera,
- organizacija seminara
- te ostale usluge vezane uz poduzetništvo

Prema podacima iz Jedinog registra poduzetničke infrastrukture (NN 86/18) u Hrvatskoj je trenutno aktivno 50 poduzetničkih centara. Raspodjela centara po RH ovisi o broju prijavljenih poduzetnika na određenom mjestu kojima su usluge poduzetničkog centra potrebne.

Primjer uspješnog poduzetničkog centra jest Adriatic Business Centar-ABC u Šibeniku. Rekonstrukcija i opremanje poslovnog centra trajalo je 42 mjeseca, a centar je otvoren 23. veljače 2021. godine. Otvaranjem ovog centra privukao se velik broj poduzetnika početnika, a time i potaknuo gospodarski rast Šibensko-kninske županije.

Projekt je sufinanciran iz Europskog fonda za regionalni razvoj od strane Europske Unije. ABC svojim korisnicima nudi na raspolaganje 36 poslovnih ureda, dvije dvorane za sastanke, konferencijsku dvoranu, 4 studija za audiovizualnu produkciju i postprodukciju informatičke stanice, audiovizualnu opremu i IT programe za grafički dizajn.

Također, nudi usluge poslovnog savjetovanja iz područja financiranja, projektiranja, audiovizualnog marketinga i brendiranja. Popis svih usluga koje pružaju svojim korisnicima moguće je pronaći na njihovoj web stranici: <https://www.rra-abc.com/>

3.1.2. Poduzetnički inkubator

Prvim inkubatorom smatra se Batavijski industrijski centar pokrenut 1959. god u Bataviji na farmi Massey-Ferguson u New Yorku. Josip L. Mancuso proglašen je „osnivačem pokreta inkubatora“. Zatvaranjem farme zbog nemogućnosti prodaje posjeda građevina je podijeljena na više manjih dijelova kako bi pomogli poduzećima u nastajanju i njihovom razvoju. Poduzeća koja su se tamo nalazila resurse su dijelila međusobno, a ideja je uspješno provedena. 1964. god. poduzetnički inkubatori krenuli su se širiti SAD-om.

U Hrvatskoj se poduzetnički inkubatori pojavljuju 2011. godine.

Postoje razne definicije poduzetničkog inkubatora, a neke su navedene u nastavku.

Poduzetnički inkubator je zajednica poduzetnika početnika u kojoj im se u počecima njihova poslovanja uz poseban oblik potpore olakšava poslovanje (Kolaković, 2020).

Entreprenur Europe definira poduzetničke inkubatore kao organizaciju koja pruža razne usluge poput kapitala, prostora, potpora i ostalih resursa koje su financirane od strane privatnih tvrtki ili javnih ustanova s ciljem ubrzanja rasta i uspjeha poduzeća.

Definicija poduzetničkih inkubatora od strane Europske komisije glasi: „poduzetnički inkubatori čine ograničen prostor na kojem dolazi do koncentriranja novonastalih poduzeća. Kao temeljni cilj ističe se unaprijeđenje mogućnosti za rast i opstanak poduzeća. Poduzetnički inkubatori pružaju zajednički prostor s infrastrukturom i raznim uslugama s naglasnikom na razvoj lokalnog područja i zapošljavanja ljudi. (Čubela, 2019).

Poduzetnicima početnicima u sklopu poduzetničkog inkubatora pruža se mogućnost povoljnog poslovnog prostora, korištenje poslovne infrastrukture, računovodstvena i pravna pomoć kako bi im se olakšao opstanak na tržištu. Nakon tri godine u inkubatoru, svoje mjesto moraju prepustiti novim poduzetnicima.

Tablica 3. Broj aktivnih poduzetničkih inkubatora u RH u 2011. i 2021. godini

	2011.	2021.
Poduzetnički inkubator	23	54

Izvor: izrada autorice prema: Čizmadija, I., i Stanković, D. (2011). Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo, Učenje za poduzetništvo, 1(1), str. 129-139. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/130096>
(Datum pristupa: 13.04.2021.)

Unazad 10 godina iz tablice 3. vidljivo je povećanje aktivnog broja poduzetničkih inkubatora u RH. Jedan od razloga i je sve veći broj zainteresiranih poduzetnika početnika koji žele pristupiti inkubatoru kako bi im se olakšao početnički proces poslovanja.

Postoji nekoliko vrsta inkubatora, a Nikolić i Zorić (2014) navode 5 vrsta inkubatora:

- poslovne inkubatore sveučilišta, veleučilišta i visokih poslovnih škola,
- državne inkubatore,
- inkubatore korporacija,
- inkubatori frašizinga,
- inkubatori kao samostalna poduzeća

Jedan od ciljeva u Strategiji učenja za poduzetništvo 2010.-2014. bio je osnivanje studentskih poduzetničkih inkubatora. U Hrvatskoj je danas aktivno 12 studentskih inkubatora. U razdoblju provedbe Strategije (2010.-2014.) osnovano je 7 novih inkubatora. U Zagrebu se nalaze 4 studentska inkubatora, a ostatak u Splitu, Osijeku, Požegi, Puli, Vukovaru, Rijeci, Bjelovaru i Križevcima.

Prema definiciji mreže studentskih poduzetničkih inkubatora (SPI), studentski poduzetnički inkubator je mjesto gdje se susreću obrazovanje, gospodarstvo i istraživanje. SPI potiče studente na ulazak u poduzetništvo, pruža im pomoć u obliku mentorstva i financiranja te ih priprema za ulazak u svijet poduzetnika/poduzetništva.

Istraživanje koje su provele Tupek i Ćorić na studentima Veleučilišta VERN pokazalo je kako gotovo svi ispitanici (94%) s kojima su provedeni individualni razgovori navode da je potrebna veća medijska pozornost oko poslovanja poduzetničkih inkubatora.

Kvalitetu informacija putem elektroničkih medija ocjenjuju najlošijom.

S druge strane, kvaliteta informacija dobivena iz stručnih časopisa najbolje je ocijenjena. Također, ispitanici smatraju kako bi se ljudi lakše odlučili na ulazak u poduzetničke inkubatore kada bi za to postojala dodatna edukacija o njihovom poslovanju, prednostima i pogodnostima koje pružaju svojim korisnicima.

Nasuprot tome, istraživanje koje je provedeno na 91 studentu Ekonomskog fakulteta u Splitu 2018. godine, pokazalo je kako velik broj studenata, njih 23 nije upoznato ili nema znanja o poduzetničkom inkubatoru. Većina studenata, njih 66 smatra da ne posjeduju ideju za ulazak u studentski poduzetnički inkubator.

Može se zaključiti da bi bila poželjna organizacija dodatnih edukacija u visokom obrazovanju na kojima bi se studenti mogli više educirati o radu, mogućnostima i koristima inkubatora.

Prema Tupeku i Ćoriću (2018) neke od prednosti ulaska u poduzetnički inkubator za poduzetnika su: izgradnja poslovnih veza, podjela iskustva između poduzetnika, brži pronalazak rješenja problema, bolji pristup informacijama. Također, navode da su poduzeća koja su djelovala u sklopu inkubatora, nakon izlaska iz njega sposobnija za obavljanje obaveza usmjerena prema budućim kupcima i dobavljačima, a time se postiže pozitivan utjecaj između poslovnih partnera i poduzeća.

Kao jedan od nedostataka ulaska u inkubator pokazao se dug period za razvijanje od najčešće 5 godina da bi se tvrtka osamostalila. (Škrtić, 2011).

S druge strane, National Business Incubation Association (NBIA) je istraživanjem došla do zaključka kako 80% novih poduzeća koji nisu u sklopu inkubatora propadnu u prvih 5 godina. Ako se gledaju poduzeća koja su se nalazila u inkubatoru, ona imaju 87% šanse za nastavak uspješnog poslovanja u narednih 5 godina od napuštanja inkubatora.

3.1.3. Poduzetničke zone

Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture prema čl. br. 3. definira poduzetničke zone kao “infrastrukturno opremljena područja definirana prostornim planovima, namijenjena obavljanju određenih vrsta poduzetničkih, odnosno gospodarskih aktivnosti“.

Poduzetničke zone omogućuju poduzetnicima već parcelizirane prostore za izgradnju npr. tvornica, skladišta i drugih objekata.

Poduzetničke zone omogućuju razvoj područja na kojem se otvaraju i povećavaju lokalnu zaposlenost (Bernik i sur, 2019).

Prostor u zoni može kupiti poduzetnik početnik, ali i već registrirani subjekti.

U Hrvatskoj je 2011. godine bilo oko 97 aktivnih poduzetničkih zona (Škrtić, 2011). Danas taj broj iznosi 284. Također bitno je za naglasiti kako su zone rasprostranjene podjednako po većim županijama (tablica 4), a upravo to je i bio plan, razvoj poduzetničkih zona u blizini većih naselja unutar RH. Najveći broj aktivnih poduzetničkih zona u 2021. godini nalazi se u Međimurskoj županiji, a Grad Zagreb kao županija nema niti jednu poduzetničku zonu.

Tablica 4. Raspored poduzetničkih zona po županijama

Županija	Aktivan broj poduzetničkih zona (2021)
Zagrebačka	13
Sisačko – moslavačka	15
Krapinsko – zagorska	15
Karlovačka	17
Varaždinska	14
Koprivničko – križevačka	14
Bjelovarsko – bilogorska	19
Primorsko – goranska	11
Ličko – senjska	12
Virovitičko – podravska	5
Požeško – slavonska	4
Brodsko – posavska	15
Zadarska	13
Osječko – baranjska	25
Šibensko – kninska	8
Vukovarsko – srijemska	19
Splitsko – dalmatinska	9
Istarska	19
Dubrovačko – neretvanska	9
Međimurska	28
Grad Zagreb	0
Ukupno:	284

Izvor: izrada prema: Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Jedinствeni registar poduzetničke infrastrukture, dostupno na: <http://reg.mingo.hr/pi/public/#>, na dan: 12.04.2021.

3.2. Stručno usavršavanje

Prema „Pravilniku o stručnom usavršavanju osoba koje obavljaju poslove prostornog uređenja i gradnje“ stručno usavršavanje definirano je kao učenje kroz koje obveznik usavršavanja stječe nova znanja, kvalifikacije, vještine kao i kompetencije kroz različite edukacije, a cijeli proces provodi se prema određenom programu stručnog usavršavanja koji je praćen suglasnošću od ministarstva nadležnog za graditeljstvo i prostorno uređenje.

Stručno osposobljavanje jedna je od državnih mjera kojom se potiče uključivanje mladih u poslovni svijet bez zasnivanja radnog odnosa. Pravo na zapošljavanje imaju osobe koje su nezaposlene minimalno 30 dana i nemaju više od jedne godine radnog staža u svojem zvanju. Poslodavac nakon isteka roka stručnog osposobljavanja može zaposliti tu osobu ili uzeti novu na stručno osposobljavanje. Ova mjera pridonijela je većem zapošljavanju mladih (Lupić i Bujan, 2017).

2010. godine u Hrvatskoj je otvoren Institut za stručno usavršavanje mladih (ISUM) s ciljem unaprijeđenja položaja mladih u društvu. Neki od projekata koji su trenutno u provedbi su:

- Mali pokretači promjena,
- Pokreni promjene, uključi se,
- Coca – colina podrška mladima,
- Volontiram u svom kvartu.

ISUM predstavlja neprofitnu organizaciju koja radi na razvijanju programa međunarodne suradnje, organizira seminare i predavanja za mlade osobe, priprema projekte i programe financirane iz međunarodnih fondova i fondova Europske unije kako bi mlade pripremili za ulazak na tržište rada.

Također, na službenim internetskim stranicama Europske unije mladim poduzetnicima pruža se mogućnost prijave na program pod nazivom “Erasmus za mlade poduzetnike” koji omogućuje poduzetnicima rad u drugoj državi koja je zemlja članica Europske unije kod iskusnog poduzetnika u trajanju od 1 do 6 mjeseci. Program je djelomično financiran od strane EU.

3.3. Učenički modeli poduzetništva

U istraživanju Štefanić (2000) provedenim na studentima došlo je do iznenađujućih rezultata. U većini slučajeva studenti upisuju smjer koji nije njihov prvi izbor te se ne planiraju zaposliti u struci koju su završili.

Smatra da je važno uvesti poduzetničku edukaciju od najranije dobi radi promocije poduzetništva i izbjegavanja buduće neodlučnosti kod studenata jer na temelju jednog poduzetničkog modula na fakultetu ne može se donijeti odluka o samozapošljavanju.

Današnji mlađi ljudi smatraju se poduzetnijima od ranijih generacija. Sve se više ljudi samostalno upušta u poslovne pothvate. Prema mišljenju Vijeća za istraživanje mišljenja 54% ispitanika od 18 do 24 godine jako su zainteresirani za pokretanje poduzeća, u usporedbi s 36% u dobi od 35 do 64 godine (Dollinger, 2008).

Tri su koncepta poduzetničkog obrazovanja (Oberman Peterka i sur., 2016):

1. Obrazovanje „o“ poduzetništvu – pristup s naglaskom poduzetništva kao znanstvene discipline.
2. Obrazovanje „za“ poduzetništvu – cilj je priprema pojedinaca na poduzetnički život ili neizravno iskorištavanje prilike u kreiranju novog posla ili poslovnog pothvata.
3. Obrazovanje „posredstvom“ poduzetništva – predlaže stjecanje novog znanja o poduzetništvu kroz druge module, ne izričito menadžment i biznis.

Provedbom Meta – analize koja je objedinila 84 različita istraživanja koja su u suštini ispitala uspješnost pojedinog modela poduzetničkog obrazovanja, došlo se do rezultata koji su pokazali da je svaka dodatna godina, odnosno svako novo stjecanje dodatnih kvalifikacija u poduzetničkom obrazovanju rezultiralo profitabilnošću od 5,5% u zemljama u razvoju, a 6,1% u već razvijenim zemljama (Bračun, 2018).

U nastavku rada navedeni su modeli simulacije poduzeća (tablica 5.) te su objašnjeni modeli poduzetništva s kojima se susreće većina učenika u osnovnoj i srednjoj školi, a neki od njih su: učenička zadruga i vježbenička tvrtka.

Tablica 5. Modeli simulacije poduzeća

• Ured za učenje • Model poduzeća	• Vježbenička tvrtka	• Juniorska skupina	• Mini poduzeća	• Učenička tvrtka
Temelji se na planskoj igri	Vođenje poduzeća, simulacija protoka robe i novca	Upravljanje dijelovima poduzeća od strane uvježbanih suradnika	Osniivanje poduzeća na određeni period od strane učenika	Učenici vode poduzeće
Nema kontakta s vanjskim partnerima	Mreža vježbeničkih tvrtki		Uključeni u stvarno tržište; stvarni tokovi robe i novca	

Izvor: preuzeto s: Agencija za strukovno obrazovanje (2009.), Vježbenička tvrtka – vrata u svijet poduzetništva (priručnik za nastavnike), dostupno na: <https://www.asoo.hr/UserDocsImages/Dokumenti/Vjezbenicka%20tvrtka-web.kon.pdf>, na dan: 03.05.2021.

3.3.1. Učenička zadruga

Učenička zadruga dugi niz godina djeluje u hrvatskim školama.

Prema definiciji Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva (HUUZ), „Učeničko zadrugarstvo usmjerava mladež u izboru obrazovnih mogućnosti i zanimanja vezanih za poljoprivredu i selo, obrt i druge djelatnosti. Učenička zadruga pokreće odgoj za društveni, kulturni i politički angažman pojedinca. Kroz zadrugarstvo stječu se temeljne „kreposti poduzetnika“ kao što su marljivost, radinost, razboritost u preuzimanju rizika, dostojnost povjerenja i vjernost u međuljudskim odnosima, snaga u provedbi teških i bolnih odluka nužnih za zajednički rad i za prevladavanje nevolja“.

Sudjelovanje u zadruzi potiče učenike na suradnju s ostalim učeničkim zadrugama, kupcima i dobavljačima i djeluje motivirajuće na njih. Zarada im nije najbitnija, važnije im je iskustvo s kojim dobivaju osjećaj odgovornosti (Jagodić i Seršić, 2012).

Temeljem obrazovnih dokumenata i obrazovne politike Europske Unije donesene su od strane hrvatskog Nacionalnog okvirnog kurikulumu osnovne odrednice obrazovanja za predškolski odgoj, za osnovne i srednje škole u kojima je poduzetništvo predviđeno kao 1 od 6 međupredmetnih tema (Vrančić i Lovrenčić 2013). S toga se učenička zadruga održava u sklopu izvannastavne aktivnosti.

U Hrvatskoj su trenutno aktivne 623 učeničke zadruge. Danas se većinom učeničke zadruge baziraju na proizvodnju proizvoda koji su od velike kulturne baštine npr. ručni rad čipke.

3.3.2. Vježbenička tvrtka

Vježbenička tvrtka jedan je od nastavnih predmeta s kojim se susreću učenici 3. i 4. razreda srednjih strukovnih škola, ekonomskog usmjerenja. U Zagrebu se 2000. godine ovaj predmet pojavljuje u nekim javnim školama u obliku izbornog predmeta. S vremenom se pokazalo uspješnim modelom učenja te se od 2007. godine uveo kao obvezni predmet u svim ekonomskim školama.

Temelj za učenje predmeta Vježbenička tvrtka učenici su stekli u 1. i 2. razredu srednje Ekonomske škole kroz predmet poduzetništvo.

Kroz predmet Vježbenička tvrtka koji nije stvarna organizacija već simulacija poduzeća nastoji se učenike upoznati sa funkcioniranjem poslovnih subjekata.

Glavni cilj ovog predmeta je osposobiti učenike za stvarni poslovni svijet. Teorijski dio učenici prolaze sudjelovanjem u cijelom procesu otvaranja i funkcioniranja tvrtke. Učenici se kroz predmet upoznaju sa 6 cjelina: poslovna ideja, osnivanje vježbeničke tvrtke, zapošljavanje, integralni zadatci vježbeničke tvrtke po odjelima – međusobno poslovanje vježbeničkih tvrtki, sajam vježbeničkih tvrtki i izrada završnih izvještaja vježbeničkih tvrtki (Urh i sur., 2020).

Nastava se održava u učionicama koje su opremeljene poput ureda. Raspoređeni u skupinama do 15 učenika. Razvijena je i mreža vježbeničkih tvrtki putem koje učenici ostvaraju kontakte s ostalim vježbeničkim tvrtkama unutar RH, ali i u inozemstvu. Središnji ured vježbeničkih tvrtki (SUVT) simulira učenicima usluge koje u sklopu predmeta ne mogu odraditi, npr. bankovne poslove (međunarodni platni promet), smotre, sajmove i upravu (mirovinsko i zdravstveno osiguranje).

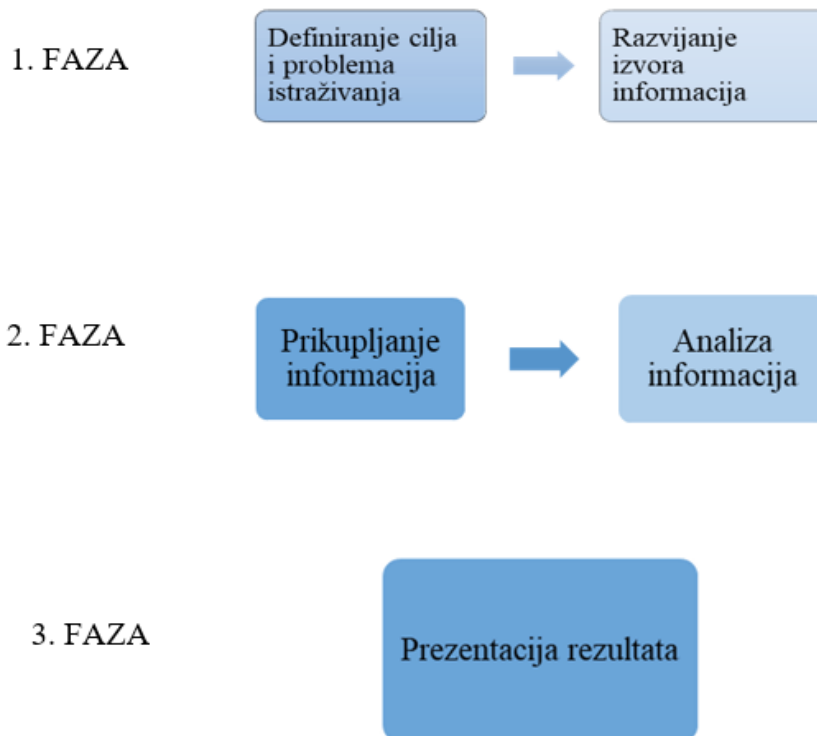
Kroz predmet Vježbenička tvrtka mladi ekonomisti razvijaju vještine i potrebno znanje tj. stječu kompetencije vrlo važne za kasnije zapošljavanje.

4. ISTRAŽIVANJE SPREMNOSTI SREDNJOŠKOLACA NA UKLJUČIVANJE U PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI

4.1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja

Prema Maričiću i sur. (2008) tri su faze istraživanja. Istraživanje spremnosti srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo organizirano je kao proces koji se sastoji od nekoliko faza. Shematski prikaz istraživanja prikazan je na slici 1.

Slika 1. Prikaz faza istraživanja tržišta



Izvor: prilagođeno prema: Maričić, S., Ikonić, M., i Mikac, T. (2008)., Marketinška istraživanja u funkciji razvoja proizvoda, Engineering Review, 28(2), str. 55-63. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/30618> (Datum pristupa: 23.06.2021.)

Sukladno tome, problemi istraživanja glase:

- Koja su obilježja ciljne skupine?
- Postoji li interes kod učenika da jednog dana postanu poduzetnici?
- Koliko su učenici zadovoljni stečenim znanjem u Ekonomskoj školi?
- Postoji li interes od strane učenika za rad u sklopu stvarne tvrtke unutar svoje škole?
- Imaju li učenici iskustva u obiteljskom poduzetništvu?
- Kakvog su učenici stajališta u pogledu ekonomske situacije u Hrvatskoj?

Nakon što se definira problem, sljedeći korak je odrediti ciljeve istraživanja. U skladu s time, ciljevi istraživanja spremnosti srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo su sljedeći:

- Utvrditi obilježja ciljne skupine
- Ispitati imaju li učenici namjeru jednog dana postati poduzetnici
- Utvrditi jesu li učenici zadovoljni stečenim znanjem u Ekonomskoj školi te jesu li zainteresirani za rad u sklopu stvarne tvrtke unutar svoje škole
- Ispitati imaju li učenici iskustva u obiteljskom poduzetništvu te kako ocjenjuju to iskustvo
- Utvrditi kakvog su učenici stajališta u pogledu ekonomske situacije u Hrvatskoj

4.2. Metodologija istraživanja

Prema Vranešiću (2014) tri su vrste istraživanja: izviđajno istraživanje, opisno istraživanje te uzročno-posljedično istraživanje. Za potrebe ovog rada odabrano je opisno istraživanje, a osnovni instrument istraživanja bio je strukturirani anketni upitnik. Budući da rad istražuje spremnost srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo, podaci su prikupljeni od srednjoškolaca ekonomskog usmjerenja.

Anketni upitnik prilagođen je za potrebe diplomskog rada te su pitanja pripremljena prema ljestvicama koje su korištene u sljedećim radovima: Širola, D., i Baltić, L. (2018), Klepić, I., Klepić Z. (2020), Đurđević, H. (2018), Kurniawan i sur. (2019).

Anketni upitnik sastoji se od 23 pitanja zatvorenog tipa. Podijeljen je u pet dijelova, prvi dio upitnika sadrži opća pitanja o spolu i razredu, u drugom dijelu želi se saznati imaju li učenici namjeru jednog dana postati poduzetnici, treći dio anketnog upitnika sadrži pitanja vezana uz Ekonomsku školu koju pohađaju učenici, u četvrtom dijelu želi se ispitati imaju li učenici iskustva u obiteljskom poduzetništvu te ocijenjuju li to iskustvo kao pozitivno ili negativno. Posljednja pitanja vezana su uz gospodasko stanje Hrvatske.

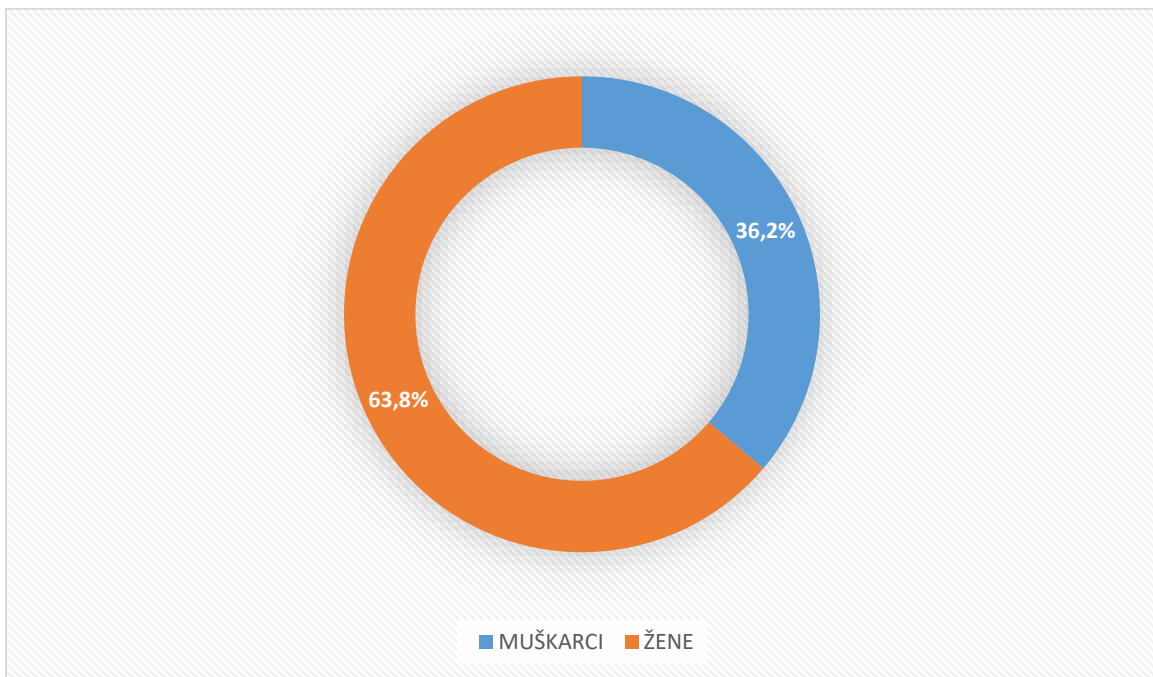
Anketa je bila provedena online u suradnji s Ekonomskom školom Šibenik prvenstveno radi niskih troškova koje Internet omogućuje. Anketa je napravljena pomoću Google obrasca koji omogućuje brzo prikupljanje i obradu podataka. S druge strane, jedan od razloga upotrebe Google obrasca je da se olakša učenicima jer se tijekom svog školovanja susreću s takvim načinom istraživanja. Istraživanje je provedeno tijekom svibnja 2021. godine. Primjerak anketnog upitnika koji je korišten za ovo istraživanje nalazi se na kraju diplomskog rada kao Prilog 1.

Za potrebe ovog istraživanja ispitani su učenici prvog, trećeg i četvrtog razreda koji čine uzorak populacije. S obzirom da je istraživanje bilo dobrovoljno te su ispitani dostupni pojedinci, takav oblik uzorka svrstava se u prigodne uzorke.

Podaci su prikupljeni kroz jednokratno opisno istraživanje na uzorku od 127 ispitanika. Od 127 ispitanika koji su ispunili anketu, od toga 63,8% je ženskih ispitanika i 36,2% muških ispitanika. S obzirom na razred koji pohađaju ispitanici, najveću skupinu čine ispitanici

četvrtog razreda, njih 56 (44,1%), 45 ispitanika je trećeg razreda (35,4%) te njih 26 iz jednog odabranog prvog razreda koji čini 20,5% ispitanika. Struktura ispitanika prema spolu i razredu prikazana je na grafikonima 1. i 2.

Grafikon 1. Struktura uzorka prema spolu ispitanika



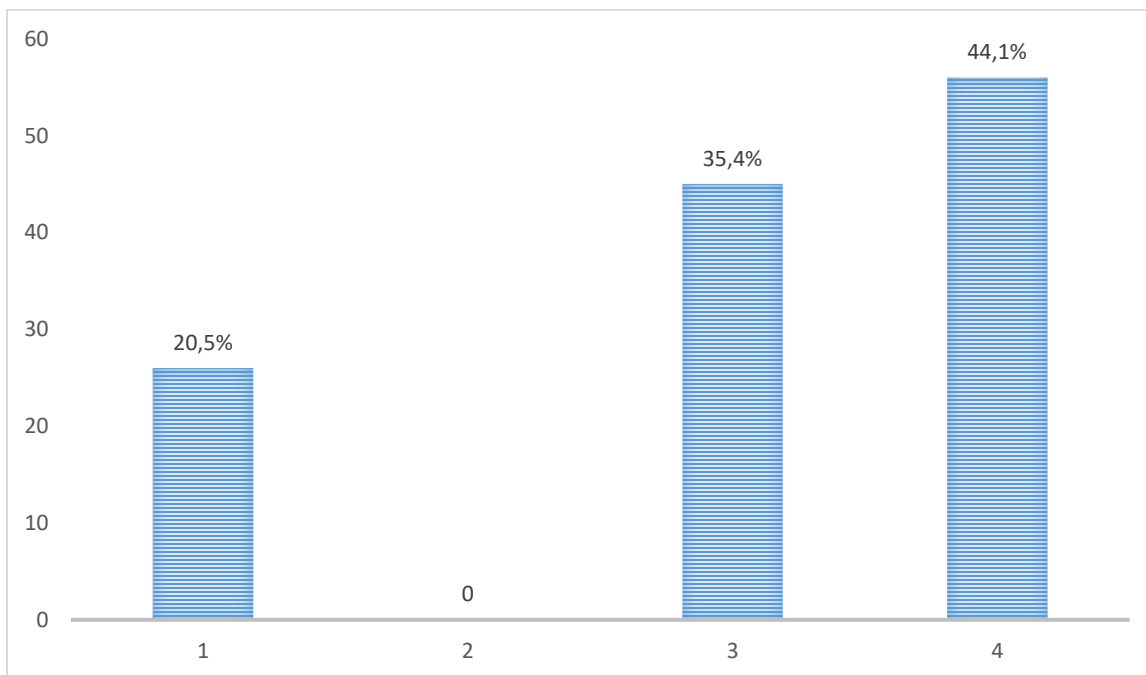
Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Sve veći broj žena pokazuje interes za poduzetništvom, iako se žene i dalje u manjini. Na temelju provedenog istraživanja iz 2015. god. Hrvatska je svrstana u grupu zemalja koje su povoljne za razvoj ženskog poduzetništva. 79% poduzetnica u RH su solo poduzetnice, 21% zapošljava dodatne radnike. Žene u većini (94%) osnivaju mala poduzeća s do 10 zaposlenih radnika (Zirdum i Cvitanović, 2017).

Program državnih programa i kreditiranja žena u RH raste.

Većina autora smatra da dob i spol osobe nisu značajno povezani sa sklonošću prema poduzetništvu.

Grafikon 2. Struktura uzorka prema razredu ispitanika

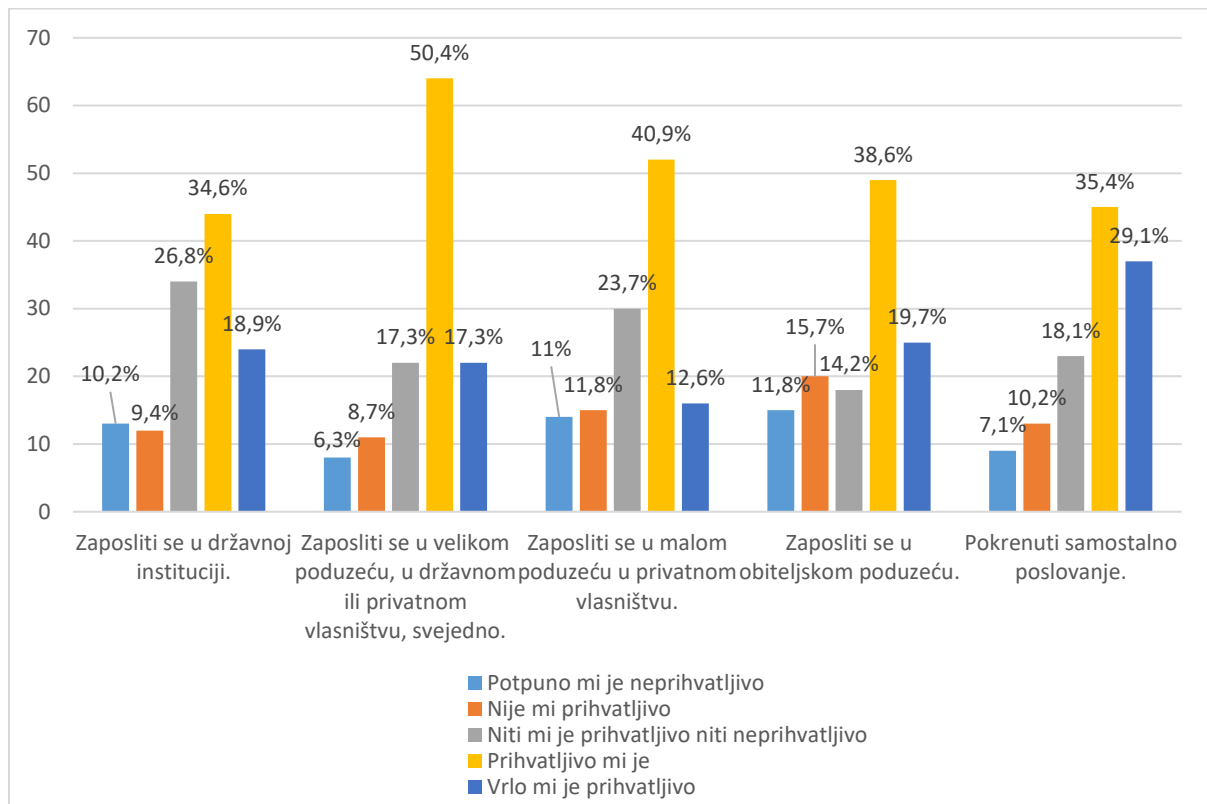


Izvor: Rezultati istraživanja autorice

4.3. Rezultati istraživanja

U nastavku su opisno i grafički prikazani rezultati provedenog istraživanja Istraživanje je obuhvatilo 127 sudionika.

Grafikon 3. Mogućnosti zapošljavanja ispitanika nakon završetka obrazovanja

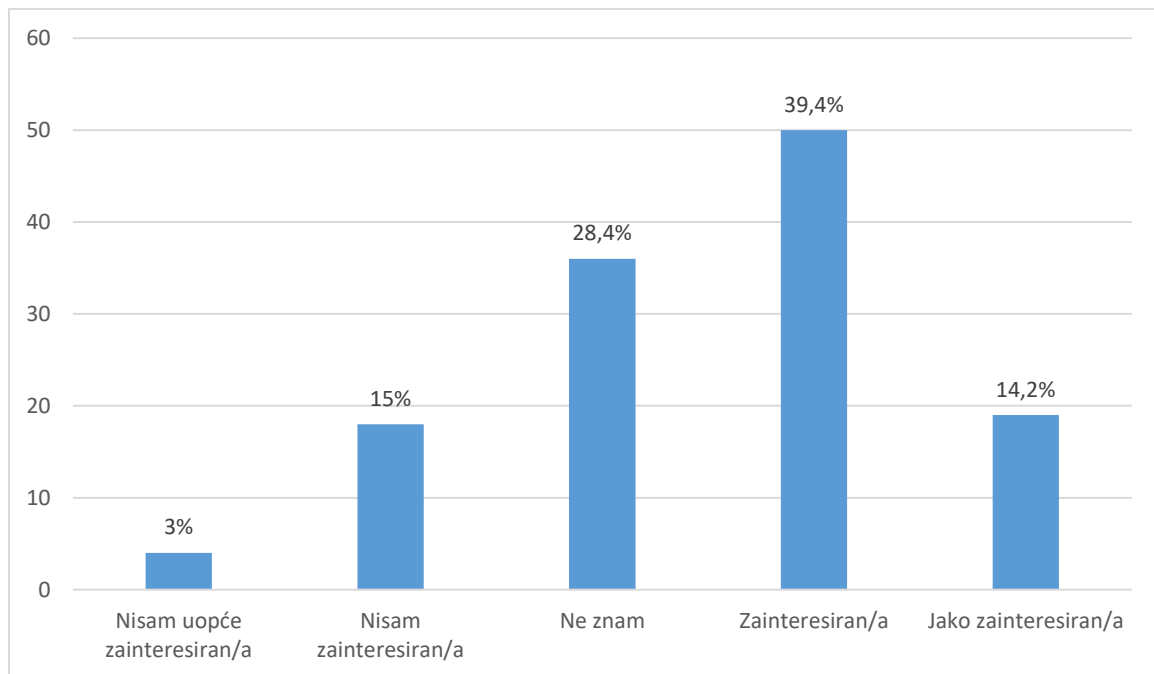


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Iz grafikona 3. može se vidjeti da je učenicima prihvatljivo nakon završetka obrazovanja pokrenuti samostalno poslovanje, 82 od 127 ispitanika složilo se s navedenom tvrdnjom. Osim što velik broj ispitanika namjerava nakon završetka svog obrazovanja pokrenuti

samostalno poslovanje, vidljiva je i njihova neodlučnost što proizlazi iz činjenice da je većini svejedno hoće li se zaposliti u velikom poduzeću, u državnom ili privatnom vlasništvu.

Grafikon 4. Namjera ispitanika da postanu poduzetnici

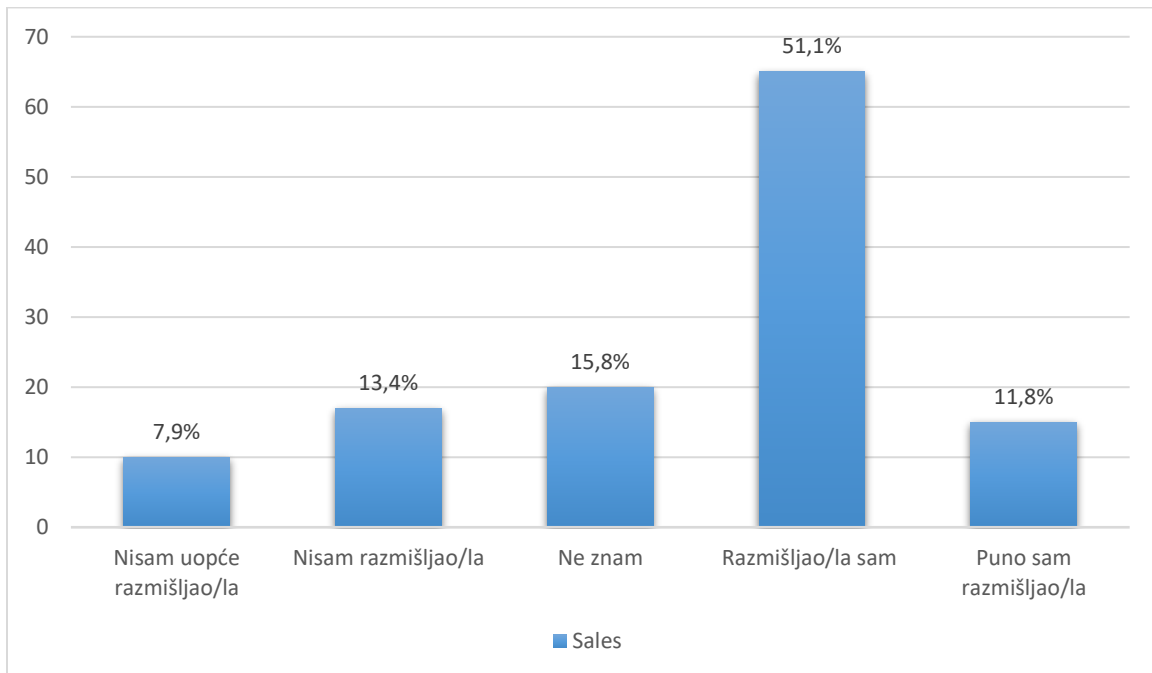


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Više od polovice ispitanika pokazuje interes da jednog dana postanu poduzetnici, njih 69 (53,6%), 22 (18%) ispitanika nije zainteresirano, dok njih 36 (28%) od 127 ne zna hoće li jednog dana biti poduzetnik/poduzetnica.

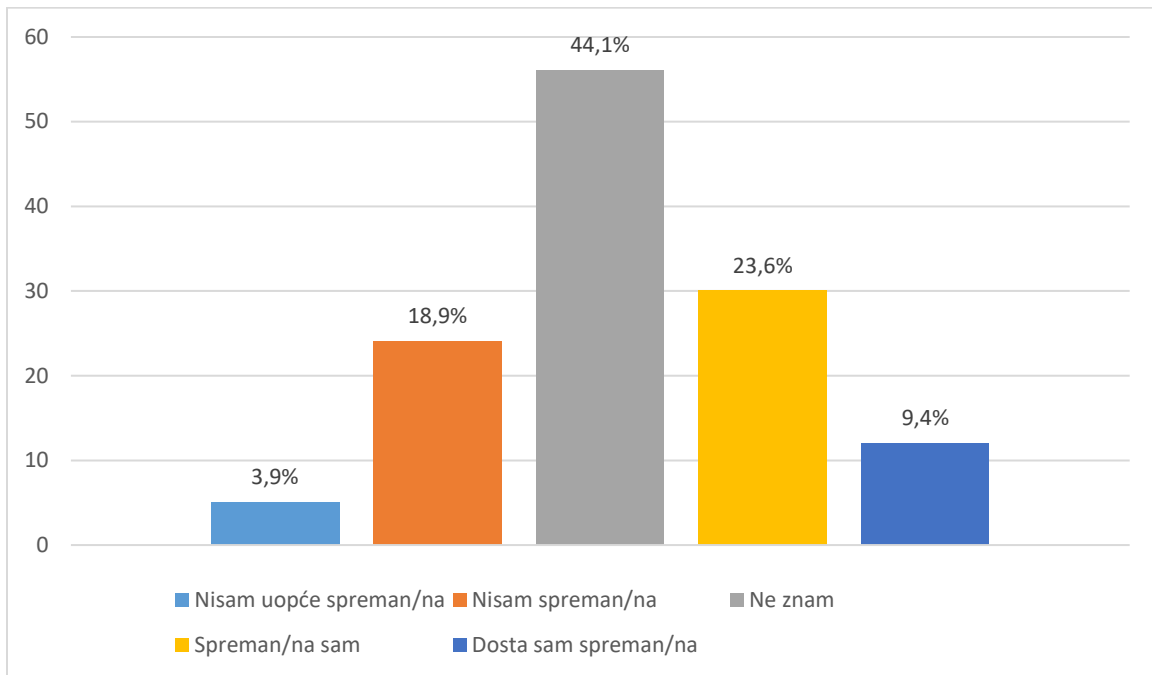
Također, iz grafikona 5. vidljivo je da je većina ispitanika razmišljala da jednog dana postanu poduzetnici (62,9%), neki od ispitanika nemaju izraženo mišljenje (15,8%), a ostatak ispitanika (21,3%) nije razmišljalo o navedenom.

Grafikon 5. Mišljenje ispitanika o ulasku u poduzetnički svijet



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

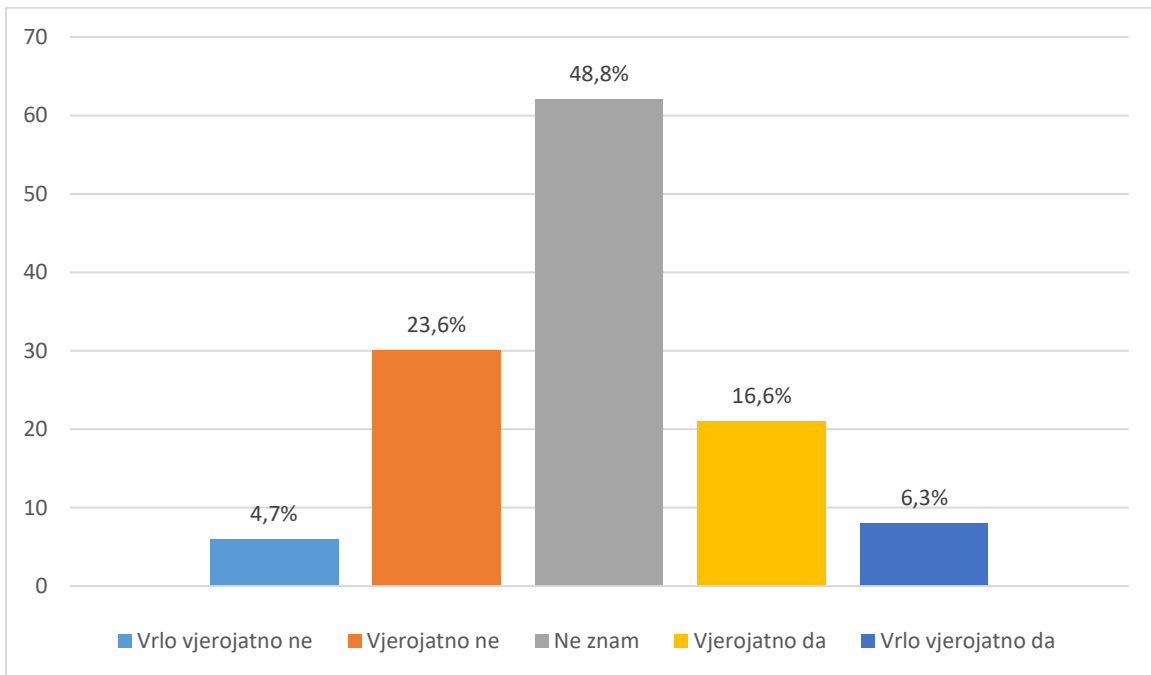
Grafikon 6. Spremnost ispitanika da postanu poduzetnici



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Po pitanju spremnosti postati poduzetnikom, 24 od 127 ispitanika smatra da nisu spremni, 5 smatra da nisu uopće spremni, 56 ne zna jesu li spremni, ostali se smatraju spremnima. Može se zaključiti da se ispitanici trenutno ne osjećaju dovoljno spremim za posao poduzetnika, ali treba uzeti u obzir da 26 od 127 ispitanika pohađa prvi razred te da oni još nemaju dovoljno znanja o poduzetništvu.

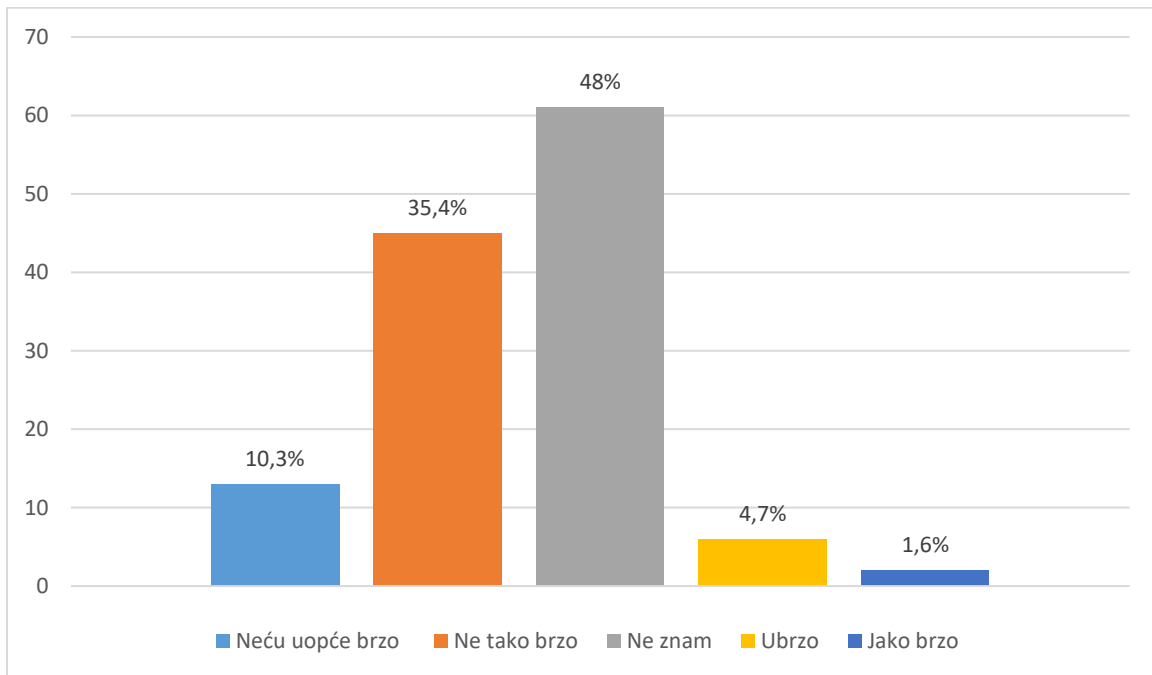
Grafikon 7. Vjerojatnost ispitanika da postanu poduzetnici



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Na pitanje: „Koliko je izgledno da ćete postati poduzetnik/poduzetnica?“ nešto manje od polovice ispitanika odgovorilo je da ne zna, 16,6% odgovorilo je vjerojatno da, 6,3% ispitanika čak vrlo vjerojatno da, dok njih 28,3% smatra da neće postati poduzetnikom.

Grafikon 8. Vremenski interval potreban za ulazak u poduzetnički svijet

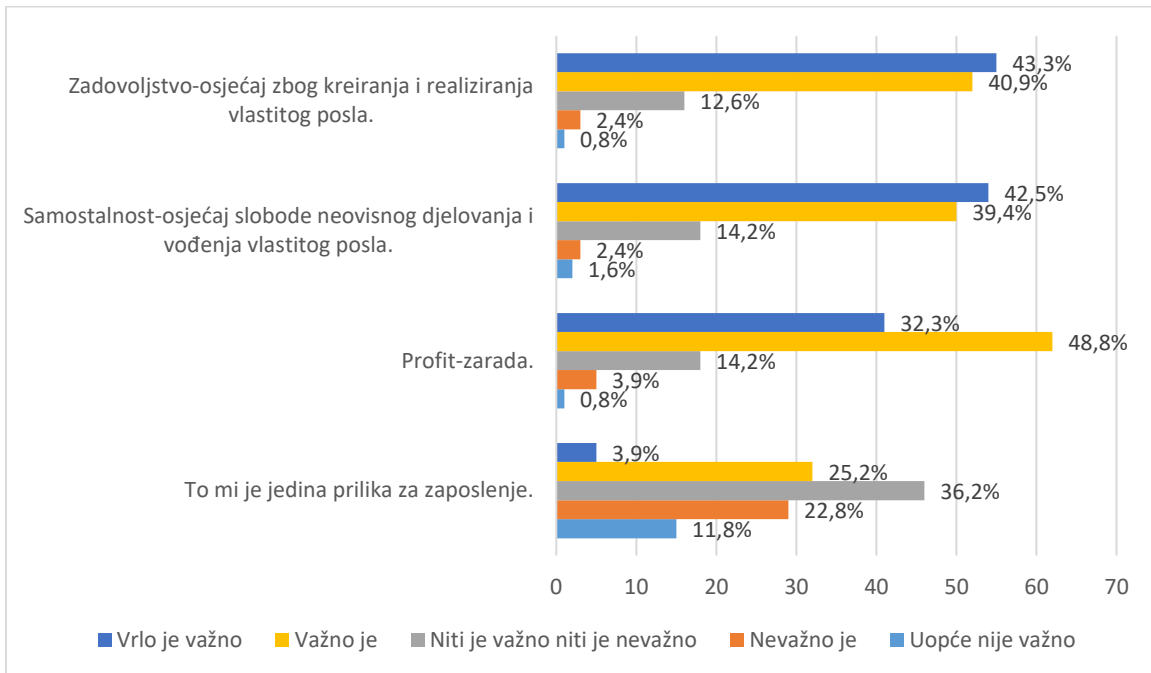


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Na temelju grafikona 8. vidljivo je da je najčešći odgovor ne znam postavljen na pitanje: „Kada ćete postati poduzetnik/poduzetnica?“ Ovi odgovori potvrdili su konstatacije kod ispitanika koji se ne osjećaju spremnim postati poduzetnicima.

Također, može se pretpostaviti da neki od ispitanika namjeravaju upisati fakultet nakon srednje škole čime je iskazan njihov neodlučan stav te je to jedan od razloga zbog kojeg ne znaju hoće li ubrzo postati poduzetnici.

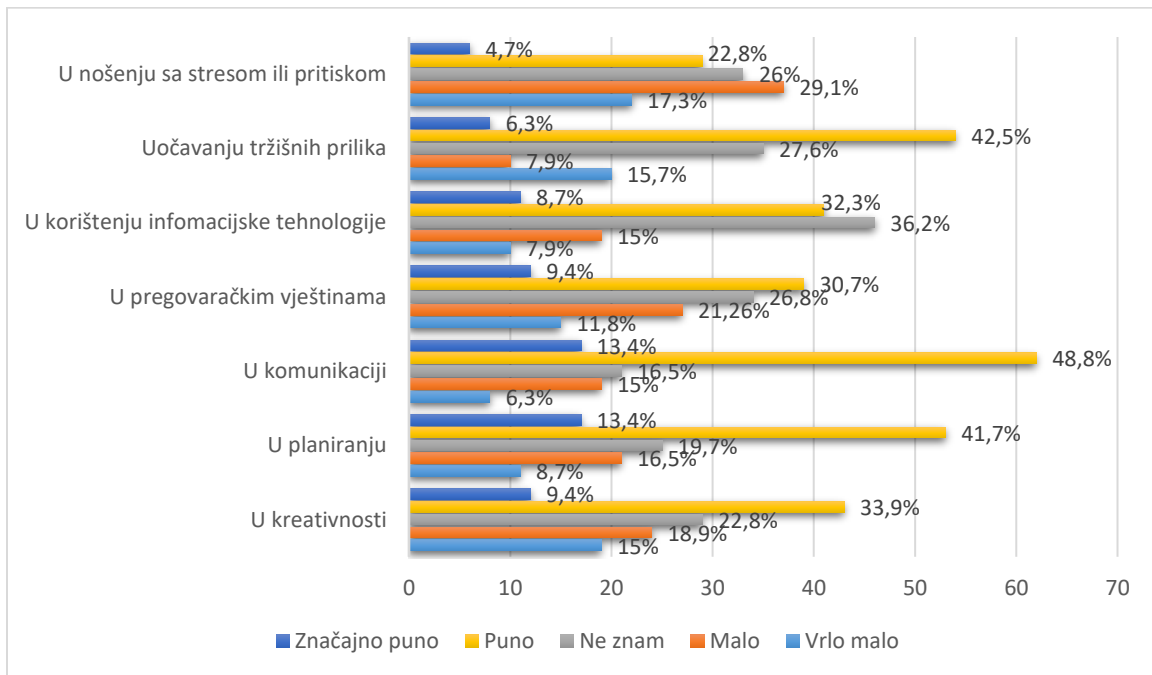
Grafikon 9. Motiv kod ispitanika zbog kojeg bi pokrenuli vlastiti posao i postali poduzetnici



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Kod većine ispitanika vidljivo je da im je jedan od najvažnijih motiva zbog kojeg bi pokrenuli vlastiti posao profit odnosno zarada. Također vrlo im je važan i osjećaj slobode neovisnog djelovanja i vođenja vlastitog posla te osjećaj zadovoljstva. Može se zaključiti da su učenici zainteresirani za pokretanje vlastitog posla.

Grafikon 10. Doprinos Ekonomske škole u razvoju navedenih pojmova kod ispitanika



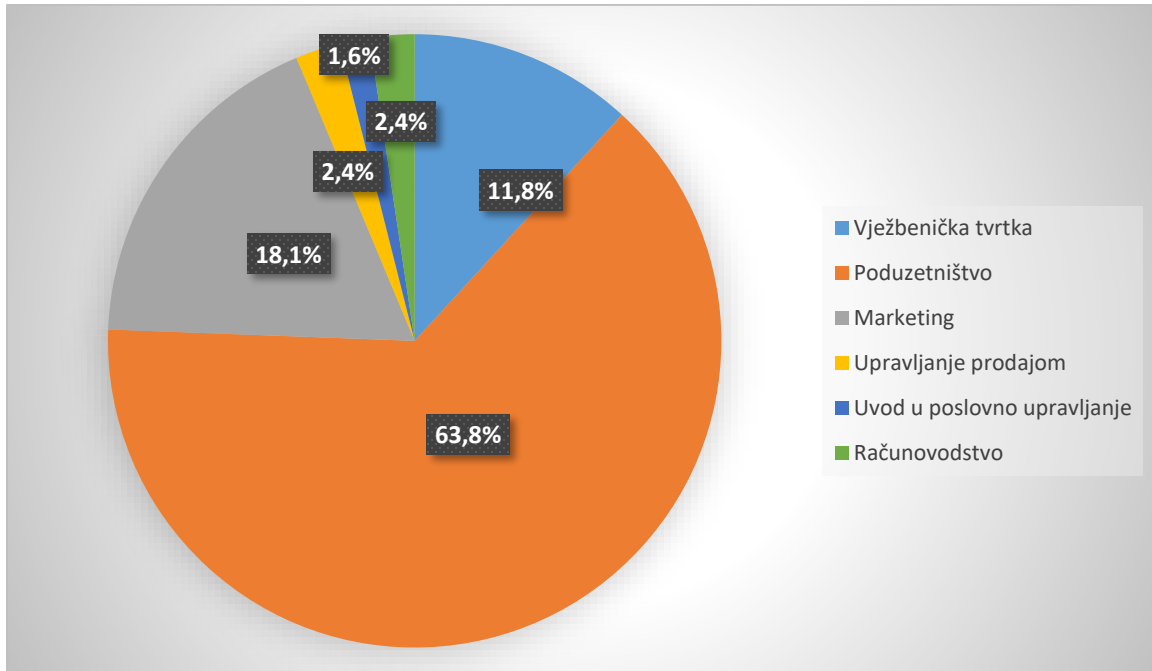
Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Većina učenika smatra da im je Ekonomska škola Šibenik najviše doprinijela u razvoju komunikacijskih vještina, 62 ispitanika potvrđuje navedenu tvrdnju. Također, smatraju da im je uvelike olakšala u uočavanju tržišnih prilika te u planiranju i kreativnosti.

S druge strane, smatraju da im nije uvelike doprinijela u razvoju pregovaračkih vještina te u nošenju sa stresom i pritiskom.

Svakako je bitno za naglasiti da se učenici ekonomskih škola već od prvog razreda susreću s predmetima poput Poslovnih komunikacija i Informatike koji im pružaju mogućnost razvoja navedenih pojmova iz grafikona.

Grafikon 11. Predmet na kojem su ispitanici najviše saznali o poduzetništvu



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Širok je spektar predmeta usko povezanih sa poduzetništvom kojima se srednjoškolcima ekonomskog usmjerenja omogućuju nova saznanja o poduzetništvu.

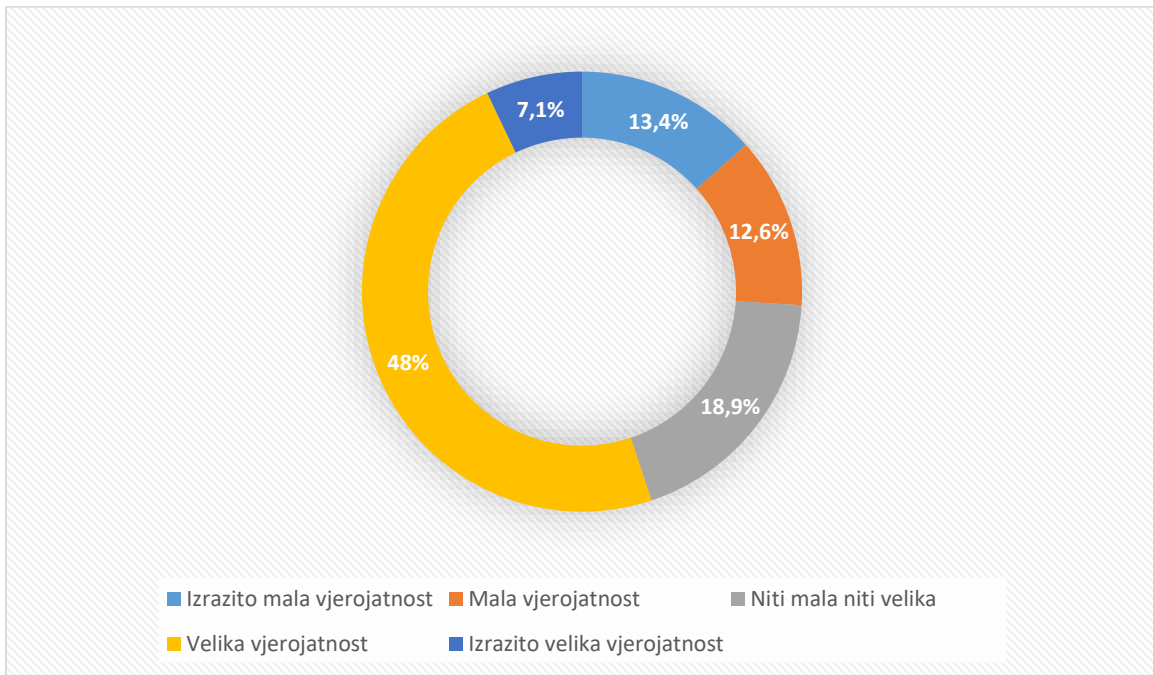
Neki od tih predmeta su: Vježbenička tvrtka, Poduzetništvo, Marketing, Upravljanje prodajom, Uvod u poslovno upravljanje i Računovodstvo.

Na temelju grafikona 11. vidi se da su učenici najviše saznali o poduzetništvu iz istoimenog predmeta, njih 81.

S druge strane, 23 učenika mišljenja je kako su najviše saznali iz predmeta Marketing, a njih 15 iz predmeta Vježbenička tvrtka.

U konačnici srednjoškolsko obrazovanje je veoma bitno i tijekom tog razdoblja većina se učenika odlučuje hoće li se nakon završetka srednje škole zaposliti ili nastaviti svoje obrazovanje na fakultetu. Iz tog razloga važno je ulagati u obrazovni sustav.

Grafikon 12. Zainteresiranost ispitanika za uključivanje u poslovanje stvarne tvrtke unutar škole



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

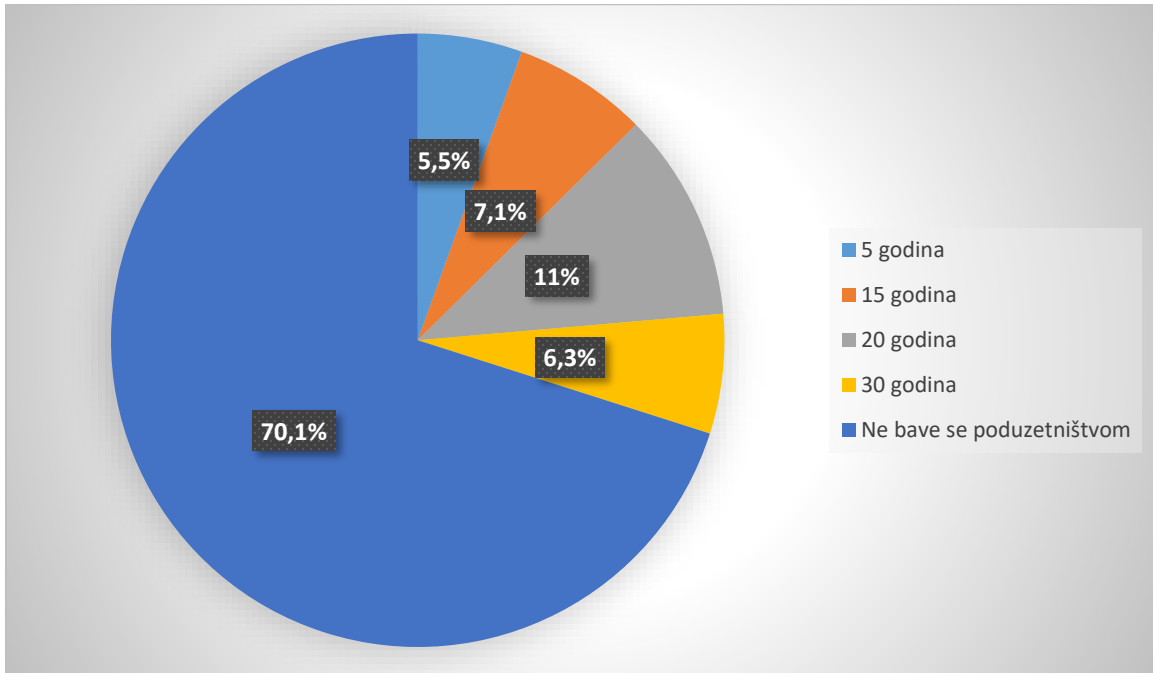
Ekonomska škola Šibenik planira osnovati stvarnu tvrtku unutar škole koja će kroz predmet Vježbenička tvrtka naučiti učenike da poduzetnicima početnicima izrađuju npr. poslovne planove, vode jednostavno knjigovodstvo, izrađuju promotivne materijale. Učenici bi za sudjelovanje ostvarili određenu novčanu naknadu.

Iz grafikona 12. vidljivo je da je 48% ispitanika zainteresirano.

Ovi rezultati mogu olakšati srednjoj školi u planiranju osnivanja stvarne tvrtke jer zainteresiranost među učenicima postoji.

Postavlja se pitanje imaju li roditelji i bliža okolina utjecaj na učenikovo buduće uključivanje u poduzetništvo.

Grafikon 13. Imaju li roditelji ispitanika vlastito poduzeće?

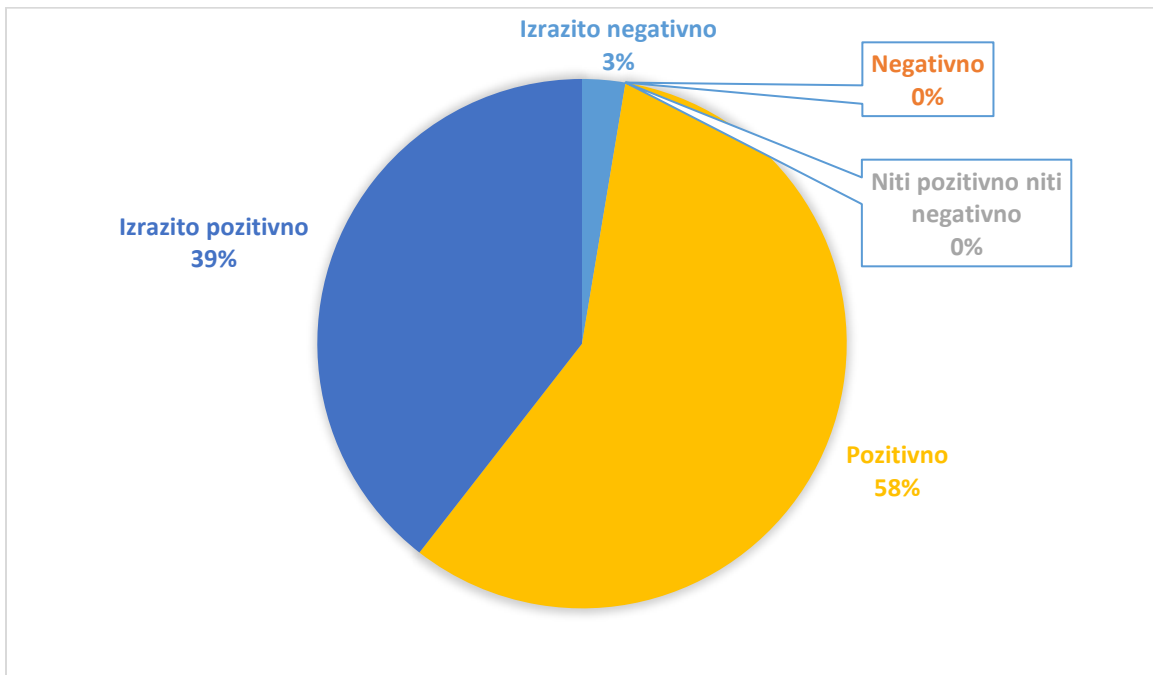


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

38 od 127 ispitanika navelo je kako njihovi roditelji imaju vlastito poduzeće. Od tih 38 ispitanika, kod njih 7 roditelji imaju svoje poduzeće 5 godina, kod njih 9 imaju poduzeće 15 godina, a kod 14 ispitanika 20 godina te kod njih 8 30 godina imaju svoje vlastito poduzeće.

Ispitanici koji su odgovorili da se njihovi roditelji ne bave poduzetništvom, a to je 89 ispitanika, na određen broj pitanja u nastavku nisu imali mogućnost odgovora.

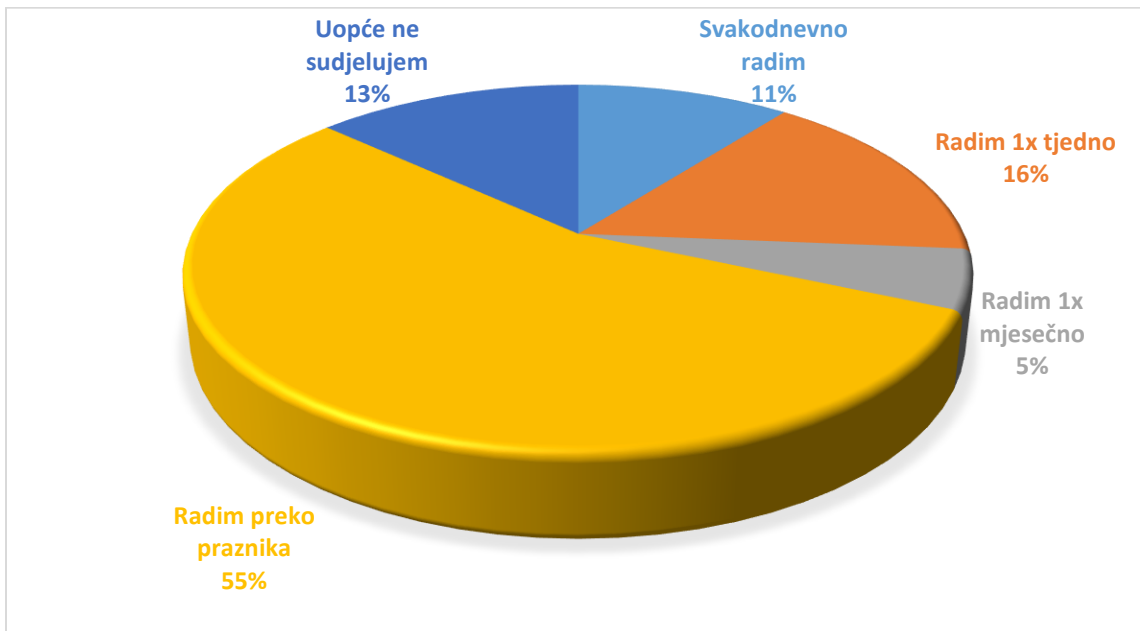
Grafikon 14. Procjena iskustva ispitanikovih roditelja poslovanjem obiteljskog poduzeća



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Od 38 ispitanika samo je jedan ispitanik procjenio izrazito negativno iskustvo s poslovanjem obiteljskog poduzeća. 15 ispitanika ocjenjuje njihovo iskustvo kao izrazito pozitivno, a 22 kao pozitivno.

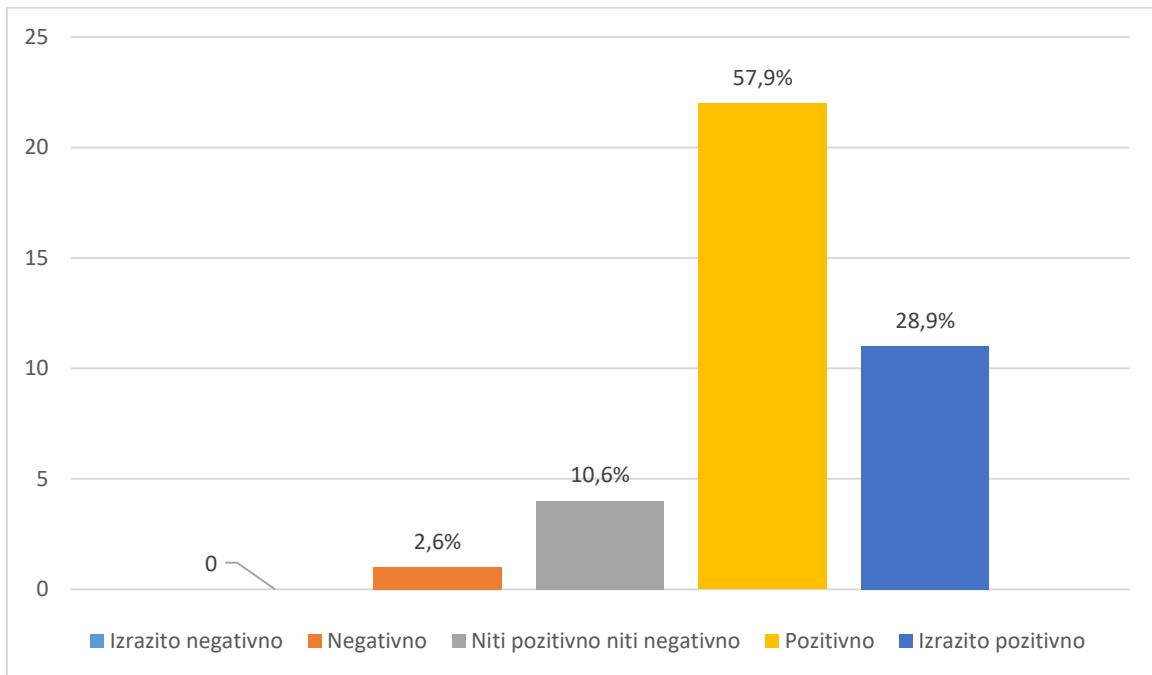
Grafikon 15. Uključenost ispitanika za rad u obiteljskom poduzeću



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Na pitanje: “Jeste li Vi osobno uključeni u rad u obiteljskom poduzeću?” njih 21 odgovorilo je da rade samo preko praznika, njih 5 uopće ne sudjeluje u obiteljskom poduzeću, jednom mjesečno u obiteljskom poduzeću radi dvoje ispitanika, jednom tjedno njih šest, dok njih četvero čak svaki dan.

Grafikon 16. Iskustvo ispitanika radom u obiteljskom poduzeću



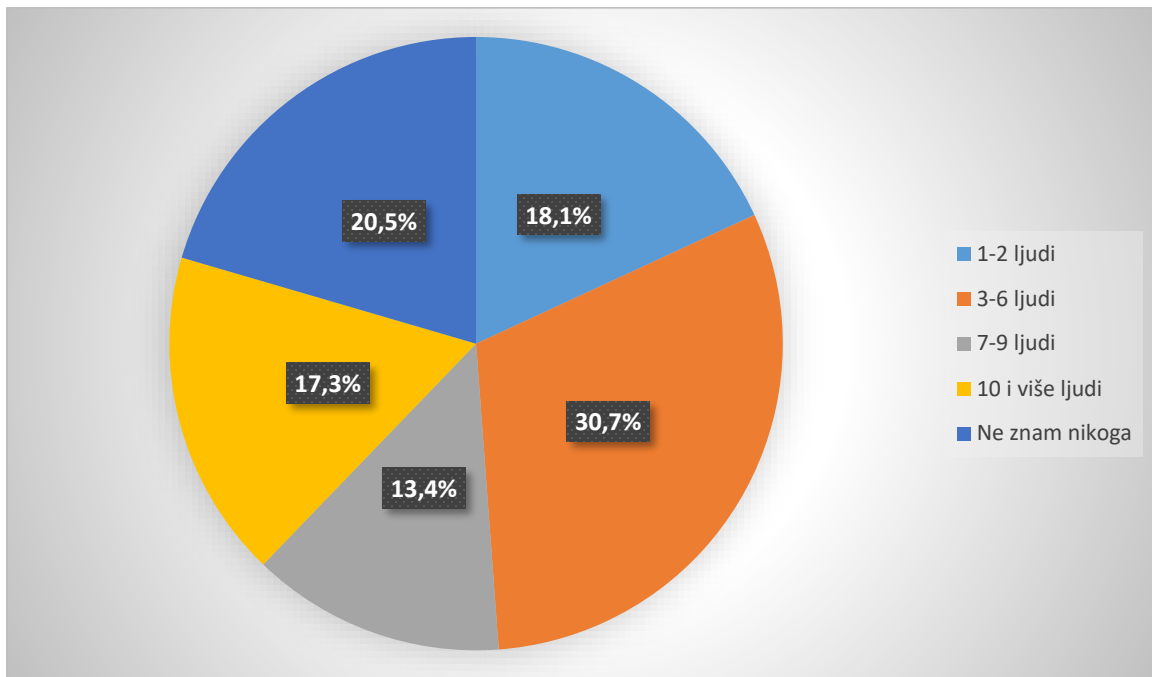
Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Može se zaključiti da je većina ispitanika koji su jednom radili ili rade u obiteljskom poduzeću ocjenjuju to iskustvo kao pozitivno.

Jedan od 38 ispitanika ocijenio je to iskustvo kao negativno.

Može se pretpostaviti da će većina učenika kojima roditeljima imaju obiteljsko poduzeće nastaviti tamo raditi.

Grafikon 17. Procjena poznanstva poznanika uključenih u privatno poduzetništvo

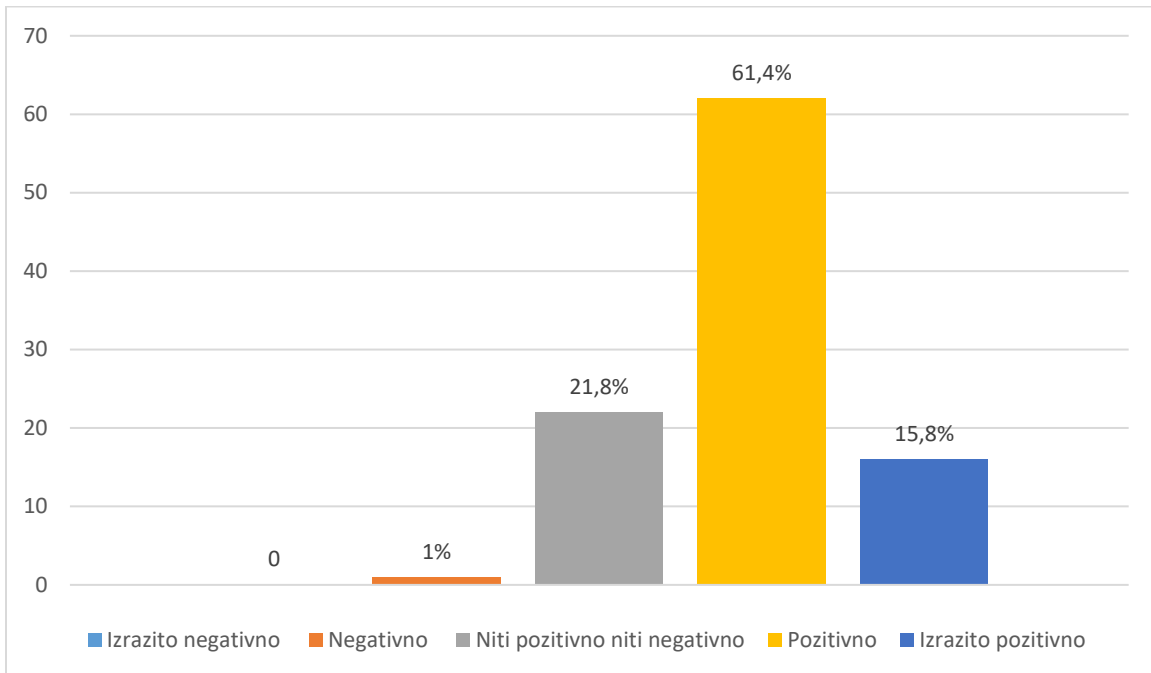


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Na pitanje: „Koliko poznanika, prijatelja, susjeda poznajete koji se bave privatnim poduzetništvom?“ 20% ispitanika je odgovorilo da ne zna nikoga te su automatski prebačeni na sljedeći odjeljak. U prosjeku najčešći odgovor je bio da ispitanici poznaju 3-6 ljudi koji su uključeni u privatno poduzetništvo.

Nastavno na ovo pitanje, slijedi grafikon 18.

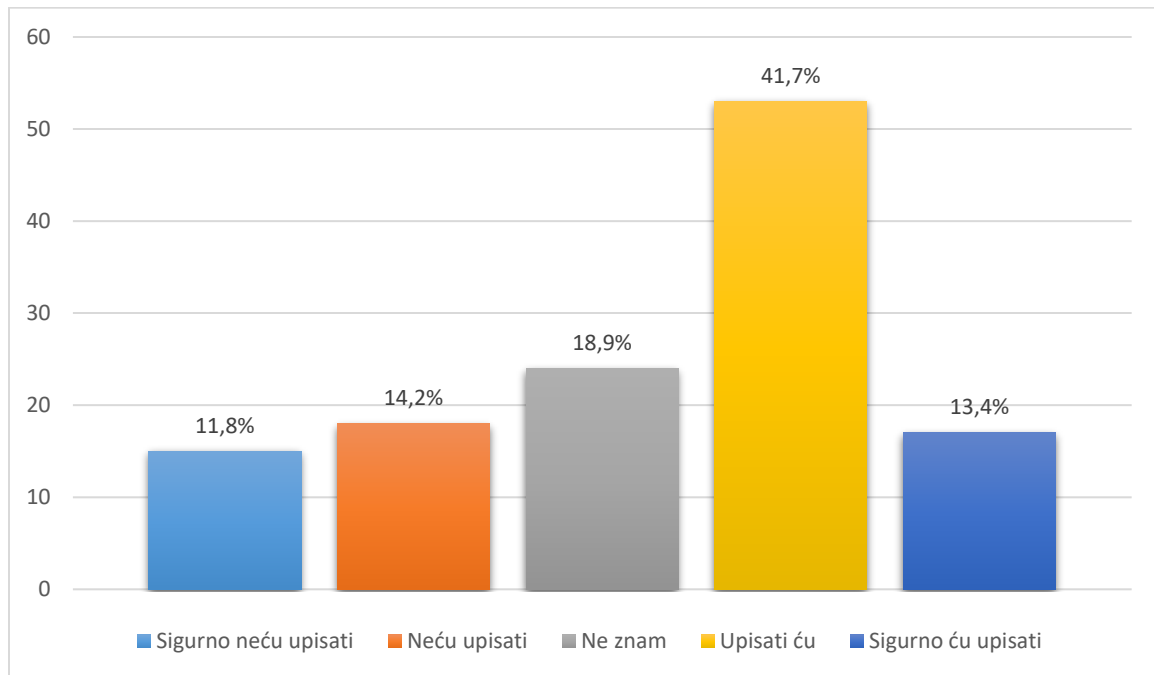
Grafikon 18. Procjena iskustva poslovanja u privatnom poduzetništvu ispitanikovih poznanika



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Iz grafikona 18. vidljivo je da je većina ispitanika procijenila iskustvo poznanika kao pozitivno, ali neki od njih, točnije 22 od 101 ispitanika koji su u prethodnom pitanju označili da poznaju nekog bliskog tko se bavi privatnim poduzetništvom ne zna procijeniti je li njihovo iskustvo pozitivno ili negativno.

Grafikon 19. Zainteresiranost ispitanika za upis na Ekonomski fakultet

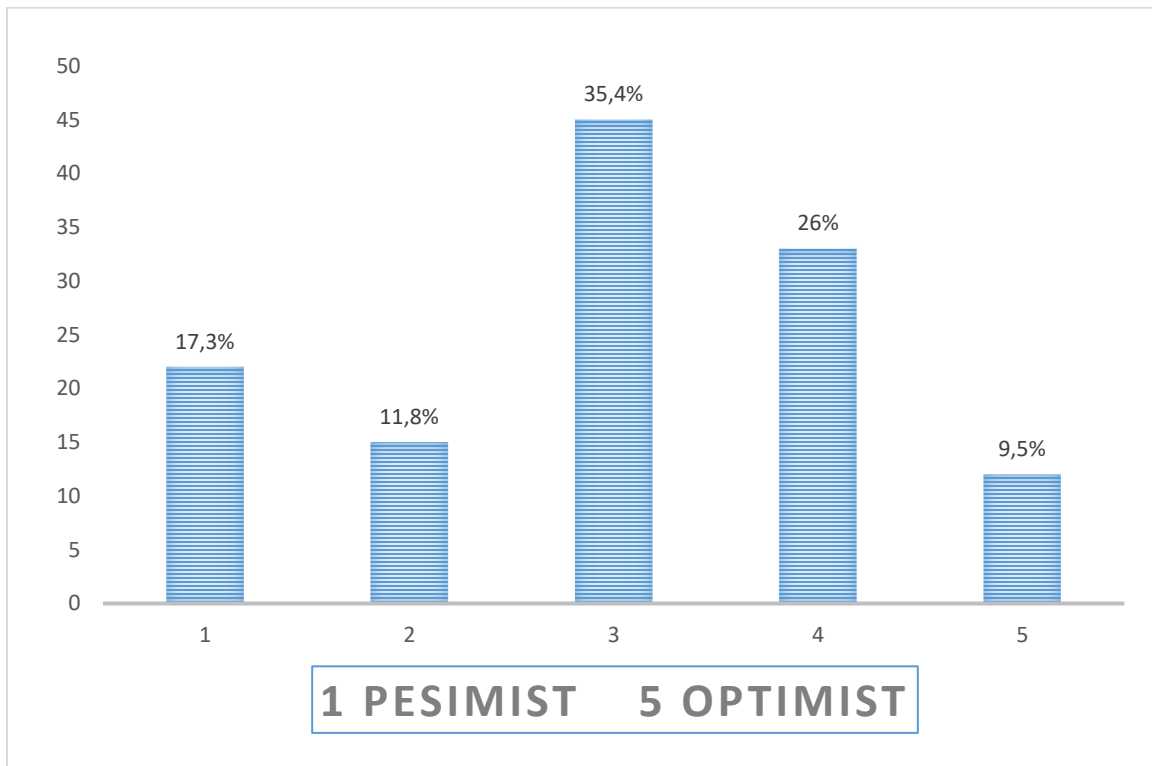


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Većina ispitanika namjerava nakon završetka srednje Ekonomske škole upisati Ekonomski fakultet. Sigurno neće upisati 11,8% ispitanika, 14,2% neće upisati, 18,9% još ne zna hoće li upisati Ekonomski fakultet. Upisati će 41,7% ,a čak 13,4% ispitanika će sigurno upisati.

Poželjno je raditi na stvaranju pozitivnog imidža i poželjnosti profesije među mladima, potaknuti mlade na njihove poduzetničke namjere. Poslovni pothvat koji je motiviran željom da se iskoristi ukazana prilika ima puno veće šanse za uspjeh od pothvata koji je pokrenut iz nužde (Klepica i Klepic, 2020).

Grafikon 20. Stav ispitanika u pogledu ekonomske budućnosti Hrvatske

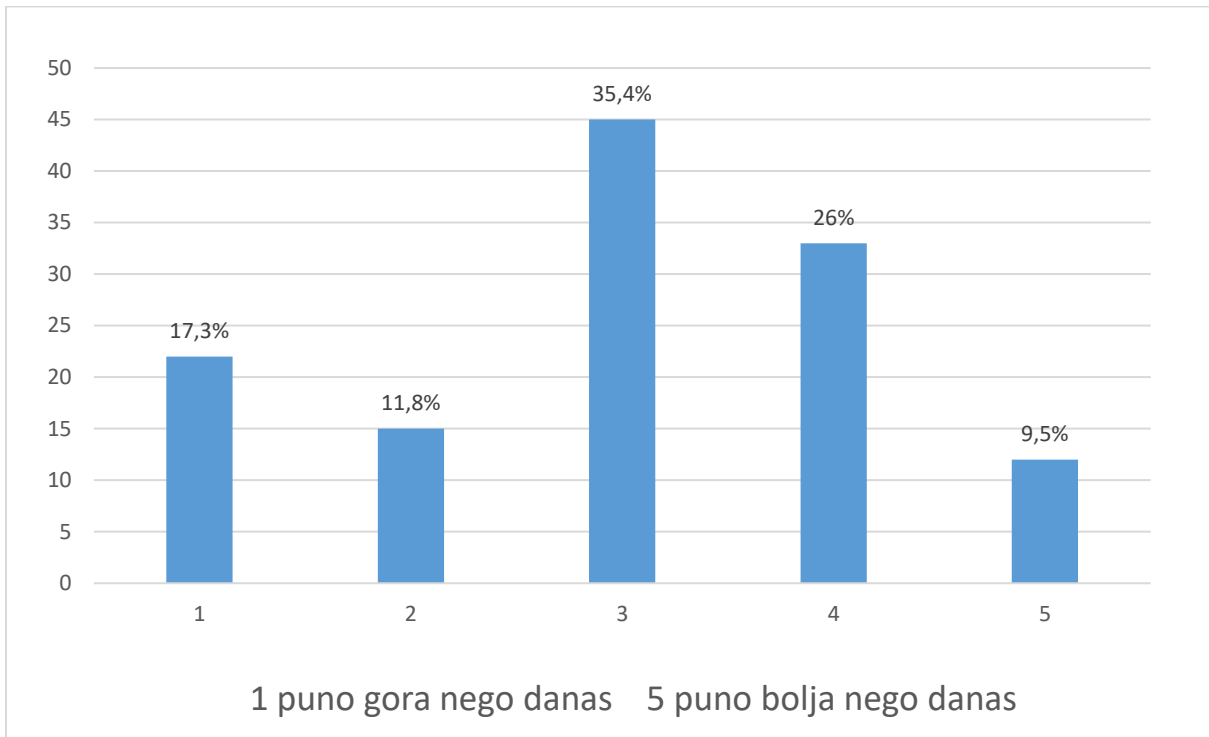


Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Najveći broj ispitanika (35,4%) ima neutralno mišljenje u pogledu ekonomske budućnosti Hrvatske, velik broj je i pesimista, njih čak 22 što čini 17,3% od ukupnih ispitanika. Najoptimističnijih je svega 12 ispitanika.

Kada se pogleda sljedeći grafikon na kojem su na pitanje: “Ekonomska situacija u Hrvatskoj će za 5 godina, prema Vašem mišljenju, biti?” ispitanici dali slične odgovore, može se uočiti da ispitanici nemaju razjašnjen stav o budućoj ekonomskoj situaciji u Hrvatskoj.

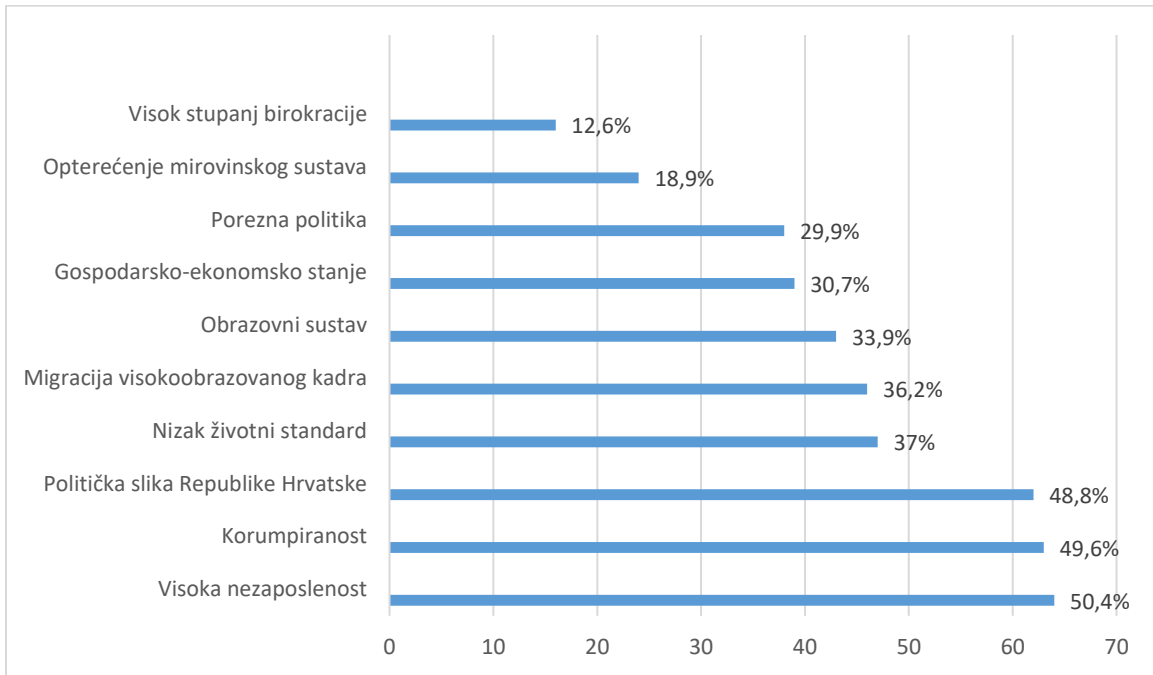
Grafikon 21. Procjena ekonomske situacije u Hrvatskoj za 5 godina prema mišljenju ispitanika



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Rezultati su usporedivi sa istraživanjem poduzetničkih namjera studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu odakle su djelomično i preuzeta pitanja, a dobiveni rezultati gotovo su identični. Po pitanju ekonomske budućnosti Hrvatske najveći broj ispitanika imao je neutralno mišljenje, također najzastupljeniji je neutralni stav studenata o ekonomskoj situaciji u Hrvatskoj za 5 godina (Đurđević, 2018).

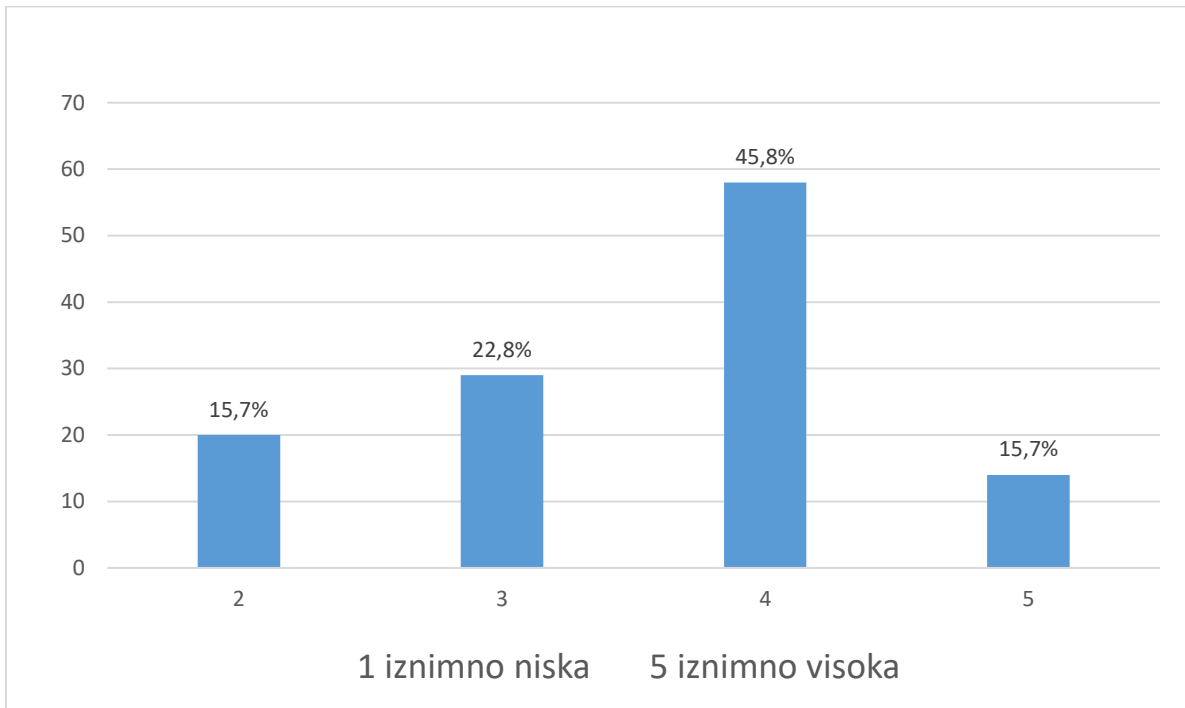
Grafikon 22. Najveće prepreke ekonomskom razvoju Hrvatske



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Kao tri najveće prepreke ekonomskom razvoju Hrvatske ispitanici su izabrali visoku nezaposlenost, korumpiranost i političku sliku Republike Hrvatske. Uspoređivanjem rezultata na istraživanju koje je provedeno na studentima Ekonomskog fakulteta u Splitu (Đurđević, 2018) na isto pitanje ponuđeni su gotovo identični odgovori. Navedene prepreke mogu demotivirati učenike u budućim namjerama uključivanja u poduzetništvo.

Grafikon 23. Uloga Ekonomske škole u budućim namjerama uključivanja u privatno poduzetništvo kod ispitanika



Izvor: Rezultati istraživanja autorice rada

Iz posljednjeg grafikona vidljivo je da ispitanici smatraju kako će im Ekonomska škola u kojoj kroz razne stručne predmete steknu svoje znanje o poduzetništvu jednog dana pomoći prilikom uključivanja u privatno poduzetništvo.

Navedeni rezultati upućuju na zaključak kako oni učenici koji nisu zainteresirani postati poduzetnicima smatraju da je uloga Ekonomske škole u njihovim budućim namjerama uključivanja u privatno poduzetništvo relativno niska.

DISKUSIJA

Rezultati su uspoređeni s istraživanjem provedenim 2018. godine na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Na pitanja o ekonomskoj budućnosti Hrvatske, kao i ekonomskoj situaciji u Hrvatskoj za 5 godina te najvećim preprekama ekonomskom razvoju Hrvatske ispitanici su odgovorili gotovo identično (Đurđević, 2018). Bez obzira na trenutnu lošiju gospodarsku situaciju, vidljiva je zainteresiranost ispitanika za sudjelovanjem u poduzetništvu.

Iz pitanja koja su bila usmjerena na utjecaj obitelji i okruženja ispitanika na njihov stav o poduzetništvu vidljiva je povezanost između poduzetničkog okruženja i pokretanja vlastitog posla. Također, provedenim istraživanjem u Rijeci potvrđeno je da je okruženje tj. da su poduzetnici u obitelji vrlo značajan faktor pri pokretanju vlastitog posla (Širola i Baltić, 2018).

S druge strane, istraživanjem koje je proveo Göksel (2011) došlo se do zaključka da nema značajnog utjecaja između poduzetničke namjere i čimbenika poput spola, dobi, poduzetničke obiteljske pozadine (Kurniawan i sur., 2019).

Istraživanje Ramayaha i sur. (2012) pokazalo je postojanost razlika među ispitanicima koji imaju iskustvo u poduzetništvu (obrazovanje, obitelj...) u usporedbi s onima koji nisu bili u doticaju s poduzetništvom i time potvrdili da prethodno poduzetničko iskustvo ima utjecaj na razvoj poduzetničkih karakteristika, ponašanja i namjera (Kurniawan i sur., 2019).

Na temelju provedenog istraživanja vidljivo je da većina učenika koji imaju u obitelji poduzetnika ili poznanika poduzetnika njihovo iskustvo ocjenjuju kao pozitivno, a to se može povezati s istraživanjem Ramayaha i sur. (2012)

U svojem istraživanju Kurniawan i sur. (2019) ističu dominantne čimbenike motivacije poput inovativnosti, razvoja novih ideja, postizanja visoko zadanih ciljeva, korištenje vještina stečenih na fakultetu te stjecanje prosperitetnog života zbog kojih se ispitanici odlučuju na poduzetnički pothvat.

S druge strane, učenici su naveli profit-zaradu, samostalnost i zadovoljstvo kao glavne motive da pokrenu vlastiti posao i postanu poduzetnici.

Studenti humanističkih znanosti, umjetnosti i psihologije imaju razvijenije poduzetničke karakteristike u odnosu na studente inženjerstva, prirodnih znanosti i medicine. U tome je vidljiv jaz u poduzetničkom obrazovanju u raznim studijskim područjima (Salamzadeh i sur., 2014.)

4.4. Ograničenja istraživanja

Prilikom promatranja rezultata istraživanja uočeno je nekoliko ograničenja. Jedno od ograničenja je uzorak - namjerni prigodni uzorak. Na temelju 127 ispitanika jedne srednje škole ne mogu se donijeti konkretni zaključci koji bi se odnosili za cjelokupni srednjoškolski uzrast.

Također, kao ograničenje može se navesti i mali broj istraživanja o spremnosti srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo u Hrvatskoj, ali i svijetu. Većinom su slična istraživanja provedena na fakultetima te je otežana njihova usporedba.

S druge strane, korisno bi bilo ponoviti ovo istraživanje od strane Ekonomske škole Šibenik svakih nekoliko godina kako bi se uvidjele preferencije srednjoškolaca.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog diplomskog rada bio je istražiti spremnost srednjoškolaca na uključivanje u poduzetništvo, istražiti poduzetničke stavove, sposobnost, spremnost na preuzimanje određenog rizika i poduzetničke namjere u budućnosti.

Na temelju provedene ankete i analize dobivenih podataka, korisno je izdvojiti neke od dobivenih rezultata.

Provedeno istraživanje pokazalo je da su učenici zainteresirani nakon završetka svog obrazovanja pokrenuti samostalno poslovanje odnosno pokazuju interes postati poduzetnici.

S druge strane, vidljivo je da se velik broj ispitanika trenutno ne osjeća spremnim postati poduzetnikom, ali treba uzeti u obzir da ih većina nakon srednje škole namjerava upisati fakultet. Također njihov neutralan stav (ne znam) može se povezati sa (ne)spremnosću na preuzimanje rizika.

Kod većine ispitanika vidljivo je da im je jedan od najvažnijih motiva zbog kojeg bi pokrenuli vlastiti posao profit odnosno zarada.

Kao tri najveće prepreke ekonomskom razvoju Hrvatske ispitanici su izabrali visoku nezaposlenost, korumpiranost i političku sliku Republike Hrvatske.

Navedene prepreke mogu demotivirati učenike u budućim namjerama uključivanja u poduzetništvo.

Zaključuje se da obrazovni sustav i poduzetničko okruženje utječu na sklonost prema poduzetništvu.

Učenici srednje ekonomske škole Šibenik smatraju da im je škola uvelike doprinijela u razvoju komunikacijskih vještina.

Rezultati ovog istraživanja mogu olakšati srednjoj ekonomskoj školi u Šibeniku u planiranju osnivanja stvarne tvrtke unutar škole jer zainteresiranost za poduzetništvom među učenicima postoji.

U konačnici srednjoškolsko obrazovanje je veoma bitno i tijekom tog razdoblja većina se učenika odlučuje hoće li se nakon završetka srednje škole zaposliti ili nastaviti svoje obrazovanje na fakultetu.

Iako je potrebno puno vremena i novaca obrazovnim institucijama, u poduzetništvo je važno ulagati jer se njemu danas sve više pridaje na važnosti. Učenicima je potreban timski rad i praksa, a ne samo teorijski predmeti kako bi mogli razvijati svoje poduzetničke vjetine. Upravo je Vježbenička tvrtka kao predmet u ekonomskim školama odličan primjer takve prakse.

LITERATURA

1. Adriatic Business Centre, ABC - Suvremeni poslovni hub, dostupno na: <https://www.rra-abc.com/>, na dan: 19.04.2021.
2. Agencija za strukovno obrazovanje (2009.), Vježbenička tvrtka – vrata u svijet poduzetništva (priručnik za nastavnike), dostupno na: <https://www.asoo.hr/UserDocsImages/Dokumenti/Vjezbenicka%20tvrtka-web.kon.pdf>, na dan: 03.05.2021.
3. Badrov, T., Crnković-Pozaić, S., Delić, A., Matuš, K., i Oberman Peterka, S. (2007.), Želim biti poduzetnik!, Zagreb: Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva
4. Bernik J., Dorčić-Kereković V., Đurđević S., Tolušić M., Viljetić B. i Vinković Kukolić B. (2019.), Poduzetništvo 1, udžbenik s dodatnim digitalnim sadržajima u 1. razredu srednje strukovne škole za zanimanje ekonomist/ekonomistica, Zagreb, Školska knjiga, str. 23
5. Bračun, S. (2018)., Interest of Zagreb University of Applied Sciences students in entrepreneurial education, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 8(2), str. 191-205. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/213878> (Datum pristupa: 28.06.2021.)
6. Cunningham, J. B. i Lischeron, . J., (1991.), Defining Entrepreneurship, *Journal of Small, Volume 29*, str. 45-61.
7. Čizmadija, I., i Stanković, D. (2011). Poduzetnički inkubatori u edukaciji za poduzetništvo, *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), str. 129-139. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/130096> (Datum pristupa: 13.04.2021.)
8. Čubela, K. (2019.), Studentski poduzetnički inkubatori u Republici Hrvatskoj, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, citirano: 22.06.2021., dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:669566>
9. Drucker, P.F.: *The Effective Executive*, Harper&Row, New York, 1966., str.22.
10. Đurđević, H. (2018). Poduzetničke namjere studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu, Diplomski rad, Master's thesis, University of Split, Faculty of economics Split
11. e – Građani, Poduzetnička infrastruktura, dostupno na: <https://gov.hr/hr/poduzetnicka-infrastruktura/1368>, na dan: 05.05.2021.
12. Entrepreneur Europe, Business Incubator, dostupno na: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-incubator>, na dan: 12.05.2021.

13. Frederick, H., O'connor, A., Kuratko, D. F. (2019.), Entrepreneurship: theory/process/practice, preuzeto s:
https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=wm15DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=entrepreneurship&ots=CZgtKj2MPh&sig=x_hwyNYccbTnsP8PyyhmSB4JgH0&redir_esc=y#v=onepage&q=entrepreneurship&f=false
14. Hisrich R.D., P. Peters, M., Shepherd D.A. (1966), Poduzetništvo, 7.izdanje, Zagreb, Mate, 2011.-XVIII, Biblioteka Gospodarska misao, str. 6-7.
15. Hrvatska gospodarska komora, O projektu indeks DOP-a, dostupno na:
<https://dop.hgk.hr/>, na dan: 03.05.2021.
16. Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva, O zadrugarstvu, dostupno na:
<https://huuz.hr/o-zadrugarstvu/>, na dan: 17.05.2021.
17. Inc, National Business Incubation Association (NBIA), dostupno na:
<https://www.inc.com/encyclopedia/national-business-incubation-association-nbia.html>, na dan: 20.06.2021.
18. Institut za stručno usavršavanje mladih, Projekti, dostupno na:
<http://www.isum.hr/Pocetna/>, na dan: 15.05.2021.
19. Jagodić, L.J., i Seršić, N. (2012.), Učenička zadruga kao model poduzetništva, Učenje za poduzetništvo, 2(1), str. 193-200. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/130189> (Datum pristupa: 28.06.2021.)
20. Kirby, D. A. (2003.), Entrepreneurship, London, McGraw-Hill Education, str.10.-11.
21. Klepic, I. & Klepic, Z. (2020). Intentions And Perceptions Of The Entrepreneurial Career Among Students, Varaždin Development and Entrepreneurship Agency (VADEA)
22. Kolaković, M. i Mikić, M. (2020), Poduzetništvo u 21.stoljeću, Zagreb, Studentski poduzetnički inkubator Sveučilišta u Zagrebu, str. 26-28, 131-132.
23. Kurniawan, M.E.H., Yudoko, G., Basri, M.H. & Umbara, A.N. (2019)., Do entrepreneurship students have an intention to become an entrepreneur?, Journal of Entrepreneurship Education, 22(4): 1-14.
24. Lupić, M., i Bujan, I. (2017.), Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 7(1), str. 63-80. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/183416> (Datum pristupa: 28.06.2021.)

25. Marc J. Dollinger (2008.), *Entrepreneurship - Strategies and Resources* fourth edition, preuzeto s:
<https://campus.globalnxt.edu.my/FileRepository/Community/15710/195940/doc/Textbook.pdf>
26. Maričić, S., Ikonić, M., i Mikac, T. (2008.), *Marketinška istraživanja u funkciji razvoja proizvoda*, *Engineering Review*, 28(2), str. 55-63. Preuzeto s:
<https://hrcak.srce.hr/30618> (Datum pristupa: 23.06.2021.)
27. Ministarstvo financija Republike Hrvatske, *Državne potpore*, dostupno na:
<https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/koncesije-i-drzavne-potpore/drzavne-potpore/455>, na dan: 15.05.2021.
28. Ministarstvo financija Republike Hrvatske, *Godišnje izvješće o državnim potporama za 2018. godinu*, dostupno na:
<https://mfin.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/koncesije-dp/izvjesca//Godisnje%20izvjesce%20o%20drzavnim%20potporama%202018.pdf>, na dan: 04.05.2021.
29. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, *Jedinstveni registar poduzetničke infrastrukture*, dostupno na: <http://reg.mingo.hr/pi/public/#>, na dan: 12.04.2021.
30. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, *Objava dodjeljenih sredstava*, dostupno na: <http://poticaji.mingo.hr/objava.aspx?godina=2020>, na dan: 18.05.2021.
31. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, *Strategija učenja za poduzetništvo 2010. – 2014.*, dostupno na:
https://www.hzz.hr/UserDocsImages/Strategija_ucenja_za_poduzetnistvo_2010-2014.pdf, na dan: 26.05.2021.
32. Mreža studentskih poduzetničkih inkubatora, *Što su studentski poduzetnički inkubatori?*, dostupno na: <https://www.mspi.hr/sto-su-studentski-poduzetnicki-inkubatori/>, na dan: 25.05.2021.
33. Narodne novine, 2020, *Odluka o donošenju Smjernica politike državnih potpora za razdoblje 2021. – 2023.*, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2020_12_148_2903.html, na dan: 03.05.2021.
34. Narodne novine – službeni list Republike Hrvatske, *Pravilnik o stručnom usavršavanju osoba koje obavljaju poslove prostornog uređenja i gradnje*, broj 78/15., 118/18. i 110/19., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_05_55_1100.html, na dan: 15.06.2021.

35. Nikolić, G., i Zorić, D. (2014), Razvoj startup kulture u Hrvatskoj u funkciji razvoja gospodarstva, *Praktični menadžment*, 5(2), str. 98-102. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/135710> (Datum pristupa: 15.04.2021.)
36. Oberman Peterka, S., Anamarija, D., i Perić, J. (2016)., Poduzetničko obrazovanje – put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi, *Praktični menadžment*, 7(1), str. 23-27. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/171159> (Datum pristupa: 28.06.2021.)
37. Ribić, D., Pleša Puljić, N. (2020.), *Osnove poduzetništva*, Vuk, B (ur.), Zagreb, Školska knjiga, str. 17.
38. Salamzadeh, A., Farjadian, A., Amirabadi, M., Modarresi, M. (2014.), Entrepreneurial characteristics: Insights from undergraduate students in Iran, *Int. J. of Entrepreneurship and Small Business*, preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/264823970_Entrepreneurial_characteristics_Insights_from_undergraduate_students_in_Iran
39. Siropolis, N.C. (1995.), *Menadžment malog poduzeća*, Mate, Zagreb, str. 44.
40. Širola, D., i Baltić, L. (2018)., Prihvaćenost poduzetničkog načina razmišljanja kod studenata, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 6(1), str. 197-216. dostupno na: <https://doi.org/10.31784/zvr.6.1.15>, na dan: 15.04.2021.
41. Škorić, A. (1995.), *Uvod u poduzetništvo*, Zagreb, Hita-consulting
42. Škrtić M. i Mikić, M. (2011.), *Poduzetništvo*, Zagreb, Sinergija nakladništvo, str. 2, 34, 73-77.
43. Šošić, H. (1995.), *Poduzetništvo*, Centar za dopisno obrazovanje Birotehnika, Zagreb, Preuzeto iz: Ribić, D., Pleša Puljić, N.(2020.), *Osnove poduzetništva*, Vuk, B (ur.). Zagreb: Školska knjiga
44. Tupek, K.L., i Ćorić, G. (2018)., Utjecaj poduzetničkih inkubatora na generiranje ideja i uspjeh start-up projekata u Hrvatskoj, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 8(1), str. 125-152. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/202733> (Datum pristupa: 15.04.2021.)
45. Urh, B., Frančić-Mikulić, T., Ilkoski B., Tafra, V. (2020.), *Vježbenička tvrtka 3 - udžbenik s dodatnim digitalnim sadržajima u trećem razredu srednje strukovne škole za zanimanje ekonomist/ekonomistica*, Zagreb, Školska knjiga, str. 6.
46. Vidošević, K. (2018)., *Razvoj poduzetničkih inkubatora u Republici Hrvatskoj*, Završni rad, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:119423>, na dan: 16.04.2021.

47. Vrančić, M., i Lovrenčić, S. (2013.), Inovacije u radu učeničkih zadruga : Primjer dobre prakse, Učenje za poduzetništvo, 3(2), str. 46-53. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/130392> (Datum pristupa: 28.06.2021.)
48. Vranešević, T. (2014) Tržišna istraživanja u poslovnom upravljanju. Zagreb: Accent op.cit, str. 105.
49. Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture, Narodne novine br. 93/13., 114/13., 41/14.,57/18. (2018.)
50. Zirdum, G., i Cvitanović, V. (2017.), Prepreke i mogućnosti razvoja ženskog poduzetništva u Republici Hrvatskoj, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 7(2), str. 205-222. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/191725> (Datum pristupa: 28.06.2021.)
51. Your Europe, Erasmus za mlade poduzetnike, dostupno na: https://europa.eu/youreurope/business/running-business/start-ups/erasmus-young-entrepreneurs/index_hr.htm, na dan: 20.06.2021.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Najvažnije prednosti i nedostaci poduzetništva.....	10
Tablica 2. Aktivan broj poduzetničkih potpornih institucija	14
Tablica 3. Broj aktivnih poduzetničkih inkubatora u RH u 2011. i 2021. godini.....	17
Tablica 4. Raspored poduzetničkih zona po županijama.....	20
Tablica 5. Modeli simulacije poduzeća	23

POPIS SLIKA I GRAFIKONA

Slika 1. Prikaz faza istraživanja tržišta	26
Grafikon 1. Struktura uzorka prema spolu ispitanika	29
Grafikon 2. Struktura uzorka prema razredu ispitanika.....	30
Grafikon 3. Mogućnosti zapošljavanja ispitanika nakon završetka obrazovanja	31
Grafikon 4. Namjera ispitanika da postanu poduzetnici	32
Grafikon 5. Mišljenje ispitanika o ulasku u poduzetnički svijet.....	33
Grafikon 6. Spremnost ispitanika da postanu poduzetnici	34
Grafikon 7. Vjerojatnost ispitanika da postanu poduzetnici	35
Grafikon 8. Vremenski interval potreban za ulazak u poduzetnički svijet.....	36
Grafikon 9. Motiv kod ispitanika zbog kojeg bi pokrenuli vlastiti posao i postali poduzetnici	37
Grafikon 10. Doprinos Ekonomske škole u razvoju navedenih pojmova kod ispitanika. 38	
Grafikon 11. Predmet na kojem su ispitanici najviše saznali o poduzetništvu.....	39
Grafikon 12. Zainteresiranost ispitanika za uključivanje u poslovanje stvarne tvrtke unutar škole.....	40
Grafikon 13. Imaju li roditelji ispitanika vlastito poduzeće?.....	41
Grafikon 14. Procjena iskustva ispitanikovih roditelja poslovanjem obiteljskog poduzeća	42
Grafikon 15. Uključenost ispitanika za rad u obiteljskom poduzeću	43

Grafikon 16. Iskustvo ispitanika radom u obiteljskom poduzeću.....	44
Grafikon 17. Procjena poznanstva poznanika uključenih u privatno poduzetništvo	45
Grafikon 18. Procjena iskustva poslovanja u privatnom poduzetništvu ispitanikovih poznanika	46
Grafikon 19. Zainteresiranost ispitanika za upis na Ekonomski fakultet	47
Grafikon 20. Stav ispitanika u pogledu ekonomske budućnosti Hrvatske	48
Grafikon 21. Procjena ekonomske situacije u Hrvatskoj za 5 godina prema mišljenju ispitanika.....	49
Grafikon 22. Najveće prepreke ekonomskom razvoju Hrvatske	50
Grafikon 23. Uloga Ekonomske škole u budućim namjerama uključivanja u privatno poduzetništvo kod ispitanika.....	51

PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik

1.SPOL

- M
- Ž

2.RAZRED

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

3. NAKON ZAVRŠETKA SVOG OBRAZOVANJA ŠTO ŽELITE?

	Vrlo mi je prihvatljivo	Prihvatljivo mi je	Niti mi je prihvatljivo niti neprihvatljivo	Nije mi prihvatljivo	Potpuno mi je neprihvatljivo
Zaposliti se u državnoj instituciji.					
Zaposliti se u velikom poduzeću, u državnom ili privatnom vlasništvu, svejedno.					

Zaposliti se u malom poduzeću u privatnom vlasništvu.					
Zaposliti se u obiteljskom poduzeću.					
Pokrenuti samostalno poslovanje.					

4., 5., 6., 7., 8. RAZMISLITE O SVOJOJ NAMJERI DA POSTANETE PODUZETNIK. PROČITAJTE SVAKU IZJAVU U NASTAVKU. ODABERITE ODGOVOR NA TEMELJU VAŠIH OSJEĆAJA I MISLI. NEMA ISPRAVNIH ILI POGREŠNIH ODGOVORA.

Koliko ste zainteresirani postati poduzetnica/poduzetnik? o nisam uopće zainteresiran/a o nisam zainteresiran/a o ne znam o zainteresiran/a o jako zainteresiran/a

Jeste li razmišljali o tome da postanete poduzetnica/poduzetnik? o nisam uopće razmišljao/la o nisam razmišljao/la o ne znam o razmišljao/la sam o puno sam razmišljao/la

Koliko se osjećate spremnim postati poduzetnica/poduzetnik? o nisam uopće spreman/na o nisam spreman/na o ne znam o spreman/na sam o dosta sam spreman/na

Koliko je izgledno da ćete postati poduzetnik? o vrlo vjerojatno ne o vjerojatno ne o ne znam o vjerojatno da o vrlo vjerojatno da

Kada ćete postati poduzetnica/poduzetnik? o neću uopće brzo o ne tako brzo o ne znam o ubrzo o jako brzo

9. ŠTO BI VAM MOGAO BITI MOTIV DA POKRENETE VLASTITI POSAO I POSTANETE PODUZETNIK?

	Vrlo je važno	Važno je	Niti je važno niti nevažno	Nevažno je	Uopće nije važno
Iskoristiti priliku koja se ukaže na tržištu.					
To mi je jedina prilika za zaposlenje.					
Profit-zarada.					
Samostalnost-osjećaj slobode neovisnog					

djelovanja i vođenja vlastitog posla.					
Zadovoljstvo-osjećaj zbog kreiranja i realiziranja vlastitog posla.					

10. KOLIKO JE EKONOMSKA ŠKOLA DOPRINIJELE U RAZVOJU ISPOD NAVEDENIH POJMOVA?

	Vrlo malo	Malo	Ne znam	Puno	Značajno puno
U kreativnosti					
U planiranju					
U komunikaciji					
U pregovaračkim vještinama					
U korištenju infomacijske tehnologije					
Uočavanju tržišnih prilika					
U nošenju sa stresom ili pritiskom					

11. NA KOJEM STE PREDMETU OD PONUĐENIH NAJVIŠE SAZNALI O
PODUZETNIŠTVU?

- Vježbenička tvrtka
- Poduzetništvo
- Marketing
- Upravljanje prodajom
- Uvod u poslovno upravljanje
- Računovodstvo

12. KOLIKA JE VJEROJATNOST DA BISTE SE UKLJUČILI U POSLOVANJE
STVARNE TVRTKE UNUTAR SVOJE ŠKOLE? ZADATAK BI VAM BIO
IZRAĐIVATI POSLOVNE PLANOVE, PROVODITI ISTRAŽIVANJA, IZNOSITI
VLASTITE IDEJE, ADMINISTRATIVNE POSLOVE ITD.. ZA TO BISTE BILI I
PLAĆENI.

- | | | | | |
|---|--|--|--|---|
| <input type="radio"/> Izrazito mala
vjerojatnost | <input type="radio"/> Mala
vjerojatnost | <input type="radio"/> Niti mala
niti velika | <input type="radio"/> Velika
vjerojatnost | <input type="radio"/> Izrazito velika
vjerojatnost |
|---|--|--|--|---|

13. UKOLIKO VAŠI RODITELJI IMAJU VLASTITO PODUZEĆE, KOLIKO DUGO
SE BAVE PODUZETNIŠTVOM?

- | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--|
| <input type="radio"/> 5 godina | <input type="radio"/> 15 godina | <input type="radio"/> 20 godina | <input type="radio"/> 30 godina | <input type="radio"/> Ne bave se
poduzetništvom |
|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--|

14. KAKO BISTE OCIJENILI NJIHOVO ISKUSTVO U PRIVATNOM
PODUZETNIŠTVU

- Izrazito negativno Negativno Niti negativno
niti pozitivno Pozitivno Izrazito pozitivno

15. JESTE LI VI OSOBNO UKLJUČENI U RAD U OBITELJSKOM PODUZEĆU?

- Svakodnevno radim Radim 1x tjedno Radim 1x mjesečno Radim preko praznika Uopće ne sudjelujem

16. AKO STE RADILI/RADITE U OBITELJSKOM PODUZEĆU, KAKO BI
OCIJENILI TO ISKUSTVO?

- Izrazito negativno Negativno Niti negativno
niti pozitivno Pozitivno Izrazito pozitivno

17. KOLIKO POZNANIKA, PRIJATELJA, SUSJEDA POZNAJETE KOJI SE BAVE
PRIVATNIM PODUZETNIŠTVOM?

- 1-2 ljudi 3-6 ljudi 7-9 ljudi 10 i više ljudi

18. KAKO BISTE OCIJENILI NJIHOVO ISKUSTVO U PODUZETNIŠTVU?

- Izrazito negativno Negativno Niti negativno
niti pozitivno Pozitivno Izrazito pozitivno

19. NAKON ZAVRŠETKA EKONOMSKE ŠKOLE NAMJERAVATE LI UPISATI EKONOMSKI FAKULTET?

Sigurno neću upisati Neću upisati Ne znam Upisati ću Sigurno ću upisati

20. U POGLEDU EKONOMSKE BUDUĆNOSTI HRVATSKE, VI STE:

Pesimist 1 2 3 4 5 Optimist

21. EKONOMSKA SITUACIJA U HRVATSKOJ ĆE ZA 5 GODINA, PREMA VAŠEM MIŠLJENJU, BITI:

Puno gora nego danas 1 2 3 4 5 Puno bolja nego danas

22. PO VAŠEM MIŠLJENJU KOJE SU, OD NAVEDENIH, TRI NAJVEĆE PREPREKE EKONOMSKOM RAZVOJU HRVATSKE:

- a) politička slika Republike Hrvatske
- b) gospodarsko-ekonomska stanje
- c) porezna politika
- d) opterećenje mirovinskog sustava
- e) visok stupanj birokracije
- f) korumpiranost
- g) obrazovni sustav
- h) visoka nezaposlenost
- i) migracija visokoobrazovanog kadra
- j) nizak životni standard

23. KOLIKA JE ULOGA EKONOMSKE ŠKOLE U VAŠIM BUDUĆIM
NAMJERAMA UKLJUČIVANJA U PRIVATNO PODUZETNIŠTVO:

Iznimno niska 1 2 3 4 5 Iznimno visoka

ŽIVOTOPIS

OSOBNI PODACI:

Ime i prezime: Ivona Domović

Datum rođenja: 07.07.1996.

Adresa: Ulica Borisa Papandopula 8

10360 Zagreb-Sesvete

Kontakt: 097/787-6362

E-mail: ivona.domovic@hotmail.com

LinkedIn: linkedin.com/in/ivona-domović-00aa99205

OBRAZOVANJE:

Ekonomski fakultet-Zagreb

- 2015.-2018., Preddiplomski stručni studij poslovne ekonomije, smjer Trgovina
- 2018. - , apsolvant specijalističkog diplomskog stručnog studija, smjer

Ekonomika poduzetništva

RADNO ISKUSTVO:

- Lipanj, 2018. - Kolovoz, 2021., Labaco pharm d.o.o., **anketar** - terensko anketiranje, sastavljanje izvještaja u Excel tablici
- Veljača, 2018. - Studeni, 2018., Top shop Zadar, Studio moderna d.o.o., **prodavač** -rad u skladištu, na blagajni, na odjelu s kupcima
- Kolovoz, 2016. - Siječanj 2018., Hennes & Mauritz Zagreb (City centar one east-Žitnjak), **prodavač** - rad u skladištu, na blagajni, na odjelu s kupcima
- Rujan, 2015. - Veljača 2016., Poriluk d.o.o, **ispomoć u šanku** - pranje posuđa i posluživanje pića u noćnom klubu Pepermint Zagreb

VJEŠTINE:

Engleski jezik B2

Njemački jezik A1

Poznavanje MS Office paketa i korištenje Interneta

Vozačka dozvola: B kategorija