

Motivacijski faktori ulaska mladih u svijet poduzetništva

Novak, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:138519>

Rights / Prava: [Attribution 3.0 Unported/Imenovanje 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-25**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Iva Novak

**MOTIVACIJSKI FAKTORI ULASKA
MLADIH U SVIJET PODUZETNIŠTVA**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Iva Novak

JMBAG: 0016150725

Studij: Ekonomika poduzetništva

MOTIVACIJSKI FAKTORI ULASKA MLADIH U SVIJET
PODUZETNIŠTVA

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Dr. sc. Tamara Šmaguc

Varaždin, lipanj 2023.

Iva Novak

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

U završnom radu daje se sveobuhvatni pregled motivacijskih faktora koji utječu na ulazak mladih u poduzetništvo. Naglasak se stavlja na doprinos sustava obrazovanja u jačanju poduzetničke motivacije te se diskutira uloga koju u izgradnji motivacije za poduzetništvo imaju vrijednosti mladih u suvremenom društvu. Isto tako, elaboriraju se prednosti opredjeljenja mladih za poduzetničku karijeru kao i moguće prijetnje i najčešće pogreške s kojima se mladi susreću u počecima svog poduzetničkog puta. Nakon teorijskog pregleda, tema se obrađuje putem primjera iz hrvatske poduzetničke prakse pri čemu obrada jednog primjera uključuje provođenje polustrukturiranog intervjua s mladim poduzetnikom iz Hrvatske. Na temelju rezultata istraživanja pružaju se implikacije za politike poticanja poduzetništva mladih.

Ključne riječi: poduzetništvo mladih, motivacija za poduzetništvo, sustav obrazovanja, vrijednosni sustav mladih, Republika Hrvatska

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Motivacija u kontekstu poduzetničke aktivnosti	3
2.1. Motivacija kao koncept	3
2.1.1. Pojam i vrste motivacije	3
2.1.2. Motivacija i učenje	5
2.1.3. Teorije motivacije	6
2.2. Poduzetnička motivacija	8
2.2.1. Motivacijske osobine, vrijednosti i motivi u poduzetništvu	8
2.2.2. Model poduzetničke motivacije i poduzetnički proces	10
3. Mladi u poduzetništvu i poduzetnička motivacija	12
3.1. Nezaposlenost mladih i samozapošljavanje	12
3.2. Prednosti i barijere za mlade u poduzetništvu	15
3.3. Vrijednosni sustav mladih i poduzetništvo	20
3.4. Uloga obrazovanja u jačanju poduzetničke motivacije mladih	23
4. Istraživanje motivacijskih faktora ulaska mladih u poduzetništvo na primjeru poduzeća Do More d.o.o.	27
4.1. Ciljevi istraživanja	27
4.2. Metodologija istraživanja	28
4.2.1. Odabrana kvalitativna metoda	29
4.2.2. Sudionik istraživanja	29
4.2.3. Vrste podataka i tehnike prikupljanja podataka	30
4.2.4. Dizajniranje istraživačkog instrumenta	31
4.2.5. Vođenje intervjua i odnos sa sudionikom	31
4.2.6. Analiza empirijskih podataka i etička pitanja	32
4.3. Rezultati istraživanja	32
4.3.1. Podaci o poduzetniku i poduzeću	32

4.3.2. Prednosti i barijere za ulazak mladih u svijet poduzetništva	34
4.3.3. Uloga sustava obrazovanja u ohrabriranju mladih za ulazak u poduzetništvo	35
4.3.4. Međuodnos poduzetništva mladih i vrijednosnog sustava mladih	35
4.3.5. Ostali motivacijski faktori koji utječu na poduzetničku aktivnost mladih	36
5. Zaključak	37
Popis literature	39
Popis grafikona.....	42
Popis slika	42
Prilozi	43
Vodič za intervju	43
Transkript intervju	44

1. Uvod

Posao zaposlenika te njegovo radno mjesto jedno je od najvažnijih sastavnica njegova života. Radno mjesto uvelike utječe na ponašanje i raspoloženje te u konačnici definira cijeli život pojedinca. U današnje vrijeme mladi iz dana u dan teže sve višim životnim ciljevima. Jedan od ciljeva uključuje bolje i kvalitetnije radno mjesto jer ipak, posao je osnovna sastavnica današnje svakodnevice. Kao rezultat toga, mladi sve više razmišljaju umom novog poduzetnika. Najvažniji utjecaj na njihovu odluku ima motiviranost koja ih kroz sve sfere života vodi naprijed. U sukobu s motiviranošću nalazi se strah od neuspjeha koji je rezultat nedostatka iskustva i poduzetničke samoefikasnosti. Strah od neuspjeha glavni je razlog zbog čega mladi odustaju od svog sna te prihvaćaju radna mjesta na kojima se ne osjećaju potpuno i zadovoljno. Upravo zbog toga, može se sa sigurnošću reći da u Republici Hrvatskoj postoji znatan neiskorišteni potencijal mladih koji bi svojim inovativnim idejama zasigurno doprinijeli napretku gospodarstva.

Ključna pitanja vezana uz ulazak mladih u svijet poduzetništva jesu faktori koji utječu na razmišljanje te kako obrazovanje kao i suvremeno društvo utječe na odluku mladih prilikom ulaska u „svijet poduzetništva“. Tematika završnog rada pod nazivom „Motivacijski faktori ulaska mladih u svijet poduzetništva“ detaljno je razrađena kroz tri poglavlja. Prvo poglavlje pod nazivom „Motivacija u kontekstu poduzetničkih aktivnosti“ daje detaljan pogled na cjelokupan koncept motivacije. Za početak objašnjava se pojam motivacije, kako je motivacija povezana s obrazovanjem te koje su se sve teorije motivacije razvile tijekom prošlosti. Nakon toga, dio poglavlja pod nazivom „Poduzetnička motivacija“ nastoji objasniti motivacijske osobine, vrijednosti i motive koji opisuju poduzetnika te koji ga vode na daljnje poslovanje, kao i objasniti poduzetnički proces i njegov razvoj. Sljedeće poglavlje pod nazivom „Mladi u poduzetništvu i poduzetnička motivacija“ nastoji prikazati mlade, njihov način razmišljanja i faktore koji utječu na njihov vrijednosni sustav i njihovu motivaciju. Posljednje poglavlje pod nazivom „Istraživanje motivacijskih faktora ulaska mladih u poduzetništvo na primjeru poduzeća „Do More d.o.o.““ daje konkretan primjer djelovanja, razmišljanja i motivacije mladog poduzetnika na pokretanja ovakvog pothvata koji je zasigurno utjecao na definiranje njegovog cjelokupnog života. U poglavlju se prikazuju ciljevi, metodologija te rezultati provedenog kvalitativnog istraživanja uz primjenu tehnike polustrukturiranog intervjua. Nakon što je objašnjena motivacija ulaska mladih u svijet poduzetništva, na samome kraju daje se zaključak s osobnim preporukama za poticanje mladih na poduzimanje ovakvog koraka, točnije ulaska u poduzetnički svijet.

U svrhu pisanja završnog rada korištena je stručna i znanstvena literatura posuđena u knjižnici. Isto tako, zbog raznolikosti izvora korišteni su podaci koji su se prikupili istraživanjem i proučavanjem znanstvenih i stručnih članaka, internetskih knjiga kao i internetskih članaka.

2. Motivacija u kontekstu poduzetničke aktivnosti

U ovome poglavlju pruža se uvod u samu temu završnog rada. Ovo poglavlje sastoji se od dva dijela. Prvi dio pod nazivom „Motivacija kao koncept“ objašnjava značenje motivacije i vrste motivacije. Nakon toga, objašnjava se važnost motivacije prilikom učenja te se definiraju načini na koje se motivacija može potaknuti. Na samome kraju navedene su neke od bitnijih teorija i shvaćanja pojma „motivacije“ u svijetu. U drugome dijelu pod nazivom „Poduzetnička motivacija“ navode se prednosti i barijere s kojima se suočavaju mladi poduzetnici prilikom poslovanja. Također, objašnjen je model poduzetničkog procesa.

2.1. Motivacija kao koncept

Glavni problem za teoretičare motivacije predstavlja točna i u potpunosti precizna definicija motivacije. Tijekom dužeg razdoblja razvili su se razni pristupi i teorije te je zbog toga iznimno teško izdvojiti neku od njih. Glavna razlika vidljiva je između dva pristupa, a to su: regulatorni pristup i svrhoviti pristup. Regulatorni pristup podrazumijeva vidljive tjelesne reakcije na ometajuće unutrašnje podražaje. Samim time tijelo tjera organizam na aktivnost kako bi se zadovoljila potreba. Na samome početku javlja se potreba koja se nastoji zadovoljiti. Sama potreba izaziva nagon u organizmu čovjeka te ga potiče na aktivnost ispunjenja zadanog cilja. Nakon ispunjenja cilja javlja se osjećaj zadovoljstva. Osjećaj zadovoljstva ne traje dugo već se ponovno javlja nova potreba. S druge strane postoji svrhoviti pristup. Svrhoviti pristup podrazumijeva pogled u budućnost te odabir između jednog cilja umjesto drugog. U trenutku kada se bira, nastoji se odabrati onaj cilj koji će ostvariti najveće zadovoljstvo. Za suvremene teoretičare javlja se problem povezivanja ova dva pristupa. Oni svojim djelovanjem nastoje odrediti jednu definiciju motivacije koja će u sebi obuhvatiti oba pristupa. (Beck, 2003, str. 24-26)

2.1.1. Pojam i vrste motivacije

Što je to motivacija? Motivacija je psihički proces koji potiče na djelovanje te ispunjenje određenih aktivnosti. Ponašanje vođeno motivacijom može se opisati kao kružni proces. Na samome početku nalazi se potreba koja se javlja te teži svome ispunjenju. Potrebu je moguće procijeniti te na samome početku djelomično shvatiti koliko će napora ona zahtijevati. Nakon toga dolazi do aktivnosti kojima se potreba, to jest cilj nastoji zadovoljiti. Prilikom provođenja aktivnosti dolazi se do raznih prepreka kao što su: fizičke, društvene i osobne. U situacijama kada je prepreke teško prevladati javljaju se negativne emocije koje narušavaju motivaciju.

Sagledavanjem pozitivnih strana nastoje se nadjačati negativne što će na kraju rezultirati zadovoljenjem vlastitih ciljeva. („Hrvatska enciklopedija“, 2021)

Pojam usko povezan s motivacijom jest motiv. Motiv je poticajni razlog koji vodi do određenog djelovanja. Motivacija bi iz tog razloga bila iznošenje motiva koji potiču ljude na djelovanje. Upravo zbog toga, postoje isti motivi koji vode do različitog ponašanja te različiti motivi koji rezultiraju jednakim ponašanjem. Prema ovome je vidljivo da motivacija može djelovati na različite načine. Za obavljanje bilo koje aktivnosti potrebno je u sebi imati motivaciju. U pozitivnom smislu, motivacijom se nastoji ostvariti pozitivan učinak na samoga sebe ili pak na drugu osobu. Suprotno tome, motivacija može biti i negativna. Negativna motivacija vodi ljude da zadovolje vlastite potrebe i interese što na samome kraju rezultira negativno po ostale na koje se takvim činom djeluje. (Jakšić, 2003)

Postoji nekoliko vrsta motivacije. Dvije glavne podjele jesu ekstrinzična (vanjska) i intrinzična (unutarnja) motivacija. Ekstrinzična motivacija odnosi se na poticaje koji dolaze iz vanjske okoline te se nalaze izvan pojedinca. Unatoč tome što se ne posjeduje veliki interes za obavljanje zadatka, vanjski poticaji nastoje motivirati pojedinca u njegovu ispunjenju kako bi ga to na kraju dovelo do materijalne nagrade koju zaradi svojim radom. Kod ovog oblika motivacije glavni motiv jest nagrada koja će na kraju rezultirati zadovoljstvom. Sljedeći oblik motivacije označava onaj oblik koji nije povezan s vanjskim nagradama već se nalazi u zadovoljstvu koje pojedinac osjeća nakon što je ostvario svoj unutarnji zacrtani cilj. Takva vrsta motivacije jest unutarnja (intrinzična) motivacija. Intrinzična motivacija povezana je s gradnjom samopouzdanja nakon ostvarenja cilja te većom produktivnošću u ispunjavanju budućih aktivnosti. Sljedeći oblik motivacije jest pozitivna motivacija. Pozitivnom motivacijom pojedinac je usmjeren na ostvarenje vanjske nagrade koja će pozitivno djelovati na njega (kao i na ostale) te će pozitivno djelovati i na ostvarenje unutarnjeg zadovoljstva. U suprotnosti s time nalazi se negativna motivacija kojom se nastoje izbjeći negativne vanjske (poniženje) i unutarnje posljedice (neuspjeh). Nakon toga slijedi osnovna motivacija. Osnovna motivacija odnosi se na interes pojedinca te koliko sebe osoba ulaže u to. Svakodnevna motivacija označava svakodnevne aktivnosti koje osoba obavlja te koje rezultiraju osjećajem zadovoljstva. Zadnje dvije jesu motivacija usmjerena na zadatak te motivacija usmjerena na ego. Motivacija orijentirana na ego povezana je s rezultatima koji se uspoređuju s drugima dok je motivacija usmjerena na zadatak vezana samo uz osobne rezultate te praćenje vlastitog napretka. (Sainte-Anastasio, bez dat.)

2.1.2. Motivacija i učenje

Pojam motivacije javlja se u vrlo ranoj dobi. Ljudi po prvi put u svome životu shvate što je to motivacija kada se nađu u školskim klupama te traže razlog zbog kojeg bi učili gradivo koje nije u izravnoj vezi s njihovim trenutnim potrebama. Kako bi se postigla produktivnost učenika potrebno ih je motivirati razgovorom ili pak raznim izvanjskim poticajima. Motiviranost učenika jasno je vidljiva. Motivirani učenik postavlja si cilj koji nastoji ostvariti svojom upornošću. Prepreke koje se nalaze na putu do ostvarenja njegova cilja za njega ne predstavljaju nikakav problem već im se on hrabro suprotstavlja. Znatiželja, upornost i aktivnost osobine su koje mu pomažu kako bi njegova motiviranost opstala te rezultirala vlastitim zadovoljstvom. Iako se iz dana u dan komunikacijom s drugim osobama uče nove stvari potrebne za život, učenje nije samo nenamjerna aktivnost. Naime, najveći rezultat doprinosi djelatnost učenja koja je planirana te rezultira određenom svrhom. U ranijoj dobi djece iznimno je bitno utjecati na njih raznim odgovarajućim obrazovnim i odgojnim sredstvima. Takav utjecaj vodi razvitku individualnih osobina pojedinaca koje rezultiraju većom motiviranošću u daljnjem životu. Suvremena didaktika govori kako interes na nastavi postoji u pojedincu od prije ili pak je zadan. Pod interesom koji postoji od prije smatra se onaj s kojim učenici dolaze na nastavu dok se pod zadanim interesom misli na interes kojeg nastavnici nastoje razviti kod učenika svojim djelovanjem. (Jakšić, 2003)

U promatranju aktivnosti učenja, pokušava se odgovoriti na pitanje je li motivacija doista ključan čimbenik učenja. Naime, osoba počinje učiti onog trena kada se u njoj probudi osjećaj motivacije. Na samome početku, ovaj osjećaj javlja se kod osobe koja osjeća želju za postizanjem zacrtanog cilja. Visoko motivirana osoba učiniti će sve da taj cilj ostvari. Sam osjećaj motivacije pomaže joj da se lakše usredotoči na ono što želi postići, pomaže joj da bolje pamti te da više razmišlja. Isto tako, osobe vođene motivacijom nastoje što brže i kvalitetnije upamtiti informacije za koje smatraju da su im potrebne. Naravno, prilikom učenja javlja se i osjećaj straha od neuspjeha. Taj osjećaj potrebno je ukloniti, izbaciti iz glave te truditi se vjerovati u sebe. Izgradnja vlastitog samopoštovanja te vjera da se sve može ostvariti ukoliko se uloži dovoljno truda bitna je za ostvarenje vlastitog cilja. (Filgona et al., 2020)

Na svijetu postoje različiti ljudi različitih karaktera. Upravo zbog toga posao nastavnika iznimno je težak. Njihov je posao prenijeti znanje na drugu osobu od njihove najranije dobi pa sve do odraslosti. Kako bi to bilo moguće, glavni je zadatak razviti vlastite strategije pomoću kojih će nastojati motivirati učenike. Na samome početku potrebno je jasno definirati prednosti koje se dobivaju učenjem kao i zašto je to bitno i povezano s njihovim životom. Iznimno je bitan stav koji nastavnik zauzima prema predavanju, njegove metode kojima se koristi kao i njegove riječi ohrabrenja koje bi trebale biti upućene prema učenicima kako bi ih se motiviralo za dalje.

Potrebno je zadati pokoji izazov te zadatak koji potiče kompliciranije razmišljanje. Zatim, važno je biti iskren te dati pokoju kritiku kako bi ih se definiralo za daljnji život. Nadovezano na to, ne smije se reagirati na negativne emocije i reakcije pojedinca. Ukoliko se zaista želi motivirati učenike, sve je to moguće stvaranjem zdrave okoline koja će pojedinca poticati na napredovanje. (Filgona et al., 2020)

Postoje brojni istraživači koji promatraju djelovanje motivacije na pojedinca tijekom učenja. Iako postoje razna mišljenja, svi zajedno složili su se te definirali četiri glavne dimenzije. Potrebno je zadovoljiti i u sebi posjedovati barem jednu dimenziju kako bi motivacija postojala. Shodno tome, motivacija će biti najviše izražena ukoliko pojedinac posjeduje ne samo jednu, već više dimenzija. Prva od dimenzija jest interes koji učenik ima kako bi izvršio svoju dužnost te vrijednost koju ta dužnost predstavlja za njega. Sljedeća jest kompetencija. Samim posjedovanjem ove dimenzije učenik samouvjereno prihvaća zadatak te vjeruje kako će taj zadatak uspješno izvršiti. Dimenzija povezanosti podrazumijeva da ukoliko učenik izvrši zadatak, krajnji rezultat toga je osjećaj pripadnosti i osjećaj prihvaćanja od strane drugih. Posljednja, četvrta dimenzija je kontrola i autonomija. Kontrola podrazumijeva osjećaj kojeg učenik ima u sebi kada shvati da je u mogućnosti obaviti zadatak. Uz kontrolu nalazi se i autonomija koja podrazumijeva osjećaj samostalnog izbora načina na koji će zadatak obaviti. Sama povezanost između ovih dimenzija i njihovo djelovanje razlikuje se od pojedinca, a isto tako razlikuje se i prema situacijama u kojima se on nalazi. (Filgona et al., 2020)

2.1.3. Teorije motivacije

Tijekom godina razvile su se razne teorije motivacije koje su rezultat provođenja velikog broja istraživanja, kao i analiziranja motivacijskih faktora. Teorije motivacije temelje se na velikom broju pretpostavki i postupaka mjerenja kako bi se odredilo koji je glavni pokretač čovjekova ponašanja. Svaka od teorija zasebno primjenjiva je u određenoj situaciji. Upravo je zbog toga razvijeno nekoliko teorija motivacije te nije moguće definirati jedinstvenu teoriju koja bi bila prepoznata u svakoj situaciji. Sve teorije međusobno se nadopunjuju, ovisno o pojedincu koji se nađe u određenoj situaciji. (Mijoč, 2019)

Jednu od prvih teorija ljudske motivacije utemeljio je Henry Murray 1938. godine u djelu „Explorations in Personality“. Njegova teorija socijalnih potreba temelji se na tome da osjećaj nedostatka (psihičkog ili fizičkog) utječe na razmišljanje i djelovanje pojedinca koji taj nedostatak nastoji otkloniti. (Mijoč, 2019, str. 225) Prema njegovoj teoriji, motivacije su klasificirane u dvije skupine: primarne i sekundarne. Primarne, to jest viscerogene potrebe vrlo je lako prepoznati iz tog razloga što u njih spadaju tjelesne promjene koje utječu na razmišljanje i djelovanje pojedinca. Jedan dio potreba podrazumijeva približavanje te osjećaj

nedostatka u svijesti pojedinca, dok drugi dio potreba uključuje izbjegavanje mogućeg događaja koji pojedincu može naštetiti. Sekundarne, to jest psihogene potrebe povezane su s emocionalnim zadovoljenjem potreba koje se nalaze u mozgu. (Beck, 2003, str. 317)

Teoretičar pod imenom David McClelland razvio je svoju motivacijsku teoriju te je naglasio važnost potrebe za postignućem, moći i povezivanjem. Prema njegovoj teoriji, ljudi su različita bića te su zbog toga i njihove potrebe različite. McClelland naglašava to da je pojedinoj osobi određena potreba značajnija od potrebe koja ima veliku važnost drugoj osobi. Isto tako, smatrao je da su motivi koji utječu na motivaciju pojedinca neizvjesni te da se individualne potrebe javljaju tek nakon određenog vremena. Veliku zanimaciju koju je proveo u istraživanje korištenjem testa pod nazivom „Tematski test aprecijacije“ predstavljala mu je potreba za postignućem. Ovim istraživanjem definirao je da osobe s velikom željom za postignućem postavljaju visoke osobne ciljeve, inovativni su, ambiciozni, konkurentni te se ne boje preuzimanja odgovornosti za vlastite izvedbe. Sljedeća potreba kojoj pridaje važnost jest potreba za moći koju određuje kao želju za kontrolom nad skupinom ljudi. Treća potreba koja nije izazvala preveliku pozornost nad znanstvenicima jest potreba za povezivanjem koju karakterizira želja za boljim međuljudskim odnosima. (Mijoč, 2019)

Teorija ljudske motivacije koju je osmislio Abraham Maslow jest jedna od najpoznatijih teorija motivacije danas. Abraham Maslow osmislio je pet temeljnih grupa motiva te ih je rasporedio prema hijerarhijskom poretku potreba te prikazao u obliku piramide. Potrebe su prikazane u piramidi kako bi se lakše prikazalo što je najbitnije za život, a što je bitno, ali nije neophodno. Na samome dnu nalazi se fiziološka potreba koja je ujedno i najbitnija te bez nje osoba ne može živjeti. Iznad fizioloških potreba nalazi se potreba za sigurnošću, zatim potreba za ljubavlju i pripadanjem, potreba za poštovanjem te potreba za realizacijom vlastitih sposobnosti u životu. (Želježić, 2019)

Teorija motivacije Fredericka Herzberga određuje dva izvora motivacije. Prvi izvor motivacije prema njegovom razmišljanju jest ekstrinzična motivacija. Ekstrinzična motivacija definirana je kao želja za ostvarenjem određenog cilja. Za samo ostvarenje cilja ponajviše je zadužen pojedinac, ali veliku važnost ima i inicijator cilja koji osobu može pozitivno ili negativno motivirati. Naravno, pozitivna motivacija dodatno motivira osobu da ostvari određeni cilj kako bi na samome kraju za svoj trud bila nagrađena. Negativna motivacija izaziva strah kod pojedinca te se on trudi da se cilj što ranije i što bolje ostvari kako za to ne bi bio kažnjen. S druge strane nalaze se intrinzične motivacije koje se javljaju u samoj osobi. Intrinzične potrebe u osobi izazivaju osjećaj zadovoljstva, ostvarenja i samopoštovanja. (Želježić, 2019)

Suvremenija teorija motivacije jest Vroomova teorija očekivanja. Prema njegovoj teoriji, čovjek se nalazi pod utjecajem vlastitih očekivanja. Prije samog početka obavljanja zadatka

osoba mora dobro promisliti može li ostvariti sve aktivnosti koje su potrebne kako bi poželjan ishod bio ostvaren. U gotovo isto vrijeme javlja se i Adamsova teorija pravednosti. Ova teorija govori da motivacija ovisi o tome koliko pojedinac ulaže sebe u ostvarenju neke aktivnosti kako bi ostvario neki cilj te se to uspoređuje s ulaganjem drugih osoba i njihovim ciljem. Ukoliko odnosi ulaganja pojedinca i druge osobe nisu podjednaki, javljanjem motivacije ova se nepravilnost nastoji izjednačiti. (Jakšić, 2003)

2.2. Poduzetnička motivacija

Poduzetnik i motivacija dva su usko povezana pojma koja se međusobno nadopunjuju. Svaka poduzetnička zamisao, svaka ideja i svaka vizija polaze od neke točke prekretnice koja ih je potaknula, točnije motivirala na djelovanje. U poslovnome svijetu, motiviranost je ključan čimbenik za uspjeh poslovanja. Iako je motiviranost ključan čimbenik u početku, motiviranost je potrebno nositi u sebi tijekom cijelog životnog ciklusa poduzeća. Samo mali nedostatak motiviranosti može značajno utjecati na cjelokupno poslovanje te ga iz dana u dan voditi ka pogrešnom putu. Shodno tome, dokle god ima motivacije, postojat će i nade za veliki uspjeh poslovanja.

2.2.1. Motivacijske osobine, vrijednosti i motivi u poduzetništvu

Svaki poduzetnik okarakteriziran je različitim osobinama, u sebi nosi vrijednosti koje ga opisuju te posjeduje motive koji ga vode ka uspjehu. Jedna od najbitnijih osobina svakog poduzetnika jest strast koju on sam osjeća prema poslu, a koja kao rezultat utječe i na razvitak poslovanja. Upravo taj osjećaj može pozitivno utjecati na druge osobe u njegovom okruženju te ih motivirati za osobni, kao i poslovni napredak. Sljedeće značajne osobine jesu fokusiranost i upornost. Upornost je karakteristika koja dolazi kao rezultat uspjeha ili pak neuspjeha. Ona predstavlja strast i trud koji poduzetnik uloži s ciljem napredovanja i ne odustajanja pred preprekama. Shodno tome, kako bi se stiglo do uspjeha potrebno je fokusirati se na ključne aktivnosti i potrebe koje zadovoljavaju potencijalne klijente. Kreativnost, inovativnost i znatiželja dodatne su karakteristike poduzetnika koje unaprjeđuju poslovanje te ga izdvajaju od konkurencije i čine jedinstvenim. (Delić et al., 2014)

Jedna od značajnijih osobina za poduzetnike te motiv koji ih vodi ka začetku poslovanja jest neovisnost. Neovisnost je karakteristika koja se pojavljuje u osobi poduzetničkog duha te je ključan, a često i presudan čimbenik za otvaranje vlastitog poduzeća. Poduzetnici koji otvaraju svoje poslovanje žele biti neovisni, žele raditi za sebe, napredovati, donositi vlastite odluke te svoju ideju o poslovanju predstaviti svijetu. Neovisni poduzetnici najčešće žele svoju inovativnost prezentirati kroz poslovanje te se udaljavaju od „status quo“ stanja, to jest tradicije.

Neovisnost se često može povezati s negativnim objašnjenjem. Iako neovisnost znači samostalnost, ono ne smije dozvoliti udaljavanje od stvarnosti i okoline. Isto tako, razmatranje tuđih savjeta ne umanjuje osjećaj samostalnosti, već vodi ka uspjehu poslovanja poduzeća. Sljedeća neophodna osobina u poduzetništvu jest samopouzdanje. Nedostatak samopouzdanja u poduzetničkom svijetu poslovanje može dovesti u propast. Iako je samopouzdanje iznimno bitno za pokretanje novih pothvata, komunikaciju s partnerima i klijentima te za postizanje poslovnih ciljeva, ono može imati i negativan utjecaj. Višak samopouzdanja koji uključuje donošenje riskantnih i nestabilnih odluka može značajno naštetiti cijelom poduzeću te na kraju i dovesti poduzeće u propast. Želja za uspjehom javlja se kod svakog pojedinca pa tako i kod poduzetnika. Sama svrha poduzetništva jest ostvarenje zacrtanih ciljeva, napredovanje te težnja ka odličnom poslovanju koje se kroz vrijeme nastoji kontinuirano povećavati. U svakome poduzetniku postoji nagon koji ga je naveo na poduzetnički pothvat. Jedan od nagona jest proaktivnost koja je jedna od najvažnijih karakteristika poduzetnika koja ga navodi na pokretanje akcije. Za uspješno poslovanje nije dovoljno samo sanjati već je potrebno san pretvoriti u stvarnost. Sljedeća vrsta nagona je ambicija. Ambicija je često povezana sa željom posjedovanja moći te djelovanja na način da se ostvare postavljeni ciljevi bez obzira na to kako će to utjecati na druge. Kratkoročno gledano, ciljevi će biti ostvareni, ali ovakva vrsta ambicije na samome kraju zasigurno će naštetiti cijelom poslovanju poduzeća. U drugu ruku, postoji pozitivna ambicija koja je usmjerena na postizanje ciljeva na pošten način koji nije na štetu okoline. Ovakva vrsta ambicije može samo dodatno učvrstiti uspjeh i ugled poduzeća. Posljednja vrsta nagona jest energija. Velika količina energije koja će nadoknaditi nedostatak sna i odmora neophodna je u ranoj fazi poslovanja, kao i u nastavku poslovanja. Radno vrijeme poduzetnika nije definirano te stalno razmišljanje i promišljanje o poslu djeluje iscrpljujuće. Nedostatak energije obeshrabruje poduzetnike koji zbog toga odustaju od svojih zamisli i svojih snova. Egoistična strast jest karakteristika koja se najčešće povezuje s negativnim konotacijama. Ipak, egoistična strast u poduzetništvu podrazumijeva „sebičnu ljubav“ prema poslu. Ego predstavlja centralni motiv koji poduzetnika vuče ka ispunjenju dvostrukog zadovoljstva koje podrazumijeva ispunjenje njegova interesa te potiče konstantno razvijanje poduzeća. Ključna osobina zaslužna za ostvarenje ciljeva i zamisli poduzetnika jest upornost. Prepreke su neizostavni dio svakog poduzetničkog procesa te se njima potrebno suprotstaviti kako bi se spriječila šteta koju nastoje postići. Upravo iz tog razloga, upornost je ključan čimbenik za prevladavanje prepreka i postizanje uspjeha. Upornost je karakteristika koja daje snagu, volju i želju poslodavcu da ne odustane, već da hrabro korača prema cilju koji je prethodno za njega postavljen. (Locke i Baum, 2007)

Prilikom poslovanja, poduzetnik u sebi mora imati izgrađene određene vrijednosti koje ga definiraju kao osobu poduzetničkog duha. Uspjeh poduzetnika zasigurno neće biti moguć bez da se prevlada strah od preuzimanja rizika. McClelland tvrdi kako su osobe koje teže za uspjehom najčešće spremnije prihvatiti rizik te se ne ustručavaju biti inovativne i težiti novitetima. Upravo takve osobe stvaraju novi svijet poduzetništva i stvaraju nove trendove koji postaju svjetski poznati. Sljedeća vrijednost poduzetnika jest samoeфикаsnost. Samoeфикаsnost u poduzetništvu predstavlja vještinu izvršavanja zadatka. Osobe koje posjeduju ovu vještinu najčešće su više usmjerene na zadatak, ulažu više vremena, postavljaju si visoke ciljeve te uz volju i trud nastoje ga što kvalitetnije izvršiti. Težnja prema uspjehu temeljni je cilj svakog poduzetnika i ključan je indikator motivacije. Isto tako, iznimno je bitno postaviti si ciljeve koje je potrebno svojim poslovanjem ostvariti u što kraćem vremenskom razdoblju. Kada se trenutni ciljevi ostvare, potrebno je zadati i težiti novima. U njihovo ispunjenje potrebno je uložiti trud i napor što će na samome kraju rezultirati zadovoljstvom poduzetnika, partnera, zaposlenika kao i klijenata. (Shane et al., 2003)

Svako djelovanje poduzetnika potaknuto je motivima koji utječu na razmišljanje i vode do poduzetničke aktivnosti. Jedan od najčešćih i najizraženijih motiva u ovom području je potreba za postignućem koje će se nastojati ostvariti prilikom vođenja poduzeća. Uspjeh poduzeća je temeljni motiv pokretanja, kao i vođenja poslovanja. Kako bi uspjeh bio moguć javlja se sklonost za preuzimanjem rizika. Bez hrabrosti i upornosti, kao i bez poduzimanja rizičnih aktivnosti, poduzeće se zasigurno neće razvijati. Prihvatanjem rizika pokreće se stvaranje inovacija i novih vrijednosti. Ova dva motiva potiču poduzetnika na maštovitost, a u istom trenutku stvaraju veću volju i želju za stvaranjem nečeg novog, nečeg kreativnog i nepoznatog svijetu što će poduzetniku osigurati bitan osjećaj samoostvarenja. S ovim osjećajem, motiviranost će iz dana u dan sve više rasti. Ukoliko su svi od motiva poduzetnika uzeti u obzir, zadovoljstvo cijelog poduzeća bit će izraženo te će sve zajedno voditi radosti kreativnog stvaranja kao i konstantnom širenju poslovanja. (Bračun i Horvat, 2021)

2.2.2. Model poduzetničke motivacije i poduzetnički proces

Poduzetnički proces izuzetno je bitan za poduzetnika kao i za razvoj njegove poduzetničke ideje. Iako je teorija procesa poznata, čimbenik motivacije uvelike može utjecati na cijeli poduzetnički proces. Shodno tome, ljudska motivacija koja uključuje želju za kontrolom i samostalnošću kao i strast prema poslu utječe na razne aspekte ljudskog ponašanja. (Shane et al., 2003)

Poduzetnički proces započinje prepoznavanjem prilike koja će zadovoljiti postavljene ciljeve poduzetnika. Za ostvarenje prilike potrebno ju je dobro procijeniti kao i detaljno razraditi

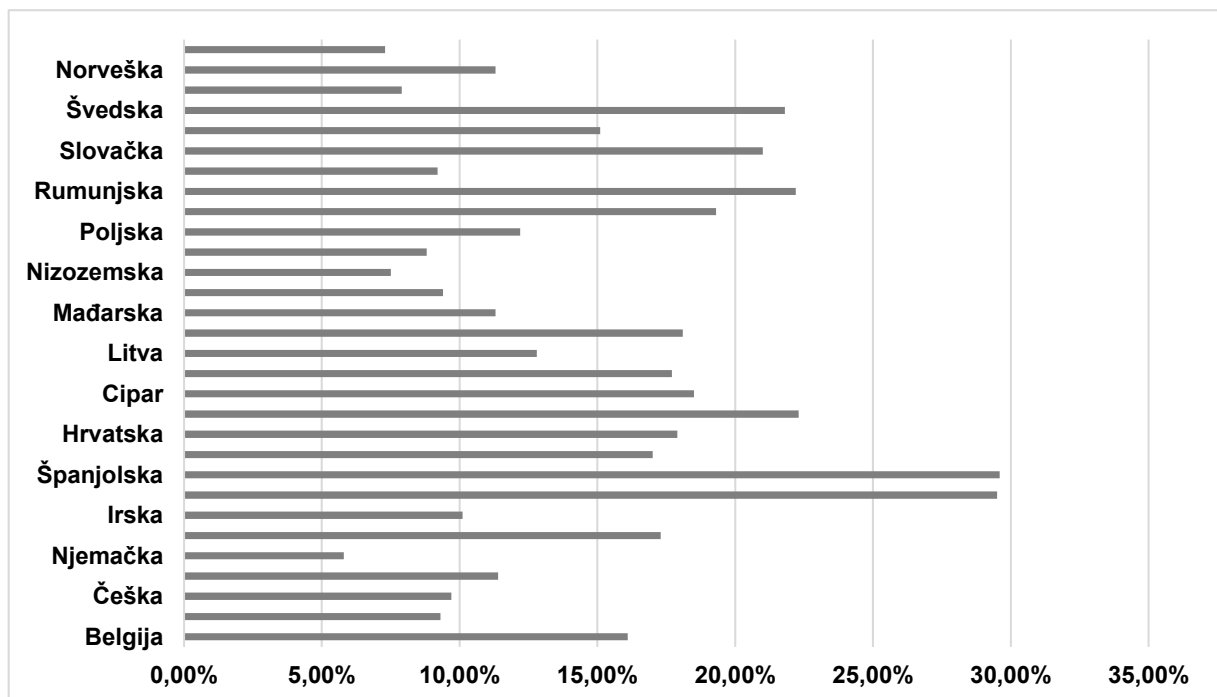
čimbenike koji bi doprinijeli u njezinom ostvarenju. Čimbenici motivacije utječu na poduzetnika i na njegov prijelaz iz jedne faze u drugu. Shodno tome, neki od motivacijskih faktora utječu više, a neki manje ovisno o fazi u kojoj se ideja nalazi. Vrlo je bitno spomenuti kognitivne faktore poput znanja, vještina i sposobnosti koji su ključni za uspješnost poslovanja te bez kojih poduzetnički proces ne bi bio izvediv. Za početak, poduzetnik koji ne posjeduje određeno znanje ne može samostalno uspjeti u svojoj zamisli. Zapošljavanjem stručnjaka koji će zamisao realizirati nije na odmet, ali potrebno je posjedovati određeno znanje koje će ga navoditi da samostalno procijeni je li to što radi ispravno ili ne. S obzirom na to, potrebno je svakodnevno istraživati i proučavati načine za bolje vođenje poduzeća te na taj način stjecati nova znanja koja će pozitivno utjecati na poslovanje. Potrebno je spomenuti i da poduzetnik mora posjedovati razne vještine koje će mu pomoći u planiranju, vođenju, odlučivanju, rješavanju problema, komunikaciji kao i motiviranju zaposlenika. Vještine poduzetnik nosi u sebi, ali ih je s vremenom potrebno poboljšati. Isto tako, potrebno je posjedovati određene sposobnosti vođenja poslovanja, uključujući inteligenciju. Iz ovoga je vidljivo da na kognitivne faktore veliki utjecaj ima motivacija koja potiče poduzetnika da iz dana u dan radi na sebi i na svome unapređenju ukoliko želi ostvariti svoju poduzetničku ideju. Osim kognitivnih faktora, iznimno je bitno pravilno procijeniti prilike te pravovremeno na njih reagirati. Nadalje, bitan dio poduzetničkog procesa jesu uvjeti okoline. Na cijeli proces poduzetništva utječe pravni sustav zemlje u kojoj poduzetnik posluje te gospodarstvo u cjelini. S obzirom na to, motivacija je ključan čimbenik koji povezuje sve navedene sastavnice poduzetničkog procesa te omogućuje njegov razvitak. (Shane et al., 2003)

3. Mladi u poduzetništvu i poduzetnička motivacija

Ovo poglavlje usmjereno je na proučavanje mladih i njihova razmišljanja prilikom ulaska u svijet odraslosti. U prvom djelu predstavlja se poduzetništvo i samozapošljavanje u kontekstu prilika za smanjenje nezaposlenosti mladih. Isto tako, prikazuju se podaci o nezaposlenosti mladih uspoređujući podatke iz država članica Europske unije kao i prikaz nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj. Nakon toga, objašnjavaju se prednosti koje donosi poduzetništvo te na koje se mladi moraju usredotočiti kako bi njihova motiviranost opstala. U drugu ruku, navedene su barijere koje ih sputavaju i na koje se potrebno fokusirati kako bi ih se u što kraćem roku riješilo. Isto tako, opisan je vrijednosni sustav mladih danas te razlog zbog čega je on važan u kontekstu poduzetništva. Zadnji dio poglavlja uključuje prikaz važnosti obrazovanja u cjelokupnom životu mladih kao i u jačanju poduzetničke motivacije.

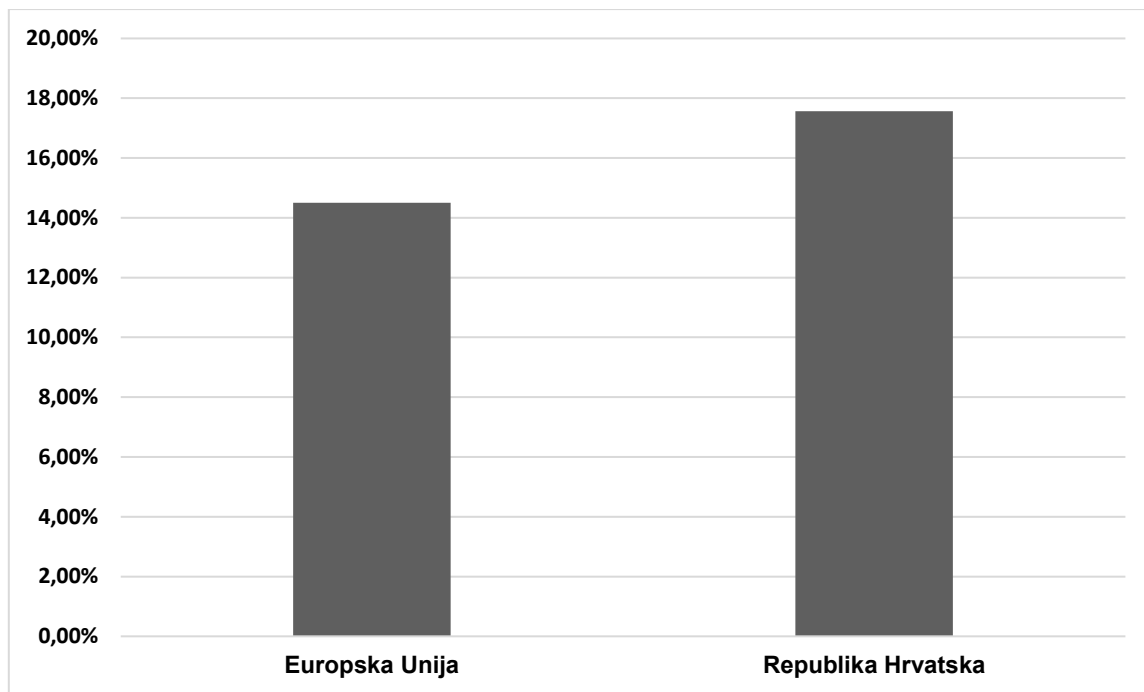
3.1. Nezaposlenost mladih i samozapošljavanje

Nezaposlenost mladih i manjak zainteresiranosti predstavlja jedan od temeljnih društvenih i ekonomskih problema svake države. Iako se osobni standardi mladih iz dana u dan unaprjeđuju, ulazak mladih u poduzetništvo i dalje predstavlja neiskorišteno područje i neprovedene aktivnosti koje bi uvelike utjecale na cjelokupan razvoj države.



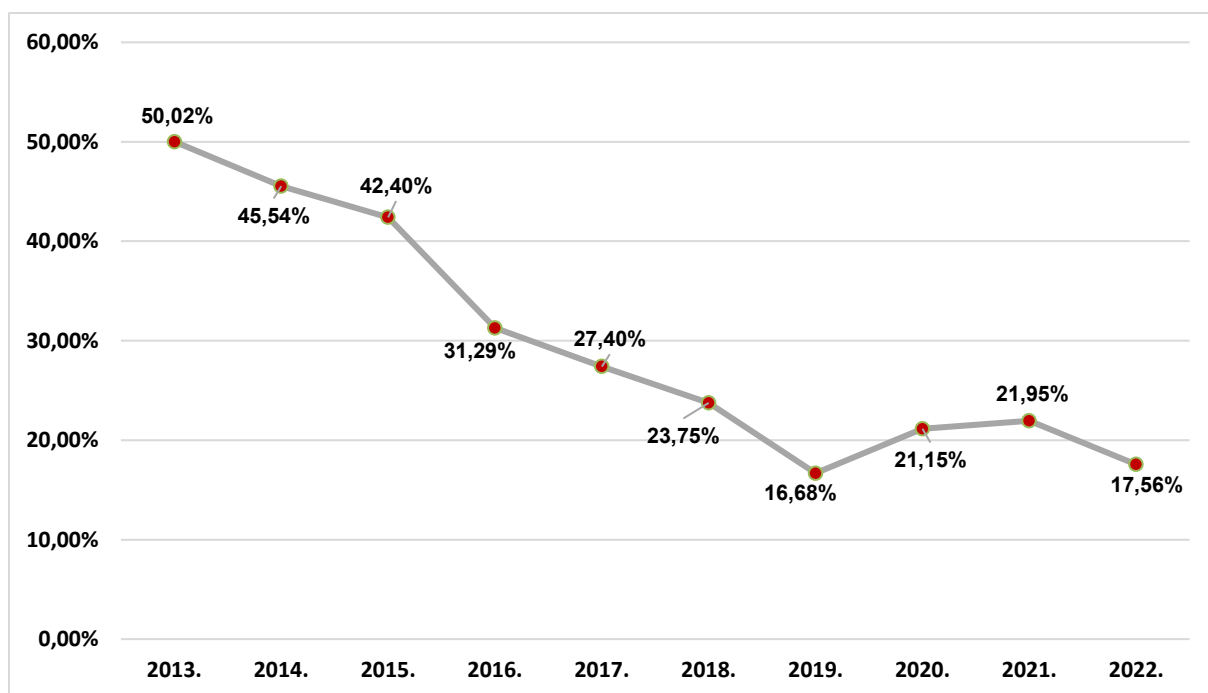
Grafikon 1: Prikaz nezaposlenosti mladih (ispod 25 godina) u zemljama članicama Europske unije za 2022. godinu (Izvor: samostalna izrada autorice prema Eurostat, 2023)

Na grafikonu 1 prikazana je nezaposlenost mladih (ispod 25 godina) u državama članicama Europske unije prema podacima iz prosinca 2022. godine. Iz grafikona je uočljivo da je nezaposlenost mladih u Njemačkoj izražena najmanje, dok je u Španjolskoj izražena najviše. Prema ovim podacima, Republika Hrvatska nalazi se u sredini gdje nezaposlenost nije ni prevelika, a nije ni najmanja. (Eurostat, 2023)



Grafikon 2: Prikaz nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj usporedno s prosjekom nezaposlenosti mladih u Europskoj uniji (Izvor: samostalna izrada autorice prema Eurostat, 2023)

Na grafikonu 2 prikazana je nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj usporedno s prosjekom nezaposlenosti u svim državama članicama Europske unije. Iz navedenog prikaza može se vidjeti kako je nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj izraženija nego li prosjek nezaposlenosti mladih u cijeloj Europskoj uniji. (Eurostat, 2023)



Grafikon 3: Kretanje nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2022. godine
(Izvor: samostalna izrada autorice prema Statista, 2023)

Na grafikonu 3 prikazano je kretanje nezaposlenosti mladih (do 24 godine) u Republici Hrvatskoj uzimajući u obzir desetogodišnje razdoblje između 2013. godine te 2022. godine. U prikazu se može vidjeti kako je nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj bila najizraženija 2013. godine te je od te godine pa sve do 2019. godine padala. U razdoblju od 2019. godine pa do 2021. godine nezaposlenost je rasla zbog pandemije koja je tada zahvatila cijeli svijet, pa tako i Republiku Hrvatsku. U 2022. godini nezaposlenost mladih je ponovno započela svoju tendenciju pada. (Statista, 2023)

Poduzetništvo mladih i dalje nije dovoljno izraženo u Republici Hrvatskoj. Upravo iz tog razloga potrebno je mladima pomoći te ih na taj način motivirati i potaknuti na ulazak u poduzetništvo. Pomoć je vrlo bitna prilikom cijelog poslovanja, no mladima je pomoć najnužnija na samome početku zbog nedostatka financijskih sredstava. U zadnjih nekoliko godina u Republici Hrvatskoj broj institucija koji potiču mlade poduzetnike sve više raste. Neke od institucija za potporu navedene su u nastavku.

- **Hrvatska banka za obnovu i razvitak** – njezino osnovno djelovanje i cilj jest poticati razvoj hrvatskog gospodarstva. Njezina osnovna djelatnost je financiranje obnove i razvoja hrvatskog gospodarstva, poticanje malih i srednjih poduzetnika kao i ostale djelatnosti koje doprinose ekonomskom i gospodarskom razvitku države. U sklopu njezina djelovanja nalazi se program pod nazivom „Poduzetništvo mladih, žena i početnika“. U ovom programu nudi

se financijska pomoć mladima uz razne pogodnosti koje su od velikog značaja za buduće mlade poduzetnike. („Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR]“, bez dat.)

- **Hrvatski zavod za zapošljavanje** – institucija na hrvatskom tržištu rada koja se pojavljuje kao posrednik između poslodavca i mogućeg zaposlenika. Ova institucija pruža financijsku pomoć nezaposlenima diljem Republike Hrvatske te im isto tako pruža pomoć u svrhu obrazovanja i osposobljavanja kao i različitu pomoć mladima prilikom otvaranja poduzeća. („Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ]“, bez dat.)
- **Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije** – je agencija koja pruža podršku poduzetnicima prilikom poslovanja. Podrška je usmjerena na ulaganje, financiranje, poticanje te davanje potpora poduzetnicima u svim fazama razvoja njihovog poslovanja. („Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije [HAMAG BICRO]“, bez dat.)
- **Poslovni inkubatori** – su jedan od načina podrške novonastalim poduzetnicima. Pomoć koju poslovni inkubator pruža odnosi se na pristup zajedničkoj opremi u inkubatoru, financijska pomoć, tehničku pomoć, pomoć na razini savjeta i slično. Poduzetnički inkubator pruža niže cijene zakupa prostora te se iz tog razloga u njemu nalazi veći broj poslovnih jedinica poduzetnika. (Bošnjak, 2011)

3.2. Prednosti i barijere za mlade u poduzetništvu

Postati uspješan poduzetnik u današnje vrijeme zasigurno predstavlja veliki izazov. Taj izazov postaje i do nekoliko puta veći ukoliko se mlada osoba odluči za ovakav pothvat. Kao što svaki posao ima svoje dobre i loše strane, tako i poduzetništvo sa sobom nosi razne prednosti koje motiviraju i ispunjavaju poduzetnika te razne barijere koje ga demotiviraju i povlače unatrag. Za uspjeh u svim segmentima života potrebno je veću važnost posvetiti sadašnjim i budućim pozitivnim stranama koje na samome kraju rezultiraju osobnim zadovoljstvom i samoostvarenjem. S druge strane, negativne strane nije poželjno zanemarivati, već ih je potrebno detaljno analizirati kako bi ih se u budućnosti moglo lakše izbjeći. (Potter et al., 2014)

U današnje vrijeme mladima je omogućena veća sloboda izbora nego li je to bilo nekada. Iz dana u dan usmjerava ih se na pravi put, kao i potiče na aktivnosti koje će ih u bližoj, a i daljnjoj budućnosti približiti većem životnom zadovoljstvu. Zbog poticanja okoline, a i sve većih osobnih ciljeva u mladima se budi poduzetnički duh i želja za osobnim

samoostvarenjem. Poduzetnički duh sve je više prisutan kod mladih te se povećava, ali on i dalje nije na razini koja bi se mogla nazvati zadovoljavajućom. Kako bi se u većoj mjeri potaknulo poduzetništvo kod mladih potrebno je naglasiti prednosti koje poduzetništvo nosi sa sobom kao i osjećaj ispunjenja najvišeg osobnog cilja koji će svakodnevno biti prisutan u njima. U nastavku će biti navedeno i objašnjeno 10 dobrih strana za sve mlade koji ulaze u svijet poduzetništva.

- 1. Podrška obitelji i prijatelja** – jedna je od najvećih pokretača motivacije kod mladih. Podrška bližnjih iznimno je bitna prilikom preuzimanja tako velikog rizika, kao i psihičkog i fizičkog pritiska koji će pothvat svakodnevno izazivati, a pogotovo na početku. Riječi podrške uvijek su poželjne te su zasigurno jedna od najvećih motivacija u donošenju odluka u životu, a pogotovo prilikom pokretanja poslovanja. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 2. Rizik je manji** – nego li je to kod osoba u zrelijoj dobi koje se odlučuju na ovakav pothvat. Smatra se da je manje vjerojatno da mladi poduzetnici pretrpe reputacijske i financijske štete koje će u dužem razdoblju ostati nepopravljive. Isto tako, mladi nisu u tolikoj mjeri zabrinuti za svoj život u budućnosti. Svjesni su da iako ne uspiju, još uvijek imaju vremena osmisliti i ostvariti druge poslovne ciljeve. Kao dodatak tome, većina mladih poduzetnika još uvijek ne razmišlja o mirovini, o prehranjivanju velike obitelji te o ostalim životnim problemima koji zahtijevaju dobro financijsko stanje kao što je to slučaj kod poduzetnika starije dobi. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 3. Imaju vremena** – te se puno lakše nose s nedostatkom neprospavanih sati. Mladi imaju više energije i ulažu puno vremena u svoj cilj. Neprospavane noći ih ne brinu već se u cijelosti posvećuju projektu u nadi da će im se to jednog dana isplatiti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 4. Troškovi su manji** – iz tog razloga što mladima ne stvara problem raditi u manje idealnim uvjetima rada kao i zarađivati manje novaca za vrijeme početničke faze. Smatra se da su mladi skloniji prihvatiti takve uvijete u početku jer vjeruju da će se s uložnim vremenom i trudom sve promijeniti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 5. Zapošljavaju mlade zaposlenike** – koji većinom imaju barem slična mišljenja kao oni. Na ovaj način dolazi se do većeg jedinstva i boljih ideja prilikom osmišljavanja budućih planova i načina poslovanja poduzeća. Mlade osobe najčešće posjeduju slične vrijednosti i stavove. Iz tog razloga, smatra se da ukoliko mladi poduzetnici zaposle mlade radnike, produktivnost i kreativnost poduzeća će zasigurno biti veća. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 6. Učenje je lakše** – jer su mladi poduzetnici skoro cijeli svoj život u bliskom kontaktu s tehnologijom. Kako se razvija tehnologija, tako se razvija i njihovo znanje i sposobnosti

korištenja najnovije tehnologije koja je neophodna u svakom poslovanju. U današnje vrijeme, korištenjem tehnologije pojednostavljuje se poslovanje svakog poduzeća što uključuje dogovaranje s partnerima i klijentima, digitalizaciju poslovanja te provođenje marketinških aktivnosti. Najvažnije od svega, pravovremeno se prate novi trendovi i novi načini poslovanja kojima se nastoji ostvariti ne samo uspjeh, već i preživljavanje poduzeća. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)

- 7. Lakše je biti u toku** - povezano je s trenutnim trendovima u ovo suvremeno doba. Mladi su zasigurno u većoj mjeri upoznati s današnjim zbivanjima u svijetu kao i sa stvarima koje zanimaju druge ljude. Ovakva saznanja mladih vezana uz funkcioniranje svijeta povezana su s poznavanjem tehnologije koja im to pravovremeno omogućuje. Ignoriranjem noviteta i zbivanja u svijetu, poduzeću se ne dopušta daljnji pozitivni razvitak. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 8. Tolerancija za neuspjeh** – najčešće je prisutnija kod mladih nego li je to kod starijih poduzetnika. Mladi poduzetnici vjeruju da ukoliko ne uspiju, naučit će iz svojih pogrešaka, doći će do bolje ideje te će zasigurno u budućnosti uspjeti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 9. Entuzijizam** – jest zasigurno prisutan kod mladih poduzetnika. Mladi su skloniji uvesti inovacije u poslovanje, skloniji su pogriješiti kao i prihvatiti postojeći rizik. Njihova mladost donosi im više šarenila u poslovanje te iz tog razloga razmišljaju optimistično što na samome kraju vodi i do boljih rezultata. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 10. Manjak iskustva** – na neki način može biti velika prednost u vođenju poduzeća. Mladima nedostaje iskustva te se još uvijek nisu susreli s velikim neuspjesima. Na temelju neiskustva ne ustručavaju se isprobati nešto novo jer im nedostaje viđenje toga čime taj pothvat može rezultirati. Na ovaj način mladi najčešće hrabro pokušaju te ostvare čudesan uspjeh u svome poslovanju. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)

Prema ranije navedenom, mlade poduzetnike nastoji se motivirati prednostima koje sa sobom nosi poduzetništvo. Iako vlastito poduzeće i prednosti koje sa sobom nosi takav pothvat za mlade predstavlja ispunjenje sna, poduzetništvo mladih sa sobom povlači razne barijere koje ponekad nije moguće spriječiti. Također, barijere postoje i kod starijih i iskusnijih poduzetnika, ali poneke od njih usmjerene su samo na mlade ili pak mlade više pogađaju. Potrebno je spomenuti da barijere ovise o situaciji u kojoj se poduzetnik u određenom trenutku nalazi. Barijere, to jest prepreke najčešće proizlaze iz društvenog ili kulturnog područja života te su uzrokovane različitom društvenom percepcijom i razmišljanjem okoline mladih, kao i različitim uvjerenjima i vrijednostima. Pretpostavlja se da su mladi poduzetnici više motivirani, ali se isto tako smatra da ih barijere pogađaju više nego li starije poduzetnike. Iako većina nije kritična i nužno bitna za poslovanje, barijere ulaze u razmišljanje mladih poduzetnika, utječu

na motivaciju te ga obeshrabruju. U svakom slučaju, prepreke je potrebno čvrsto i odlučno savladati i prihvatiti njihovu prisutnost. U današnje vrijeme, jedino prihvaćanjem i rješavanjem barijera moguće je opstati u poslovnom svijetu. (Jakubczak, 2015)

U nastavku je navedeno i objašnjeno 10 prepreka s kojima se susreću mladi u svijetu poduzetništva.

- 1. Nerealna očekivanja** – o poslovanju cijelog poduzeća je jedna od temeljnih prepreka s kojima se suočavaju mladi. Mladi imaju svoje uspješne uzore u poslovnom svijetu u kojima traže inspiraciju. Inspiracija u kratkom razdoblju utječe na razmišljanje poduzetnika te od samog početka stvara prevelike ciljeve i prevelika očekivanja kao rezultat. Mladi u uzorima nastoje pronaći sebe, a njihove pozitivne rezultate poslovanja očekuju i u svojem poslovanju. Iz tog razloga, nužno je da shvate da se uspjeh neće desiti sam od sebe i da je najčešće za velike uspjehe potrebno uložiti godine truda, napora i hrabrosti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016b)
- 2. Nedostatak strpljenja** – jedna je od najčešćih barijera kod mladih poduzetnika. Mladi poduzetnici su entuzijastični te željni ostvarenja pozitivnih rezultata u što skorije vrijeme. Iz tog razloga često se suočavaju s nedostatkom strpljenja i frustracijom koja je rezultat iščekivanja uspjeha poduzeća. Prema tome, potrebno je postaviti realne kratkoročne i dugoročne ciljeve koji će se nastojati ostvariti u budućnosti, a strpljenje kontrolirati realnim shvaćanjem sadašnjosti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016b)
- 3. Nedostatak znanja i iskustva** – stvara problem mladim poduzetnicima prilikom početka poslovanja. Na samome početku mladi poduzetnici često ne znaju odakle krenuti, a isto tako ne znaju posjeduju li dovoljno znanje o vođenju poslovanja i o poslovanju u cjelini. Nije na odmet moliti druge stručne osobe ili pak ljude u okolini za savjet. Osobe koje su duže u tom poslu ipak posjeduju više znanja i iskustva, a one u okolini koje se ne bave tim poslom također će pronaći pokoji koristan i kreativan savjet zbog svoje neovisnosti i nepovezanosti s poslovanjem. („Entrepreneurship Interviews“, 2016b)
- 4. Previše usmjeravanja na širu sliku poslovanja** – stvara veliki problem kod mladih poduzetnika. Mladi poduzetnici najčešće se usmjeravaju na dugoročne ciljeve te zanemaruju kratkoročne ciljeve koji donose manji obujam zadovoljstva. Prilikom poslovanja potrebno je uzeti u obzir veće ciljeve, ali i one manje. Ostvarenjem manjih ciljeva doprinosi se u ostvarenju onih većih, a uspjeh u očima drugih, kao i u očima samog poduzetnika ostvaruje se sagledavanjem ostvarenih ciljeva u cjelini. („Entrepreneurship Interviews“, 2016b)

- 5. Manjak poslovnih veza** – predstavlja problem za mlade koji su novi u poslovnom svijetu. Dobra povezanost i dobar odnos s drugim poduzetnicima može uvelike korisno utjecati na razvitak cijelog poslovanja. Poslovnim vezama se stvaraju nove poslovne veze koje olakšavaju vođenje poduzeća pogotovo kod osoba mlađe životne dobi. Manjak poslovnih veza u početku stvara prepreku mladima, ali s vremenom to će se zasigurno promijeniti. Kroz proces poslovanja neizbježno je upoznavanje drugih poduzetnika. Shodno tome, prilikom odvijanja poslovnih procesa potrebno je ostvariti dobar odnos s drugim poduzetnicima te si na taj način osigurati kvalitetna partnerstva i vjerne klijente. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 6. Nedostatak ravnoteže između poslovnog i privatnog života** – za mlade poduzetnike predstavlja jedan od najteže prevladanih prepreka. Mladi koji se odlučuju na pokretanje svog poslovanja jesu visoko motivirani te svoje poslovno, kao i slobodno vrijeme najčešće usmjeravaju prema poslovnom životu. Danju i noću razmišljaju o poslu i o tome kako ga poboljšati. Međutim, potrebno je rasporediti vrijeme na poslovni i privatni život jer žrtvovanjem ravnoteže između toga pati ne samo poduzetnik, već i druge osobe u njegovoj blizini. Kao rezultat tome, ukoliko nema ozbiljnih problema za riješiti, slobodno vrijeme potrebno je iskoristiti za odmor jer će se na taj način poboljšati produktivnost rada. Naravno, ukoliko postoje problemi koje je nužno riješiti, tada je potrebno žrtvovati dio slobodnog vremena kako bi se taj problem riješio, a tek kasnije je moguće nagraditi se vremenom za sebe. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 7. Nedostatak povjerenja od strane partnera i klijenata** – barijera je koja predstavlja veliki problem. Poduzetnici koji su duže u poslovnom svijetu često imaju predrasude prema mladim poduzetnicima zbog nedostatka iskustva i znanja, a i zbog toga što su još uvijek mladi. Isto tako, ozbiljni klijenti više vjeruju starijim i iskusnijim poduzetnicima jer smatraju da su oni sigurniji i pouzdaniji nego li su to mladi poduzetnici. Zbog takvog razmišljanja stvaraju se predrasude koje indirektno utječu na cjelokupno poslovanje poduzeća. Takve predrasude vezane uz mlade poduzetnike potrebno je spriječiti i u što skorije vrijeme u potpunosti ukloniti iz razmišljanja ljudi. Samo napornim radom i trudom moguće je umanjiti ovakvu vrstu predrasuda. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)
- 8. Težina trivijalnih zadataka** – često se ne smatra ozbiljno. Prilikom poslovanja potrebno se usmjeriti na manje zahtjevne zadatke koji nisu direktno povezani s glavnom djelatnosti poduzeća. Isto tako, potrebno je obavljati zadatke za koje se zna da poduzetniku nisu jača strana. Iako se ti zadaci u suštini ne čine teški, oni znaju biti poprilično zahtjevni te oduzimati velik dio vremena. Upravo zbog toga, potrebno je

prepoznati vlastite slabosti u određenom području te ih u što kraće vrijeme nastojati riješiti. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)

- 9. Manjak financijskih sredstava** – jedna je od osnovnih barijera s kojima se susreću svi, a ne samo mladi poduzetnici. Ipak, mladi koji su tek izašli iz škole ili pak fakulteta raspolažu s manje novčanih sredstava nego li stariji poduzetnici. Upravo zbog toga, ova barijera općenito je jače izražena kod mladih poduzetnika. U današnje vrijeme ovakvu vrstu barijere moguće je ukloniti kroz razne programe potpora i sufinanciranja mladih od strane države i raznih organizacija. (Potter et al., 2014)
- 10. Manji fokus na školovanje** – najčešće uzrokovan poznatim osobama koje nisu završile svoje školovanje, ali su svejedno uspjele. Mladi poduzetnici najčešće žele što prije ostvariti svoju zamisao te ignoriraju važnost obrazovanja u tome pothvatu. Naime, za primjer uspješne osobe uzimaju osobu koja nije završila školovanje te se na taj način i oni osobno demotiviraju. Ipak, ne shvaćaju da su takve osobe ipak u manjini te da ih nema puno. Često se smatra da se uče stvari koje nisu bitne, što je najčešće upravo suprotno. Isto tako, ne uzimaju se u obzir prednosti koje donosi obrazovanje te mogućnosti koje im obrazovna institucija pruža. Štoviše, postoji veliki broj mladih poduzetnika koje je obrazovna institucija naučila nove stvari te ih motivirala za pokretanje poduzetničkog pothvata. Također, spojila ih je s ljudima sličnih interesa te im pomogla u ostvarenju poduzetničkog cilja. („Entrepreneurship Interviews“, 2016a)

3.3. Vrijednosni sustav mladih i poduzetništvo

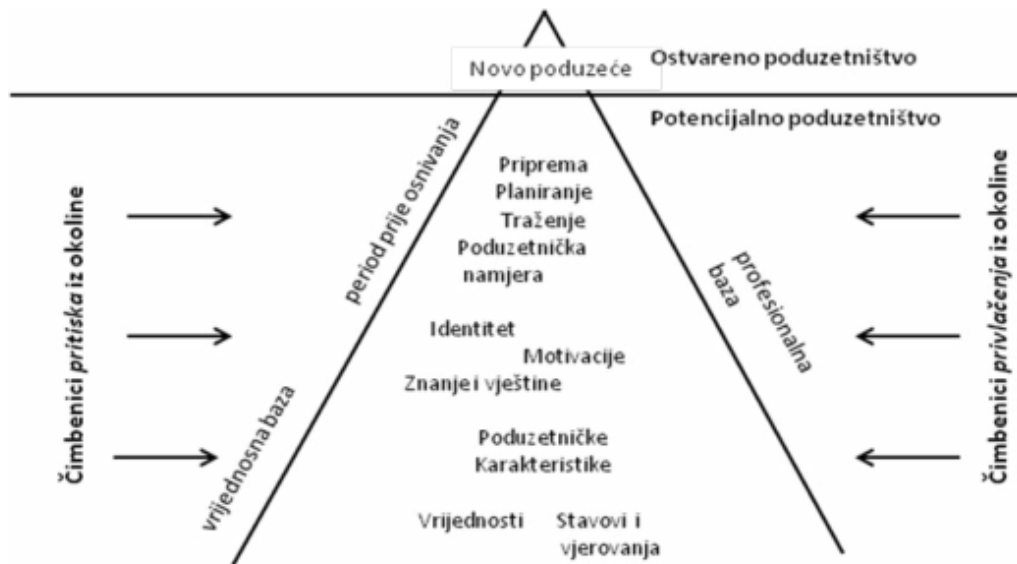
Postoje različita poimanja vrijednosti, ovisno od osobe do osobe. Vrijednosti su temeljna vjerovanja pojedinca koja utječu na njegovo razmišljanje i na njegove stavove, a isto tako navode ga na određenu aktivnost. Vrijednost je sve ono što igra bitnu ulogu u razmišljanju pojedinca te za njega predstavlja ispravan način poimanja realnosti. Postoje razna shvaćanja funkcioniranja vrijednosnog sustava. Jedan dio autora smatra da je on nepromjenjiv, dok s druge strane postoje autori koji smatraju kako se vrijednosni prioriteti pod utjecajem čimbenika mogu promijeniti. Postoje razne klasifikacije vrijednosti, ali u današnje vrijeme najveća pozornost se posvećuje vrednotama vezanim za sebe ili vrednotama vezanim u sebi. Ove vrednote objedinjuju pozitivne vrijednosti koje uključuju slobodu, ljubav, toleranciju, poštenje, iskrenost, prijateljstvo i slično. Još od rane prošlosti smatralo se da je potrebno spoznati istinske vrijednosti kako bi se moglo pravilno i moralno živjeti. Upravo zbog toga, mlade je potrebno od najranije dobi učiti o onome što je dobro, a što ne. Vrijednosni sustav usvaja se od malena te se tijekom života razvija i utječe na osobe u okolini. U današnje vrijeme iznimno je teško orijentirati mlade prema onome što se naziva moralnim. Svijet je pun nemoralna i težnje

za materijalnim što stvara krivu sliku vrijednosti u razmišljanju mladih koji se tek susreću sa stvarnim životom. Iz tog razloga, poučavanje mladih o pravilnom biranju vrijednosti je iznimno zahtjevan posao. Bitno im je ponuditi istinske vrijednosti koje će ih usmjeravati i pozitivno djelovati na njihov život te ga u konačnici i definirati u očima drugih. (Maltar Okun, 2019)

U današnje vrijeme mladi su šturo upoznati s moralnim kategorijama i etičkim vrijednostima. Slabo poznavanje onoga što se smatra „dobrim“ utjecaj je trenutnog vladanja materijalizma te traganja za novcem i uspjehom, kao i vladanja „odgojne krize“ zbog preokupljenosti roditelja koji pravilno trebaju odgajati svoju djecu. Prvi utjecaj na mlade imaju roditelji. Roditelji su ti koji su uz njih od rođenja te je njihov zadatak usmjeravati ih na pravi životni put. Česti je slučaj danas da su roditelji previše zaokupljeni problemima, poslom i vlastitim napretkom. Takvi problemi roditelja najčešće izazivaju negativne posljedice prilikom formiranja stavova, vrijednosti i ponašanja djece. Također, veliki utjecaj na mlade imaju odgojno-obrazovne ustanove koje po drugi puta u njihovom životu nastoje djecu podučiti o razlikovanju moralnih i nemoralnih vrijednosti. Važnost odgojno-obrazovne institucije je neupitna pošto je ona sastavni dio svakodnevice mladih. Bitno je znati koje su to vrijednosti koje škola potiče. Škola potiče pravdu, kvalitetu znanja, zdravlje i samostalnost u budućnosti, a isto tako brine i za pravilan odnos pojedinca prema okolini i okolišu. U svemu tome može se primijetiti bitna uloga nastavnika koji treba biti uzor istinskih vrijednosti. Svojim nastavnim programom te svojim stavom nastavnik nastoji direktno i indirektno utjecati na razmišljanje mladih te ih formirati u osobe istinskih vrijednosti. Nažalost, u današnje vrijeme nastavnici su previše zaokupljeni ispunjavanjem obrazovnih zadataka. Iz tog razloga, sve se više ignorira odgojna svrha ustanove što je iznimno štetno za mlade, kao i za društvo u cjelini. Samo osobe koje posjeduju moralne vrijednosti jesu osobe koje mogu utjecati na svijet i napraviti razliku. „Škola za budućnost“ relativno je novi pojam koji se uvodi u škole. Ovaj pojam nastoji promicati temeljne vrijednosti bitne za razvitak građanstva u cjelini. U posljednje vrijeme u svijest mladih uvodi se vrednota očuvanja okoliša, mira, suradnje, zdravlja i ljudskih prava. Ove vrednote jedne su od temeljnih vrednota koje se trebaju promicati u današnje vrijeme. Bez njihove prisutnosti svijet će se okrenuti prema negativnom smjeru. (Maltar Okun, 2019)

Proučavanjem vrijednosnog sustava mladih dobiva se uvid u razmišljanje nove generacije. Razmišljanja mladih prilikom odrastanja još uvijek nisu definirana. Društvena okolina svojim utjecajem potpomaže mladima u formiranju vlastitog stava i vlastitih vrijednosti. Od mladih se očekuje da sačuvaju staru tradiciju, a s druge strane očekuje se da budu nosioci novih i drugačijih pogleda koji će formirati suvremeni svijet. Prelazak u svijet odraslih najčešće predstavlja jedan od najtežih razdoblja s kojima se ljudi u životu suočavaju. Ovo razdoblje suočava ih s brojnim pitanjima koje formiraju njihovu vlastitu osobnost kao i s temeljnim

pitanjem koje je usmjereno na definiranje njihove svakodnevice. Glavno pitanje veže se na razmišljanje što žele biti životu i što je to što ih zanima. Na ovo pitanje vrlo je teško odgovoriti jer se ovim pitanjem definira cijeli život. Glavni utjecaj na ovakvu odluku ima osoba sama, dok u drugu ruku veliki utjecaj ima i okolina te današnje općeprihvaćene vrijednosti u okruženju u kojem se osoba nalazi. Odabir srednje škole prvi je izazov koji je stavljen pred mlade. Nakon toga slijedi odluka daljnjeg školovanja, pronalaska posla ili pak pokretanje vlastitog posla. Na ovu odluku veliki utjecaj također ima i obrazovna institucija koja svojim programom nastoji potaknuti mlade na razmišljanje. Nakon završetka školovanja, dio mladih odabire posao za koji je kvalificiran te je njihovo radno vrijeme određeno odlukom druge osobe. U drugu ruku, dio mladih odlučuje se na poduzetnički pothvat u kojem će sami nastojati realizirati ideju koju nose u sebi te na taj način raditi za sebe i samovoljno definirati svoje radno vrijeme. Ovakav pothvat zasigurno predstavlja cilj mladim ljudima, no on često ne dođe do točke realizacije. Utjecaj okoline te promatranjem poduzeća čiji rezultat nije pozitivan, mladi gube volju i hrabrost za ovakav pothvat. Vrijednosni sustav društva u ovom slučaju ima pozitivan, ali isto tako i negativan utjecaj. Poduzetništvo je potrebno utemeljiti motivacijom te naglašavanjem svih pozitivnih strana jer će se jedino na taj način broj mladih kreativnih poduzetnika povećati. (Ilišin, 2011)



Slika 1: Determinante poduzetničkog ponašanja (Izvor: Vuković et al., 2011, str. 299)

Na slici 1 su prikazane neke od glavnih determinanta poduzetničkog ponašanja kao i faze poduzetničkog procesa. Poduzetnički proces započinje vizijom o kreiranju vlastitog poduzetničkog pothvata. Tom vizijom javlja se potencijalno poduzetništvo na koje utječu razni čimbenici iz okoline koji privlače ili pritišću mlade prilikom donošenja odluke. Utjecaj na prvu

fazu poduzetničkog procesa nosi vrijednosna baza koju poduzetnik nosi u sebi te vrijednosti koje mu se nameću iz okoline i koje ga na samome kraju definiraju kao osobu. Cijela vrijednosna baza definira vrijednosti koje prihvaća, stavove i vjerovanja, motivaciju, identitet, znanje i vještine kao i različite poduzetničke karakteristike. Svaka od ovih karakteristika razlikuje se od osobe do osobe. Vrijednosna baza koja je definirana u okolini potiče ili pak demotivira mlade prilikom razmišljanja o ovakvom pothvatu. Jedan od bitnijih čimbenika koji privlači i motivira mlade za ulazak u svijet poduzetništva jest obrazovanje i iskustvo utemeljeno tijekom dosadašnjeg života. Ova dva čimbenika jesu glavni motivatori koji utječu na razmišljanje mladih. Ukoliko je osoba puna motivacije i pozitivnog razmišljanja, tada slijedi faza koja obuhvaća period pred osnivanje. Ova faza uključuje razrađivanje poduzetničke namjere te definiranje točne vizije cijelog budućeg poduzeća. Nakon što se ujedine svi planovi, potrebno ih je staviti u realizaciju. Period osnivanja uključuje detaljno istraživanje, kao i kvalitetno planiranje i pripremu cijelog pothvata. Naravno, ukoliko se dođe do perioda pred osnivanje, ono ne mora završiti realizacijom. Cijelo razdoblje promišljanja i odlučivanja ovisi o procjeni pojedinca o vlastitim mogućnostima i sposobnostima za preuzimanje ovakvog rizika. (Vuković et al., 2011)

3.4. Uloga obrazovanja u jačanju poduzetničke motivacije mladih

Poduzetništvo i obrazovanje dva su pojma koja su usko povezana. Obrazovanje i obrazovne institucije ključni su čimbenici u poticanju poduzetništva. Samopouzdanje i neovisnost osjećaji su koje obrazovanje nastoji pružiti, dok u drugu ruku obrazovanje pruža pojedincima izbor te ih usmjerava na ispravan put prilikom odabira karijere. Neodlučnost je i dalje prisutna, ali s druge strane je manje izražena. Bitno je naglasiti da u ovome segmentu života percepcija pojedinaca se širi. Točnije, širi se njihova sposobnost uočavanja i iskorištavanja prilika koje im se nude. Najbitnije od svega, obrazovni sustav pojedincima pruža određenu količinu znanja koja utječe na razvoj poduzetničkih mogućnosti i budućih aktivnosti. Europska unija igra veliku ulogu u promicanju poduzetničkog obrazovanja. Glavni razlog poticanja jest probuditi u mladima potencijal za stvaranje vlastitih ideja, razrađivanje tih ideja kao i njihovu realizaciju. Također, potiče ih se na samostalnost, na razvijanje vlastitih vještina, proširenje znanja te stjecanje kvalitetnih i kreativnih stavova. Razvitkom poduzetničkih kompetencija stvara se bolja konkurentnost, kreativnost, raznolikost te bolja poduzetnička kultura u svijetu. U drugu ruku, ističe se kako nije nužno da poduzetničko obrazovanje u svim slučajevima rezultira uspostavom vlastitog posla. Glavni cilj obrazovanja jest potaknuti pojedince na stjecanje korisnih i kvalitetnih vještina i osobina koje će im pomoći u svim

segmentima života, uključujući poslovanje. Kvalitetan obrazovni sustav predstavlja osnovu u kojoj se kreiraju ključni elementi vezani uz poduzetništvo koje na samome kraju utječe na cijeli gospodarski rast i razvoj države. Ključnu ulogu u obrazovanju pojedinca imaju nastavnici koji direktno i indirektno motiviraju mlade na razvijanje vlastitih vizija koje vode poduzetničkom pothvatu. Uz nastavnike, bitnu ulogu imaju nacionalni kurikulumi koji svojim programom nastoje usaditi poduzetništvo u razmišljanje mladih. Taj program podrazumijeva uvođenje obveznog i izbornog zasebnog predmeta, kao i isticanje prednosti koje poduzetničko obrazovanje nosi. Prema priopćenju „Rekonceptualizacija obrazovanja: ulaganje u vještine za bolje socijalne i ekonomske učinke“ iz 2012. godine navodi se da je nužno u mladima buditi poduzetnički duh. Inovativnim pristupom i kreativnim načinima poučavanja potrebno je poticati poduzetničke vještine kod mladih u što ranijoj životnoj dobi. S obzirom na to, realnost poslovanja potrebno je približiti mladima te im omogućiti barem jedno poduzetničko iskustvo prije nego što završe razdoblje obrazovanja. (Huđek i Širec, 2019)

Nije lako ustanoviti točan početak razvoja poduzetničkog programa u svijetu. Smatra se kako se pojava prvih programa desila u prošlom stoljeću te se iz godine u godinu broj poduzetničkih programa stalno povećava. Prva pojava poduzetništva u obrazovanju mladih veže se uz Japan i Sjedinjene Američke Države, ovisno o različitim autorima te njihovom shvaćanju. Kroz godine razvoja poduzetničkog programa, interes mladih neprestano raste. Što se tiče Hrvatske, prvi program poduzetništva pojavio se na Sveučilištu Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 1992. godine. Ovaj program ubrzo je ugašen, ali se 2000. godine pojavljuje poslijediplomski studij iz Poduzetništva. Ovaj program predstavljao je novi početak razvoja poduzetništva u obrazovanju mladih. Cijeli program svodio se na motiviranje mladih, razvijanje kompetencija te poduzimanje promjena vezanih uz poduzetništvo. (Oberman Peterka et al., 2016)

Ključni nositelj ekonomskog i gospodarskog razvoja države je poduzetništvo. Ovo razmišljanje je općeprihvaćeno te svakodnevno utječe na rast broja obrazovnih ustanova koje nude program usavršavanja budućih mladih poduzetnika. Važnost poduzetništva naglašena je kroz provođenje strateških ciljeva Vijeća Europe, koji su također usvojeni u okviru osam ključnih kompetencija koje svaki pojedinac treba usavršavati tijekom svojeg života. Razvoj ključnih kompetencija najizraženiji je prilikom obrazovanja te se nastoji otkriti i poticati potencijal pojedinca koji uvelike utječe na njegovo ponašanje, kao i na savladavanje budućih izazova koji će se naći pred njime. Ključne kompetencije u poduzetništvu usmjerene su na razvoj poduzetničkih osobina, stavova i vještina. Kontinuiranim razvojem ovih komponenata osigurava se veći uspjeh prilikom poduzimanja budućih poduzetničkih akcija. Shodno tome što je razvoj kompetencija najbitniji prilikom obrazovanja, potrebno je usmjeriti pogled prema

situaciji s obrazovanjem poduzetništva kod mladih. Prema istraživanju iz 2007. godine navodi se tvrdnja da u osnovnim školama u Republici Hrvatskoj postoji izuzetno malo poduzetničke edukacije. Ovakvi rezultati nisu iznenađujući iz tog razloga što osnovne škole nemaju nastavni plan čiji sadržaj je usko vezan uz poduzetništvo. Valja spomenuti kako je bolja situacija u visokom školstvu gdje se pojam poduzetništva u užem i širem smislu uvelike proširio u prethodnim godinama. Rast broja visokih škola i ostalih ustanova vezanih uz poduzetništvo u Republici Hrvatskoj taj navod može potvrditi. Iako broj uvođenja poduzetništva kod mladih u Republici Hrvatskoj iz dana u dan raste, ono je i dalje daleko od svjetskog razvijenog sustava. (Miljković Krečer, 2010)

Još uvijek ne postoji jedinstveni koncept poduzetničkog obrazovanja. Različitost koncepata dovela je do različitih shvaćanja ciljeva i metoda ovog područja obrazovanja. Trenutno postoji nekoliko vrsta koncepata poduzetničkog obrazovanja. Jedna od kategorija jest kategorija koja naglašava različite pristupe organizaciji poduzetničkih programa. Prvi pristup stavlja naglasak na korisnika. Ovaj pristup fokusira se na specifičnu ciljnu skupinu koja ima slične interese i poglede na svijet. Drugi pristup jest naglasak na proces. U ovom pristupu naglašava se način na koji poduzetnici djeluju, njihovo razmišljanje te odabir prioriteta između raznih stvari i događaja. Sljedeći naglasak stavlja se na rezultat. Za početak se uzimaju u obzir očekivanja pojedinaca, a kasnije nakon utjecaja obrazovanja stvaraju se vrijednosti s određenim značenjem. Još jedan od pristupa jest vezan uz naglašavanje vizije. Poduzetničko obrazovanje kroz određeno vrijeme različito utječe na pojedince, definira njihovo razmišljanje te ih nastoji usmjeriti ka ostvarenju poduzetničke vizije. (Oberman Peterka et al., 2016)

Postoje različita shvaćanja poduzetničkog obrazovanja. Upravo ta raznolikost vodi različitom poimanju ciljeva, zadataka i uloga poduzetničkog obrazovanja. Ciljevi u poduzetništvu ovise od osobe do osobe te se razlikuju prema različitosti pojedinaca. Iz tog razloga, obrazovanje igra veliku ulogu u razvijanju ciljeva vezanih uz poduzetništvo kod mladih osoba. Bitno je naglasiti kako ciljevi poduzetničkog obrazovanja ne smiju biti striktno vezani uz poticanje mladih na razvoj vlastitog poslovanja. Cilj obrazovanja u poduzetništvu jest ohrabriti ljude na stvaranje vlastitog i inovativnog mišljenja, to jest na održavanje otvorenog uma za nove prilike i izazove. Ciljevi poduzetničkog obrazovanja vezani su uz razumijevanje poduzetništva, učenje poduzetnosti te učenje kako biti poduzetnik. Prvi cilj poduzetništva veže se uz razumijevanje pojma poduzetništva i svega što taj pojam nosi sa sobom. Cilj je usmjeren na cjelokupnu okolinu te se joj nastoji približiti uloga poduzetnika u novom, suvremenom svijetu. Isto tako, poduzetničko obrazovanje nastoji stvoriti pozitivan stav o poduzetništvu kroz niz različitih procesa koji uključuju predavanja, seminare, razgovor i indirektno nametanje informacija. Ovaj cilj je izuzetno bitan kako bi se ljude upoznao s mogućnostima koje pruža

ovo područje kao i u cijelosti pripremiti na buduću poduzetničku karijeru. Sljedeći cilj usmjeren je na osposobljavanje pojedinca za poduzetnički život. Za osigurano životno zadovoljstvo poduzetnika potrebno je preuzeti inicijativu te kontinuirano razvijati vlastite kompetencije koje će dovesti do uspjeha. Učenje kako biti poduzetnik zasigurno nije lako za savladati te nije moguće naučiti odmah. Potrebno je proći niz edukacija, razgovora, savjeta, predavanja i seminara kako bi se vizija uspješnog poduzetnika pobliže približila pojedincima. Iako je utjecaj obrazovanja u poduzetništvu velik, samo obrazovanje nije dovoljno. Potrebno je samoinicijativno pokrenuti vlastite akcije učenja te kontinuirano usavršavati svoje vještine. Jedino na ovaj način moguće je u potpunosti naučiti biti poduzetnik. Posljednji bitan cilj jest naučiti biti poduzetnik. Prilikom obrazovanja pojedinca se priprema na poduzetništvo i na sve prednosti i barijere koje ta djelatnost veže uz sebe. Iako je obrazovanje u savladavanju ovog cilja bitno, ono nije dovoljno. Potrebno je kontinuirano vježbati i razvijati vlastite sposobnosti koje će dovesti do uspjeha. (Oberman Peterka et al., 2016)

4. Istraživanje motivacijskih faktora ulaska mladih u poduzetništvo na primjeru poduzeća Do More d.o.o.

U ovom poglavlju obrađuju se motivacijski faktori koji vode mlade u svijet poduzetništva na konkretnom primjeru poduzeća „Do More d.o.o.“ iz Varaždina. Ovo poduzeće osnovano je i vođeno od strane dvojice mladih poduzetnika koji su poduzeće osnovali već u svojim studentskim danima. Kako je to bilo uklopiti slobodno vrijeme, obaveze na poslu i svoje poslovanje prikazano je u nastavku. U prvom dijelu poglavlja pojašnjavaju se glavni i specifični ciljevi istraživanja. Nakon toga, objašnjava se metodologija istraživanja, to jest načini na koje je istraživanje obavljeno. Na samom kraju prikazani su rezultati provedenog istraživanja s mladim poduzetnikom te je elaboriran cjelokupan pogled na motivaciju mladih.

4.1. Ciljevi istraživanja

Ulazak mladih u njima nepoznato, ozbiljno i "odraslo" područje budi razne vrste reakcija kod svakog od pojedinca. Ovaj segment života uključuje veliki obujam razmišljanja i donošenje raznih odluka koje će na neki način definirati život pojedinca. Jedna od sastavnica ovog područja jest odabir zanimanja, to jest odabir posla kojem će se osoba posvetiti tijekom života. Kako bi se ovakva odluka olakšala, na pojedinca utječu razni motivacijski faktori. U gomili mladih koji prihvaćaju normalan način funkcioniranja svakodnevice ističu se visoko motivirani pojedinci koji nastoje hrabro ostvariti svoj san. San koji je vezan uz osnivanje vlastitog poduzeća koje će se baviti onime što je njemu najzanimljivije. Upravo iz tog razloga bitno je ispitati motivacijske faktore ulaska mladih u svijet poduzetništva. U današnje vrijeme mladi prihvaćaju način poslovnog života koji je određen tuđim željama i razmišljanjem te svoje ideje potiskuju u sebi umjesto da ih hrabro prezentiraju svijetu. Upravo iz tog razloga, bitno je saznati što je to što se nalazi u umu mladih i ambicioznih poduzetnika i što to utječe na njihovo razmišljanje za poduzimanje ovakvog koraka u životu. Saznanja o njihovom razmišljanju, njihovoj motivaciji i ostalim faktorima zasigurno će potaknuti potencijalne poduzetnike da prihvate mogućnosti koje im se nude te ostvare san koji će promijeniti njihov život. Sukladno tome, određuje se opći cilj koji glasi: "Ispitati motivacijske faktore za ulazak mladih u poduzetništvo na primjeru mladog poduzetnika iz Republike Hrvatske".

Kako bi se ispunio opći cilj istraživanja te saznali motivacijski faktori koji su utjecali i utječu na razmišljanje mladog poduzetnika, određena su četiri specifična cilja koja će

poduzetnika navesti na iznošenje osobnih stavova, a u konačnici rezultirati ispunjenjem cilja istraživanja.

Prvi specifičan cilj glasi: "Ispitati prednosti i barijere za ulazak mladih u svijet poduzetništva". Ispitivanjem ovog cilja dolazi se do jednog od najbitnijih odgovora vezanog uz ulazak mladih u poduzetništvo. Na ovaj način poduzetnik će definirati koje su to prednosti koje mu je ovakav pothvat omogućio te što je to što ga iz dana u dan motivira da ne odustane. U drugu ruku, definirat će i potencijalne nedostatke s kojima se suočava i koji isto tako utječu na razinu njegove motivacije. Ispunjenjem ovog specifičnog cilja dat će se cjelokupni uvid u stavove i vrijednosti koje ga oblikuju kao mladog poduzetnika.

Sljedeći specifičan cilj glasi: "Ispitati ulogu sustava obrazovanja u ohrabriranju mladih za ulazak u poduzetništvo". Obrazovanje, nastavni plan i utjecaj nastavnika zasigurno igra veliku ulogu u formiranju razmišljanja mladih kao i u shvaćanju osobnih životnih želja. Iznošenjem osobnog iskustva na primjeru mladog poduzetnika i mišljenja o obrazovanju kao bitnom faktoru koji utječe na razmišljanje mladih daje se konkretan primjer utjecaja obrazovne institucije na cjelokupnu motivaciju mladih.

Treći specifičan primjer glasi: "Ispitati međuodnos poduzetništva mladih i vrijednosnog sustava mladih". U mladoj dobi utjecaj okoline zauzima veliki značaj u razmišljanju mladih. Takav utjecaj ključan je čimbenik za donošenje pravih i konkretnih odluka. Ispitivanjem utjecaja vrijednosnog sustava mladih na konkretnom primjeru mladog poduzetnika pomoći će u shvaćanju kakvo je doista razmišljanje okoline prilikom poduzimanja ovako velikog koraka kao što je ulazak u svijet poduzetništva.

Posljednji specifičan cilj glasi: "Ispitati ostale motivacijske faktore koji utječu na poduzetničku aktivnost mladih". Ispitivanjem ovog cilja nastojat će se ustanoviti prisutnost ostalih motivacijskih faktora koji nisu navedeni, a doprinijeli su u donošenju odluke mladog poduzetnika te na koji način oni utječu na njegovu daljnju motivaciju.

4.2. Metodologija istraživanja

U navedenom dijelu poglavlja kroz određene korake opisuje se način na koji je istraživanje provedeno. U tom kontekstu podrazumijeva se odabrana metoda istraživanja, informacije o subjektu istraživanja, vrstama i tehnikama prikupljanja podataka, detalji o smjernicama za intervju, odnos sa sudionikom te analiza empirijskih podataka i etička pitanja.

4.2.1. Odabrana kvalitativna metoda

„Kvalitativna metodologija je po svojoj logici i prirodi otvorena i svrha joj je dublji uvid i razumijevanje istraživnog problema.“ (Tkalec Verčić et al., 2010, str. 18) Upravo iz tog razloga, prilikom odabira metode istraživanja odabrana je kvalitativna metoda koja će pružiti bolji uvid te bolje razumijevanje faktora koji su utjecali na ulazak mladih poduzetnika u poduzetničke vode.

U svrhu istraživanja koristi se metoda studije slučaja. „Studija (analiza) odabranih slučajeva podrazumijeva korištenje različitih metoda kako bi se detaljno analizirao jedan ili više odabranih slučajeva koji se odnose na istu ili sličnu temu odnosno problem istraživanja.“ (Tkalec Verčić et al., 2010, str. 94) Metoda studije slučaja odabrana je s ciljem detaljnog analiziranja jednog poduzeća, to jest jednog poduzetnika i njegova stajališta prije i tijekom poslovanja.

Prilikom promišljanja o provođenju intervjua fokus je stavljen na glavni cilj kao i na specifične ciljeve koji su definirali cjelokupan proces istraživanja. Glavni cilj je definirao tematiku o kojoj se nastoji otkriti ponešto više, dok su specifični ciljevi definirali tijek razgovora istraživača s ispitanikom. Sve informacije prikupljale su se provedbom polustrukturiranog intervjua s jednim od osnivača poduzeća. Tijekom provođenja intervjua fokus je bio stavljen na izražavanje osobnih stavova i razmišljanja poduzetnika prije, a isto tako i sada kada već poduzeće posluje. Iako je tematika istraživanja određena, prilikom provedbe intervjua bila su uključena manja udaljavanja od zadane teme.

4.2.2. Sudionik istraživanja

U provođenju istraživanja sudjelovao je Filip Bel, jedan od dvojice suosnivača poduzeća „Do More d.o.o.“. Poduzeće pod nazivom „Do More d.o.o.“ je studentska *start-up* tvrtka na čije osnivanje je uvelike utjecao Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu. Poduzeće je nastalo 2022. godine od strane dvojice suosnivača, Filipa Bela i Jakova Glavine koji su se u mladoj dobi odlučili na realiziranje svoje ideje u čemu su i uspjeli. Poduzeće „Do More d.o.o.“ bavi se razvojem mobilnih i web aplikacija kao i „custom backend“ rješenjima te realizacijom ideja u finalna rješenja. Od njihova početka pa sve do danas poduzeće uspješno posluje na stranom tržištu. Već na početku, uz veliku pomoć Fakulteta i studentskog umrežavanja pronašli su svog prvog klijenta, veliku konzultantsku kompaniju na američkom tržištu. Iako su još uvijek mladi, šire se po svijetu te su pronašli i drugog klijenta i to na azijskom tržištu. („Fakultet organizacije i informatike Varaždin [FOI]“, 2022)

Zbog razvoja tehnologije te svakodnevnih novih tehnoloških otkrića otvaraju se nova poduzeća koja se bave pružanjem upravo ovakvih usluga na tržištu. Pretpostavlja se da će broj stručnjaka u IT području u narednim godinama porasti. S druge strane, poduzeće je *start-up* tvrtka osnovana od strane mladih poduzetnika koji su vođeni motivacijom osnovali tvrtku koja se već sad probila na svjetskom tržištu. Dodatan razlog za odabir ovog poduzeća bio je taj što je poduzeće osnovano od strane dvojice studenata koji su pohađali Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu koji isto tako pohađa i ispitivačica. Upravo iz tog razloga odabrano je poduzeće „Do More d.o.o.“ koje se bavi djelatnosti koja je iznimno poznata u današnje vrijeme, a u istome trenutku je primjer i motivacija svima mladima koji se odlučuju na ovakav pothvat.

4.2.3. Vrste podataka i tehnike prikupljanja podataka

Prilikom provođenja istraživanja podaci su se prikupljali kombinacijom primarnih i sekundarnih izvora podataka. Primarni podaci prikupljali su se provedbom polustrukturiranog intervjua s jednim od vlasnika poduzeća „Do More d.o.o.“. Na ovaj način prikupili su se svi potrebni podaci koji su pobliže prikazali motivaciju vlasnika za otvaranjem vlastitog poduzeća te za pokretanjem ovakvog pothvata. Također, podaci koji su bili potrebni za ispunjenje ciljeva istraživanja nisu objavljeni na internetskim stranicama pa je iz tog razloga bilo nužno provesti polustrukturirani intervju s poduzetnikom koji je na ovaj način prikazao svoja vlastita razmišljanja, vrijednosti i stavove. Prije same provedbe intervjua, definiran je vodič za intervju koji je određen na način da se ispuni opći cilj istraživanja. Mladi poduzetnik bio je kontaktiran elektroničkom poštom ukoliko je voljan sudjelovati u istraživanju. U samoj poruci bila je navedena tematika istraživanja te svrha u koju se istraživanje provodi. Svi detalji oko mjesta i vremena provedbe istraživanja bili su dogovoreni elektroničkim putem. Prije samog početka istraživanja vodio se neformalan razgovor s ciljem upoznavanja. Isto tako, poduzetnik je pristao na snimanje cjelokupnog razgovora mobilnim uređajem kao i na korištenje prikupljenih podataka. Intervju je započeo upoznavanjem poduzetnika te djelatnosti poduzeća, a kasnija pitanja bila su usmjerena na iznošenje njegovih osobnih iskustva, razmišljanja i pogleda na današnji svijet vezano uz poduzetništvo.

Za pripremu istraživanja koristili su se sekundarni izvori podataka koji uključuju internetske stranice kao i njihovu web stranicu s ciljem prvotnog upoznavanja rada poduzeća te okvira njihovog poslovanja. Na ovaj način ispitivačica se upoznala s njihovom osnovnom djelatnosti te je uspjela sastaviti vodič za intervju i uspješno ga provesti.

4.2.4. Dizajniranje istraživačkog instrumenta

Prije provođenja intervjua kreiran je vodič za intervju kako bi se ispitivač dotaknuo svake teme koju je potrebno analizirati. Vodič se sastoji od devet dijelova koji se odnose na poduzetništvo mladih na primjeru *start-up* poduzeća „Do More d.o.o. iz Varaždina. Uvodni dio vodiča sastoji se od upoznavanja i vođenja neformalnog razgovora s mladim poduzetnikom. Nakon toga, ispitane su osnovne informacije o poduzeću te nastanak poduzetničke ideje. Nakon što su navedene osnovne informacije, ispitano je tržište djelovanja poduzeća te kakav je njihov odnos s klijentima. Isto tako, poduzetnik se predstavio te ukratko opisao svoju povezanost s tehnologijom. U nastavku istraživanja ispitane su moguće prednosti i barijere koje donosi poduzetništvo za mlade osobe te kako su ovi pozitivni i negativni faktori utjecali na njegovu motiviranost prilikom vođenja poslovanja. Iz razloga što su poduzeće otvorila dva studenta, ispitan je utjecaj obrazovanja i obrazovne institucije na njihovu odluku o osnivanju poduzeća. Shodno tome, ispitana je i uloga vrijednosnog sustava mladih na osnivanje njihova poduzeća kao i utjecaj okoline na njihovo poslovanje. Pred sam kraj intervjua, ispitano je postojanje ostalih faktora koji nisu ranije navedeni kao i budući planovi vezani uz njihovo poslovanje.

4.2.5. Vođenje intervjua i odnos sa sudionikom

U svrhu prikupljanja primarnih podataka, točnije provođenja polustrukturiranog intervjua, početkom svibnja te putem elektroničke pošte kontaktirana su oba osnivača poduzeća „Do More d.o.o.“. Putem poruke poslana je molba za sudjelovanje u istraživanju u sklopu pisanja ovog rada kojim bi predstavili svoje poduzeće kao i razloge otvaranja poduzeća u razdoblju kada su još uvijek studirali. Isto tako, od strane ispitivačice naglašeno je kako bi bila zahvalna ukoliko barem jedan od vlasnika može sudjelovati u intervjuu te da će se prilagoditi njihovom slobodnom vremenu ukoliko pristanu. Na poruku je odgovorio jedan od vlasnika poduzeća te je istaknuo kako će vrlo rado sudjelovati u istraživanju i svojim odgovorima doprinijeti pisanju rada. Nakon toga, dogovoreno je da se intervju održi 22. svibnja 2023. godine u 15.00 sati u hodniku Fakulteta organizacije i informatike, na prvom katu.

Prilikom samog susreta provodio se neformalan razgovor u sklopu upoznavanja sugovornika. Neformalan razgovor te blago udaljavanje od teme bilo je prisutno tijekom cijelog intervjua, isto kao i osjećaj ugodne i prijateljske atmosfere u kojoj su govornik i sugovornik dijelili svoja mišljenja i iskustva ponajviše vezana uz Fakultet. Na samome početku ispitivačica je zamolila za snimanje razgovora radi lakšeg prijepisa s čime se ispitanik složio. Tijekom intervjua, ispitanik je davao opširne i konkretne odgovore te nije pretjerano dugo razmišljao prije odgovaranja na iste. Intervju je trajao 45 minuta i 58 sekundi te tehničkih poteškoća kao

ni ometanja prilikom intervjua nije bilo. Nakon što je intervju završio, ispitivačica i ispitanik vodili su neformalan razgovor. Prije samog polaska, ispitanik je ponudio svoju pomoć u budućnosti ukoliko će pomoć ispitivačici biti potrebna.

4.2.6. Analiza empirijskih podataka i etička pitanja

Zbog dobivene dozvole za snimanje, intervju je snimljen pomoću mobilnog uređaja. Temeljem snimke napravljen je transkript razgovora. Nakon toga, napravljena je analiza transkripta višestrukim preslušavanjem snimke, kao i višestrukim čitanjem transkripta. Analizom transkripta došlo se do rezultata koji predstavljaju temelj provođenja istraživanja.

Prije same provedbe intervjua, ispitanik je upoznat sa svrhom provođenja intervjua, kao i sa smjernicama za pitanja na koja će dati svoje mišljenje. Uz to, obavješten je o okvirnom trajanju intervjua. Bitno je naglasiti da je ispitanik dao privolu o otkrivanju identiteta kao i privolu za snimanje razgovora te korištenje rezultata u svrhe pisanja rada. Zvučni zapis pohranjen je kod ispitivačice, a transkript intervjua stavljen je u prilog rada.

4.3. Rezultati istraživanja

U ovom dijelu poglavlja predstavljaju se rezultati provedenog istraživanja s vlasnikom poduzeća „Do More d.o.o.“, Filipom Belom. Navedeno poglavlje analizira cjelokupan intervju te daje konkretne informacije o poduzeću, kao i o konkretnim stavovima i vrijednostima samog vlasnika koji ga motiviraju za daljnje poslovanje.

4.3.1. Podaci o poduzetniku i poduzeću

Poduzeće pod nazivom „Do More d.o.o.“ osnovano je u kolovozu, 2022. godine od strane dvojice bivših studenata Fakulteta organizacije i informatike u Varaždinu. Upravo ova ambiciozna *start-up* tvrtka bavi se razvojem softvera što uključuje razvoj mobilnih i ostalih aplikacija, a ujedno i općenitom digitalizacijom poslovanja klijenata. Zanimljivo je to što i danas neka poduzeća svoje planove poslovanja, kao i cjelokupno poslovanje vode na papirima. Upravo iz tog razloga na raspolaganju stoji poduzeće „Do More d.o.o.“ koje svojim klijentima digitalizacijom poslovanja nastoji olakšati poslovanje. Kao što je ranije navedeno, poduzeće je osnovano od strane dvojice mladih poduzetnika koja su svoju zanimaciju odlučili pretvoriti u realnost. Njihova imena su Filip Bel i Jakov Glavina, dvojica bivših studenata Fakulteta organizacije i informatike koji su vođeni motivacijom odlučili se na ostvarenje njihove zanimacije. Ovo dvoje ambicioznih mladih poduzetnika upoznali su se na fakultetu gdje su otkrili njihovu sličnost i interes vezan uz programiranje i tehnologiju. Tijekom svog studentskog

života odlazili su na razna studentska natjecanja vezana uz navedeno područje. Prilikom odlaska na razna natjecanja stekli su brojna iskustva koja su im tada bila važna, a i danas znače puno. Ideja o osnivanju poduzeća javila se nakon što su svoje interese povezali s dvojicom studenata što je na kraju preraslo u rad za klijenta iz Sjedinjenih Američkih Država. Upravo studentsko umrežavanje, iskustvo, stvarni rad i funkcionalnost rada u timu dovela ih je do osnivanja poduzeća „Do More d.o.o.“. Postupak osnivanja poduzeća nije trajao predugo, ali je proces istraživanja, odlučivanja i proces obavljanja formalne strane trajao do nekoliko mjeseci. Odmah nakon što se poduzeće otvorilo, svoju uslugu pružilo je konzultantskoj kući iz Sjedinjenih Američkih Država. Usluga koju pružaju klijentu iz SAD-a uključuje kompletnu digitalizaciju njihovog poslovanja. Bitno je naglasiti kako se s klijentom održava prijateljsko – poslovni odnos koji stvara ugodnu atmosferu, dok u drugu ruku isto tako i olakšava poslovanje. Isto tako, poduzeće pruža svoje poslovne usluge klijentu iz Singapura za kojeg se razvija sustav digitalizacije svih procesa potrebnih u avio-industriji. S ovim klijentom održava se odlična komunikacija, ali još uvijek na profesionalnoj razini. Iz ovoga se može zaključiti kako poduzeće „Do More d.o.o.“ posluje samo s pravnim osobama te za sad ima dva inozemna klijenta. U budućnosti nastojat će se proširiti poslovanje na stranome tržištu, no ukoliko se pruži dobra prilika na domaćem tržištu, ambiciozni vlasnici ovog poduzeća zasigurno neće oklijevati. U poduzeću trenutno rade tri zaposlena, dva vlasnika te jedan zaposlenik. Struktura broja zaposlenih je dovoljna za trenutnu količinu posla i klijenata koje imaju.

U istraživanju je sudjelovao jedan od osnivača, 24-godišnji Filip Bel koji dolazi iz Međimurske županije, točnije iz grada Čakovca. Kao što je ranije naglašeno, vlasnik je pohađao Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu. Završio je preddiplomski studij smjera „Informacijski i poslovni sustavi“ te nakon toga i diplomski studij „Programsko inženjerstvo“. Poduzetnik ističe to da su upravo fakultet i odnosi s drugim studentima glavni razlog motivacije za pokretanje vlastitog poduzeća. Na fakultetu, čiji smjer je i vezan s njegovim trenutnim djelovanjem, upoznao je razne ljude te iskusio razne projekte koji su ga doveli do pozicije u kojoj se trenutno nalazi. Upravo iz tog razloga zadovoljan je odabranim fakultetom jer je period proveden tamo uvelike pomogao u odluci o otvaranju poduzeća, za kojom danas zasigurno ne žali. Tehnologija i on povezani su već od djetinjstva, a ljubav prema programiranju javila se već u srednjoškolskim danima. Vezano u to, prilikom studija te prije osnivanja samog poduzeća radio je na nekoliko projekata pomoću kojih je stekao iskustvo i potvrdio svoju strast prema programiranju. Doduše, želja za osnivanjem poduzeća javila tek na zadnjoj godini fakulteta te ga je dovela do ispunjenja njegovog dječaćkog sna.

4.3.2. Prednosti i barijere za ulazak mladih u svijet poduzetništva

Glavna prekretnica za osnivanje poduzeća bilo je upoznavanje klijenta iz SAD-a. Cijeli taj događaj doveo ga je do pozicije na kojoj se nalazi danas. Glavna motivacija u vođenju njegova poduzeća jest sloboda koju osjeća te sloboda u razmišljanju i djelovanju koja mu je omogućena zbog toga što je upravo on jedan od dvojice vlasnika. Vlasnik ističe da mu sloboda koja dolazi s poduzetništvom omogućava da predlaže i donosi odluke, da samovoljno rasporedi svoje poslovne obaveze kao i da sudjeluje u odluci vezanoj uz prihvaćanje i rad na projektima. Prema njegovom razmišljanju, mlade je potrebno iz dana u dan poticati da svoju poslovnu ideju koju nose u sebi realiziraju. Smatra kako je potrebno motivirati mlade, pogotovo utjecajem u obrazovnim institucijama kako bi postali hrabri te ostvarili svoj potencijalni san. Utjecaj na fakultetu kroz razne programe može pomoći mladima da se okušaju u raznim područjima djelovanja, kao i da shvate u kojem životnom i poslovnom smjeru zapravo žele krenuti. Prema njegovom mišljenju, samostalnost koju nosi poduzetništvo jedna je od najvećih prednosti posjedovanja vlastitog poduzeća. Prilikom promišljanja o barijerama, vlasnik ističe da nije bilo nikakvih prepreka vezanih uz osnivanje, kao i trenutno djelovanje u poduzeću. Financijska sredstva nisu predstavljala problem zbog financijskog poticaja dobivenog od strane Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, a isto tako i zbog ugovora potpisanog s Fakultetom organizacije i informatike. Obe institucije pružile su im novčanu pomoć te omogućile da se njihovo poslovanje realizira. Isto tako, navodi se da financijska sredstva i dalje ne predstavljaju problem u njihovom poslovanju. Barijera vezana uz osjećaj straha prilikom osnivanja poduzeća isto tako nije bila prisutna. Oba vlasnika bila su sigurna u svoju volju i želju za vođenjem poslovanja te su u istom trenutku bili zadovoljni korakom kojeg su napravili. Također, vlasnik ističe da nisu bili nestrpljivi i željni uspjeha. Svoj fokus stavili su na kontinuirani razvoj vlastitog poslovanja te na taj način očekivali da će se trud isplatiti i dovesti do zadovoljavajućih rezultata. Prilikom otvaranja poduzeća u tako ranoj dobi, na motivaciju za otvaranje veliki utjecaj je imala obitelj koja ga je podržavala i poticala. Od velikog značaja bio je i Filipov otac koji je na temelju svog iskustva dao korisne i kvalitetne savjete za poslovanje. Osim obitelji, velika podrška su mu i prijatelji. U drugu ruku, vlasnik ističe kako je starijim osobama u njegovoj okolini bilo pomalo neobično što mlada osoba otvara svoje poduzeće i odlučuje se na ovakav pothvat. Ovakva reakcija nije imala nikakav utjecaj na njega i na njegovu odluku već kroz svoj rad nastoji pokazati da iako je još uvijek iznimno mlad, to ne znači da ne može voditi poduzeće do uspjeha. U poslovanju je vrlo bitno pravilno rasporediti osobno vrijeme na poslovni i privatni život. Upravo iz tog razloga, nedostatak slobodnog vremena nije prisutan u njegovom životu zbog dobrog raspoređivanja vremena u danu. Shodno tome, studentski dani bili su zahtjevni zbog poslovnih, privatnih i fakultetskih obaveza, ali zbog dobrog raspoređivanja vremena sve

se uspjelo uskladiti i prevladati. Isto tako, poduzetnik ističe da se nikada nije susreo s nekim stereotipima vezanim uz njegove godine, barem ne sa stereotipima u negativnom smislu. Čuđenja je naravno bilo, ali loših komentara nikad. Tijekom poslovanja, ističe kako je najveća barijera cjelokupna novonastala situacija vođenja vlastitog poduzeća te suočavanje s nečim nepoznatim.

4.3.3. Uloga sustava obrazovanja u ohrabrivanju mladih za ulazak u poduzetništvo

Veliku ulogu u pokretanju i osnivanju poduzeća „Do More d.o.o.“ imao je Fakultet koji su dvojica osnivača u to vrijeme pohađala. Prvi pozitivan utjecaj bio je upoznavanje i povezivanje s drugim suosnivačem, Filipom Glavinom. Njihova zajednička ljubav prema programiranju dovela ih je do pozicije u kojoj se nalaze danas. Na temelju upoznavanja na fakultetu nastala je ideja o poduzeću. Cjelokupno obrazovanje, studentski život, obaveze kao i sam fakultet kao institucija imali su veliki utjecaj na njihovu odluku. Cijelu ideju poticao je Fakultet, a najveći utjecaj imao je Centar za podršku studentima i razvoj karijere na FOI-u. Podrška profesora bila je prisutna, ali zbog dobrog raspoređivanja slobodnog vremena, profesori nisu morali izlaziti u susret vezano za njihove obaveze. Poduzetnik ističe kako je znanje stečeno na fakultetu bilo od velike koristi. Iako je tijekom studiranja za neka područja smatrao da mu neće trebati u životu, prevario se. Upravo ono što je smatrao „beskorisnim“ danas mu je od velike koristi i pomoći prilikom vođenja poduzeća. Fakultet organizacije i informatike zasigurno ga je doveo do pozicije gdje se nalazi danas. Fakultet je imao veliki utjecaj na njegovo iskustvo te na poticanje motivacije za poduzimanjem ovakvog koraka. U drugu ruku, poduzetnik smatra kako bi ipak našao način za ostvarenjem svega što ima danas i da nije upisao fakultet. Naravno, tada bi sve izgledalo drugačije. Upravo zbog načina na koji je sve ispalo danas, zadovoljan je svojim odabirom i svojim odlukama u životu.

4.3.4. Međuodnos poduzetništva mladih i vrijednosnog sustava mladih

Prema razmišljanju mladog poduzetnika poduzeća „Do More d.o.o.“, većina mladih ovakav poslovni korak otvaranja vlastitog poduzeća još uvijek smatra nečim novim i neobičnim za mlade ljude. Ipak, utjecaj na njegovo razmišljanje kao i na razmišljanje velikog broja studenata koji pohađaju Fakultet organizacije i informatike ima sastavni dio fakulteta te odjel pod nazivom „Centar za podršku studentima i razvoj karijera“. Također, smatra kako vrijednosni sustav mladih na neki način ipak utječe na razmišljanje i djelovanje mladih. Uspjeh i pokretanje vlastitog poduzeća ohrabruje i motivira mlade da i oni steknu samopouzdanje za

realizaciju vlastite ideje te da na primjeru mladih i uspješnih poduzetnika shvate da uz volju i trud mogu postići ono što žele. Unatoč postojanju vrijednosnog sustava mladih, okolina nije imala preveliki utjecaj prilikom osnivanja poduzeća „Do More d.o.o.“. Poduzetnik ističe kako su prilikom osnivanja bili čvrsti u svojoj odluci na koju okolina nije imala preveliki utjecaj. Unatoč tomu što je njima karijera od velikog značaja, mladi i njihovi prioriteti se razlikuju. Prema njegovom mišljenju i pogledu na mlade prilikom obrazovanja, većina ih odlazi na fakultet samo s razlogom da ga položi i ostvare diplomu, a ne s razlogom da prihvate sve mogućnosti koje im fakultet pruža. S druge strane, smatra da postoji manji dio mladih koji iskoriste svoje znanje, iskušaju se u novim područjima te si s time nadopunjuju razinu znanja i iskustva. Što se tiče iskustva sa starijim poduzetnicima, mladi poduzetnik ističe kako su stariji poduzetnici uvijek bili pristupačni prema njima te im pružili savjet ukoliko im je on bio potreban. Ovdje se navodi primjer firme koja se isto tako bavi razvojem softvera te koja im je uvijek bila voljna pomoći. Predrasuda vezanih uz njihov mogući nedostatak iskustva ili pak znanja nikada nije bilo.

4.3.5. Ostali motivacijski faktori koji utječu na poduzetničku aktivnost mladih

Vezano uz ostale motivacijske faktore koji su potaknuli njihovu poduzetničku aktivnost, ponovno se navodi da su najbitniji faktori bili klijent iz SAD-a, sloboda koja se dobiva osnivanjem vlastitog poduzeća te natjecanja koja su im pružila niz prilika i upotpunjavanja iskustva. Natjecanja te vlasnikovo vodstvo u timu naveli su ga na promišljanje bi li mogao voditi poduzeće kao što uspješno vodi tim. Upravo ovakav način razmišljanja navodi kao dodatnu motivaciju za pokretanjem poslovanja. Poslovanje poduzeća „Do More d.o.o.“ u njihovom daljnjem djelovanju nastojat će očuvati prijateljsku, ali i efikasnu radnu atmosferu u kojoj se trenutno nalaze prilikom poslovanja. Uz to, klijenti koje trenutno imaju su im dovoljni, ali u budućnosti će dobro promisliti o daljnjem razvoju poduzeća te proširenju pružanja svojih usluga. Poduzetnik prilikom završetka istraživanja ističe svoju preporuku za sve mlade koja glasi: *Rekao bih da, ako imaju nešto što ih zanima, neka onda u to ulože jako puno vremena i jako puno truda. To će im se s vremenom isplatiti. Možda ne ako se bave time kratko, ali nakon nekog vremena to će se sigurno isplatiti. Isto tako, neka iskoriste vrijeme na faksu i slično za upoznavanje novih ljudi sličnih interesa. Jer eto, možda će s nekima od njih otvoriti firmu ili pak zajedno raditi. Isto tako, predlažem da iskoriste sve prilike koje im se sada nude jer tih prilika možda u budućnosti više neće biti.*

5. Zaključak

Motivacija i uspjeh dva su pojma koja su međusobno povezana te se međusobno nadopunjuju. Bez motivacije nema uspjeha, a ujedno i bez uspjeha ponestaje daljnje motivacije. Isto tako, motivacija i uspjeh vežu se uz pojam poduzetništva. Pojam koji stvara inovacije, iznosi kreativne ideje te utječe na cjelokupno djelovanje ekonomije i gospodarstva neke zemlje. Poduzetništvo je ustaljena djelatnost u svijetu koja se odnosi na poslovanje i funkcioniranje cjelokupnog sustava svijeta. Suvremeni svijet, tehnološka otkrića i moderan način razmišljanja utječu na svaki segment poslovanja. Upravo zbog toga potrebno je poticati mlade na ulazak u poduzetništvo. Svojim novim i drugačijim načinom razmišljanja stvorili bi nove ideje koje bi izazvale promjene na globalnoj razini te na samome kraju u potpunosti promijenile svakodnevni život ljudi.

„Što ću biti kad odrastem?“ jedno je od glavnih pitanja koje se prostire već od najranije dobi djeteta. Na ovo pitanje djeca odgovaraju s odgovorima poput: pjevač, glumac ili nogometaš. Upravo ovi odgovori daju do znanja da je djeci već od najranije dobi u cilju postati uspješna osoba. Naravno, kroz proces odrastanja osoba se mijenja, a isto tako mijenja se i njezin način razmišljanja. No, ukoliko postoji maleni dio snova o uspješnosti, zašto ih ne realizirati? U današnje vrijeme mladi prihvaćaju običnu svakodnevnicu na koju su navikli. Svakodnevnicu koja uključuje odlazak na radno mjesto, obavljanje posla te odlazak kući i jadanje o poslu. Gotovo da ne postoji osoba koja je u potpunosti zadovoljna svojim odabirom zanimanja. U drugu ruku, postoji manji broj mladih koji su visoko motivirani i usredotočeni na svoj cilj ispunjenja poduzetničke ideje koju nose u sebi. Prilikom razmatranja ideje traže informacije te ne posustaju pred prvom preprekom pred kojom se nađu. Prepreke za njih predstavljaju izazov koji je potrebno savladati kako bi se došlo do uspjeha. Prilikom poslovanja potrebno se usmjeriti na prednosti koje će mlade poduzetnike dodatno motivirati za daljnje poslovanje. Na temelju toga, može se zaključiti kako postoje dvije skupine mladih podijeljene prema načinu razmišljanja. Osobe koje potiskuju svoju poduzetničku ideju i prihvaćaju normalan svakodnevni život te visoko motivirani pojedinci koji se ne ustručavaju pred ničime te čvrsto koračaju prema svome cilju. Shodno tome, kako bi se povećao broj mladih poduzetnika, mlade je potrebno upoznati sa svim prednostima koje poduzetništvo nosi sa sobom te na taj način utjecati na njihovu motivaciju.

Rekao bih da, ako imaju nešto što ih zanima, neka onda u to ulože jako puno vremena i jako puno truda. To će im se s vremenom isplatiti. Možda ne ako se bave time kratko, ali nakon nekog vremena to će se sigurno isplatiti. Isto tako, neka iskoriste vrijeme na faksu i slično za upoznavanje novih ljudi sličnih interesa. Jer eto, možda će s nekima od njih otvoriti

firmu ili pak zajedno raditi. Isto tako, predlažem da iskoriste sve prilike koje im se sada nude jer tih prilika možda u budućnosti više neće biti. Upravo ovakav način razmišljanja mladog poduzetnika Filipa Bela s kojim je provedeno istraživanje predstavlja pogled na svijet koji je potrebno probuditi u mladima. Snovi i ideje leže u svakoj osobi, zašto ih onda ne realizirati? Zašto ne prihvatiti priliku ukoliko se nudi? U današnje vrijeme mladima su otvorena sva vrata. Vrata koja vode od financijske pomoći s raznim povlasticama u odnosu na starije pa sve do savjeta obrazovne institucije, okoline ili pak stručnih savjeta. Sve prilike koje se nude potrebno je uzeti u obzir i dobro o njima promisliti. Što ako ona postoji samo sada, a mogla je promijeniti cijeli život?

Popis literature

- Beck, R. C. (2003). *Motivacija: Teorija i načela* (4. izd.). Jastrebarsko: Naklada Slap
- Bošnjak, S. (2011). Poslovni inkubatori kao generatori razvoja poduzetništva. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 2(2), 51-56.
- Bračun, S., i Horvat, D. (2021). Poduzetničke namjere, motivi i prepreke studenata u realizaciji poslovne ideje. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 11(2), 67-81.
- Delić, A., Oberman, P. S., Perić, J. (2014). *Želim postati poduzetnik*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Preuzeto 15.05.2023. s <https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/%C5%BDelim%20postati%20poduzetnik.pdf>
- Entrepreneurship Interviews (2016a). *10 Advantages and 10 Disadvantages of Young Entrepreneurs*. Preuzeto 02.05.2023. s <https://www.entrepreneurship-interviews.com/10-advantages-and-10-disadvantages-of-young-entrepreneurs/>
- Entrepreneurship Interviews (2016b). *Eight Obstacles Young Entrepreneurs Often Face (And How To Overcome Them)*. Preuzeto 02.05.2023. s <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/04/20/eight-obstacles-young-entrepreneurs-often-face-and-how-to-overcome-them/>
- Eurostat (2023). *Youth unemployment*. Preuzeto 29.05.2023. s https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics#Youth_unemployment
- Fakultet organizacije i informatike [FOI] (2022). *Studentski startup Do More na azijskom tržištu*. Preuzeto 02.06.2023. s <https://www.foi.unizg.hr/hr/novosti/studentski-startup-do-more-na-azijskom-trzistu>
- Filgona, J., Sakiyo, J., Gwany, D. M., i Okoronka, A. U. (2020). Motivation in learning. *Asian Journal of Education and social studies*, 10(4), 16-37.
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije [HAMAG-BICRO] (bez dat.) *O nama*. Preuzeto 02.06.2023. s <https://hamagbicro.hr/o-nama/>
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (bez dat.) *Tko smo*. Preuzeto 02.06.2023. s <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/>
- Hrvatska enciklopedija (2021). *Motivacija*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto 29.05.2023. s <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=42115>

- Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (bez dat.) *Razvoj karijere*. Preuzeto 02.06.2023. s <https://www.hzz.hr/razvoj-karijere/>
- Hudek, I. i Širec, K. (2019). Razvoj poduzetničkog potencijala kroz obrazovanje za poduzetništvo u EU. *Ekonomika misao i praksa*, 28(01), 53-78.
- Ilišin, V. (2011). Vrijednosti mladih u Hrvatskoj. *Politička misao*, 48(03), 82-122.
- Jakšić, J. (2003). Motivacija. Psihopedagoški pristup. *Kateheza: časopis za vjeronauk u školi, katehezu i pastoral mladih*, 25(1), 5-16.
- Jakubczak, J. (2015). Youth entrepreneurship barriers and role of education in their overcoming-pilot study. *Managing Intellectual Capital and Innovation for Sustainable and Inclusive Society: Managing Intellectual Capital and Innovation*, 1775-1782.
- Locke, E. A., i Baum, J. R. (2007). Entrepreneurial motivation. U J. R. Baum, M. Frese, i R. A. Baron (ur.), *The psychology of entrepreneurship* (str. 93-112). New York i London: Taylor & Francis Group.
- Maltar Okun, T. (2019). Odgoj za vrednote u školi. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 65(1-2), 251-259.
- Mijoč, J. (2019). Motivacija za postignućem u pojašnjenju namjera za samozapošljavanjem. *Ekonomika misao i praksa*, (1), 223-244.
- Miljković Krečar, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. *Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*, 151(3-4), 417-432.
- Oberman Peterka, S., Anamarija, D., i Perić, J. (2016). Poduzetničko obrazovanje—put ka stvaranju zapošljivih i konkurentnih mladih ljudi. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 7(1), 23-27.
- Potter, J., Halabisky, D., Thompson, S., Blackburn, R., Molenaar, K. (2014). *Supporting Youth in Entrepreneurship*. Brussels: OECD, EC. Preuzeto 02.05.2023. s <https://www.oecd.org/cfe/leed/SummaryReportSeminarYouthEntrepreneurshipRev.pdf>
- Sainte-Anastasio (bez dat.) *Psihologija, filozofija i razmišljanje o životu. Vrste motivacije 8 motivacijskih izvora*. Preuzeto 29.05.2023. s <https://hr.sainte-anastasio.org/articles/psicologa/tipos-de-motivacin-las-8-fuentes-motivacionales.html>
- Shane, S., Locke, E. A., i Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.

- Statista (2023). *Youth unemployment rate in Croatia in 2022*. Preuzeto 29.05.2023. s <https://www.statista.com/statistics/811946/youth-unemployment-rate-in-croatia/>
- Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., i Pološki Vokić, N. (2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
- Vuković, K., Kedmenec, I., Horvat, J., i Korent, D. (2011). Uloga obrazovanja u stvaranju kulture poduzetnosti. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 297-310.
- Želježić, I. (2019). Motivacija kao komponenta upravljanja ljudskim resursima. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 10(1), 155-158.

Popis grafikona

- Grafikon 1:** Prikaz nezaposlenosti mladih (ispod 25 godina) u zemljama članicama Europske unije za 2022. godinu (Izvor: samostalna izrada autorice prema Eurostat, 2023) 12
- Grafikon 2:** Prikaz nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj usporedno s prosjekom nezaposlenosti mladih u Europskoj uniji (Izvor: samostalna izrada autorice prema Eurostat, 2023) 13
- Grafikon 3:** Kretanje nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj od 2013. do 2022. godine (Izvor: samostalna izrada autorice prema Statista, 2023) 14

Popis slika

- Slika 1:** Determinante poduzetničkog ponašanja (Izvor: Vuković et al., 2011, str. 299).....22

Prilozi

Vodič za intervju

Vodič za intervju

Istraživanje „Motivacijski faktori ulaska mladih u svijet poduzetništva.“

Vodič za polustrukturirani intervju s poduzetnikom

1. Uvod

- Predstavljanje
- Provođenje neformalnog razgovora s ciljem upoznavanja poduzetnika
- Isticanje svrhe provođenja istraživanja
- Dogovor oko vremena predviđenog za intervju
- Traženje privole za snimanje intervjua

2. Osnovne informacije o poduzeću

- Osnivanje poduzeća (proces, trajanje)
- Opis poduzeća i djelatnosti
- Veličina poduzeća

3. Tržište

- Područje djelovanja poduzeća (domaće ili strano), zašto?
- Budući ciljevi vezani uz područje djelovanja
- Definiranje klijenata
- Pružanje usluge (pravne ili fizičke osobe)
- Problem vezan uz klijente (postojanje nesuglasica)
- Odnos s klijentima

4. Karakteristike poduzetnika

- Podrijetlo, dob
- Razina obrazovanja
- Prvo shvaćanje povezanosti s tehnologijom (kada, opis)
- Postojanje prijašnjeg radnog iskustva vezanog uz trenutno djelovanje
- Pojava prve želje za osnivanjem poduzeća

5. Prednosti i barijere za ulazak mladih u svijet poduzetništva

- Glavni razlozi koji su utjecali na osnivanje poduzeća kod mlade osobe
- Glavne prednosti koje sa sobom donosi poduzetništvo za mladu osobu

- Glavne prepreke prije osnivanja (financije, nestrpljivost, strah)
 - Glavne prepreke tijekom poslovanja (okolina, financije, obaveze na fakultetu, manjak slobodnog vremena, stereotipi u poslovnom svijetu)
 - Postojanje drugih barijera koje nisu navedene
- 6. Uloga sustava obrazovanja u ohrabrivanju mladih za ulazak u poduzetništvo**
- Utjecaj fakulteta na odluku o osnivanju
 - Je li znanje stečeno na fakultetu dovoljno za ovakav pothvat?
 - Pomoć fakulteta (način, značaj, profesori)
 - Odluka o osnivanju poduzetničkog pothvata ukoliko ne bi bio upisani fakultet
- 7. Međudnos poduzetništva mladih i vrijednosnog sustava mladih**
- Što je danas mladima važno i kako te njihove vrijednosti utječu na njihove odluke glede karijere
 - Utjecaj vrijednosnog sustava mladih na odluku o osnivanju poduzeća „DoMore d.o.o.“
 - Iskustvo sa starijim poduzetnicima (predrasude, pomoć, pohvale, partnerstvo)
- 8. Ostali motivacijski faktori koji utječu na poduzetničku aktivnost mladih**
- Postojanje ostalih faktora koji su utjecali na motivaciju, a nisu ranije navedeni
- 9. Zaključak intervjua**
- Planovi vezani za budućnost poslovanja „DoMore d.o.o.“
 - Zahvala sugovorniku

Transkript intervjua

1. UVOD

2. OSNOVNE INFORMACIJE O PODUZEĆU

ISTRAŽIVAČ: Čime se Vaša tvrtka bavi?

ISPITANIK: Znači, bavimo se razvojem softvera što znači razvojem mobilnih aplikacija i ostalih aplikacija i općenito digitalizacijom tako nekih poslovnih procesa klijenata.

ISTRAŽIVAČ: Kada je poduzeće osnovano?

ISPITANIK: Prošle godine u osmom mjesecu.

ISTRAŽIVAČ: Imate li zaposlene u poduzeću?

ISPITANIK: Da, znači trenutno smo dvojica suvlasnici i od početka godine zaposlili smo prijatelja.

ISTRAŽIVAČ: Kako ste došli na ideju osnivanja poduzeća?

ISPITANIK: To je zapravo dosta duga priča. Znači, upoznali smo se suosnivač Jakov i ja na faksu i dosta smo voljeli sudjelovati na nekim studentskim natjecanjima. Znači, to je obično bilo neko programiranje ili pak „Hackaton“, ako ste možda čuli na to. Znači to je tipa natjecanje gdje je vrijeme ograničeno najčešće na 24 sata i onda u tih 24 sata dobijemo zadatak. To je bilo najčešće isprogramirati neku aplikaciju il' nešto tipa toga. Voljeli smo iskusiti se malo u takvim vrstama natjecanja. Tak kak smo išli na takve vrste natjecanja smo nekako to iskustvo pridobili i onda smo se planirali na još jedno natjecanje prijaviti koje je bilo dosta veće i trajalo je cijeli semestar. Ali onda nas je kontaktirao još jedan student s FOI-a kojeg smo znali onak iz viđenja. Znači nismo se znali od prije. On je isto imao prijatelja s kojim se htio prijaviti i onda nas je pitao da li se želimo prijaviti svi skupa u jedan tim, znači njih dvoje i nas dvoje. I tak smo se upoznali s njima. I odmah smo vidjeli da dobro funkcioniramo u timu i da se dobro zajedno snalazimo. Znači taj kojeg smo upoznali se zove Alvin i on je imao prijatelja koji je radio za nekog klijenta iz Amerike. I onda je taj njegov prijatelj povukao Alvina u to, a Alvin je povukao nas. I tak smo došli do tog klijenta za kojeg smo već počeli raditi za vrijeme faksa. I doslovno nam se jako svidio način rada i taj projekt na kojem smo radili. I onda je nekak' idući korak bio baš otvoriti firmu s obzirom da nam ništa nije falilo ako bi nastavili isto tak raditi. I to je bio taj neki početak, zahvaljujući zapravo tom klijentu što smo ga našli. Upravo je studentski „networking“ pomogao u tome.

ISTRAŽIVAČ: Možete li ukratko opisati proces osnivanja Vašeg poduzeća?

ISPITANIK: Znači prvo smo razmišljali kaj da osnujemo. Znači znali smo da postoji obrt, j.d.o.o. i d.o.o. i to sve, ali nekako nam je prvo bilo skužiti koji oblik poduzeća želimo otvoriti. I tu isto nismo baš imali znanja, mislim općenito oko otvaranja toga svega. To nije nešto s čime smo se prije susreli. Tu je bilo jako puno toga novoga, jako puno istraživanja i ispitivanja. Na kraju smo odlučili na d.o.o. s obzirom da se to dosta isplatilo s obzirom da smo u sustavu PDV-a, a i općenito je tu razina slobode. Tak' da, to nam se činilo nekako najviše isplativo. Nakon toga smo sve to otvorili online putem stranice „e-Građani“. Isto tak' je bilo potrebno dosta ići u banku, kod javnog bilježnika, znači ta cijela procedura.

ISTRAŽIVAČ: Koliko dugo je trajao taj postupak otvaranja?

ISPITANIK: Samo otvaranje firme nije dugo trajalo jer je bilo online, ali ostalo kaj je slijedilo poslije toga je dosta dugo trajalo. Ali mislim da je najveći dio vremena oduzelo to istraživanje i ispitivanje. Mislim da je trajalo to sve oko par mjeseci, ali se malo odužilo zbog prijave za poticaj, a zaposlenici iz HZZ-a su bili na godišnjem odmoru i onda se malo odužilo to čekanje radi toga. Morali smo napisati poslovni plan pa se odužilo da oni to ocijene pošto su bili na godišnjem.

ISTRAŽIVAČ: A kako funkcioniraju prijave za poticaje?

ISPITANIK: Znači mi smo morali poslati poslovni plan da oni vide dal' nam mogu dati poticaje. Dali je ta ideja koju imamo zapravo nešto što se isplati.

3. TRŽIŠTE

ISTRAŽIVAČ: Što se tiče djelovanja, na kojem području Vaše poduzeće djeluje?

ISPITANIK: Naše poduzeće djeluje na stranom području. Taj prvi klijent do kojeg smo došli je iz Amerike. Nakon toga smo došli do klijenta iz Singapura. Tak da da, po cijelom svijetu smo.

ISTRAŽIVAČ: Kakvi su Vam planovi vezani uz budućnost što se tiče područja djelovanja?

ISPITANIK: Pa ne znam. Bilo bi idealno i dalje raditi za strano tržište, ali naravno ako se nekad pruži prilika tu kod nas koja bi nam se činila zanimljivo, zakaj ne?

ISTRAŽIVAČ: A zašto radije strano, a ne domaće?

ISPITANIK: Pa ispostavilo se da je veći standard vani, što se tiče plaća i to, a i dosta je isplativo tamo. Mislim ima i kod nas super prilika, ali nekak' smo krenuli u tome smjeru i tako nam je sada dobro.

ISTRAŽIVAČ: Što se tiče klijenata, kakve aplikacije razvijate za njih?

ISPITANIK: Što se tiče klijenta iz Amerike, za njega razvijamo web trgovinu. Osim toga tu je i nekakva aplikacija upravljanje svim narudžbama i svim kupcima. Znači baš kompletni sustav s kojim im se poslovanje digitaliziralo. A druga firma iz Singapura, tu se radi o avio-industriji gdje razvijamo sustav za digitalizaciju procesa izrade dijelova za avione.

ISTRAŽIVAČ: Kakav je Vaš odnos s klijentima?

ISPITANIK: Znači za ovog prvog klijenta bi rekao da smo na prijateljskoj razini. Tako da nije samo da razgovaramo o poslu. Na primjer, šaljemo si filmove i slao nam je fotografije s rođendana djece i slično. Baš smo na toj nekoj prijateljskoj razini. Znači ta neka atmosfera gdje nije samo posao, to je baš užitek onda raditi.

ISTRAŽIVAČ: A klijent iz Singapura?

ISPITANIK: S njime smo za sad na malo profesionalnijoj razini. Nije kao s prvim klijentom. Ali da, čujemo se svaki dan pa je dosta dobra komunikacija i odnos.

ISTRAŽIVAČ: Znači usluge pružate samo pravnim osobama za sad?

ISPITANIK: Da.

4. KARAKTERISTIKE PODUZETNIKA

ISTRAŽIVAČ: Možete li ukratko ispričati nešto općenito o sebi?

ISPITANIK: Znači, ja sam Filip i dolazim iz Čakovca. Trenutno imam 24 godine. Pohađao sam FOI i završio sam diplomski studij.

ISTRAŽIVAČ: A koji smjer?

ISPITANIK: Znači na preddiplomski sam išao za smjer „Informacijski i poslovni sustavi“, a diplomski „Programsko inženjerstvo“. Tu sam upoznao super ljude s kojima se i danas družim.

ISTRAŽIVAČ: Jeste li zadovoljni odabirom fakulteta i kako Vam je bilo pohađati upravo FOI?

ISPITANIK: S preddiplomskim sam zadovoljan. Dosta sam naučio tako neke korisne stvari, ali općenito to područje informatike i to, mislim da se ipak ne može očekivati od faksa da sve naučiš na faksu. Znači trebaš i sam nešto, istraživati i sve. Jako je dobra prilika bila i CPSRK na faksu koji objavljuje natjecanja i projekte, pa je tu bilo dosta prilika za iskoristiti. A diplomski, nekak je program prema mojem mišljenju bio zastarjeli i imam osjećaj da nisam baš puno znanja mogao izvući iz toga. Nije to bilo baš nešto što me stvarno zanimalo, evo iskreno. Ali ipak, isplatilo se sve to upravo zbog društva i svih prilika koje su došle. Isto tak, fakultet mi je dao neku širu sliku o svemu. Na primjer, računovodstvo me nije uopće zanimalo, a sad dok imam svoju firmu mi je to znanje baš bitno. Mislim da je tako i za druge stvari bilo. Iako te ne zanima, dobiješ bar uvid u to područje.

ISTRAŽIVAČ: Taj zastarjeli sustav, nije Vas to demotiviralo u smislu da odustanete?

ISPITANIK: Pa iskreno, je. Ali koliko sam razgovarao s drugim ljudima, to je nekak' standardno za faks da jednostavno ima stvari koje ti ne trebaju. Mislim ak' sam već krenuo na faks onda budem to i završio i iskoristio maksimalno.

ISTRAŽIVAČ: Kada ste shvatili da Vas zanima tehnologija? Možete li to ukratko opisati?

ISPITANIK: To sam shvatio dosta rano jer mi se tata bavi isto informatikom. Tako da, dosta od malena, čak od osnovne škole me to sve zanimalo. I u srednjoj sam već znao da želim programirati. Već sam onda istraživao tehnologiju i to sve pomalo.

ISTRAŽIVAČ: Imate li kakvo prijašnje iskustvo koje je vezano uz Vaše trenutno djelovanje?

ISPITANIK: Da, znači za vrijeme faksa sam već freelancao. Znači postoji jedna platforma gdje klijenti objavljuju projekte a freelanceri se javljaju na to. I tu sam zapravo uz faks na par projekti radio i dosta iskustva stekao. I to ne samo programiranje nego i komunikacija s klijentima.

ISTRAŽIVAČ: Kada Vam se probudila prva želja za osnivanjem poduzeća?

ISPITANIK: Pa na kraju prve godine diplomskog kada smo upoznali tog prijatelja koji nas je upoznao s tim klijentom. A onda kad smo s vremenom radili na projektima, onda se već javilo to da bismo htjeli nastaviti s tim. Logično nam je nekak' bilo otvoriti nešto svoje. I da, pred par

godina sam baš rekao da ne bi htio otvoriti svoju firmu. Mislim imati firmu sam vidio u smislu da si dosta podređeni papirima i to, a da manje vremena ostaje za samo programiranje. Ali evo, sad je nekak' prirodno došlo to sve. Mislim programiram ja i dalje, ali opet sam dobio i iskustva s nekih drugih smjerova koje nije na odmet.

5. PREDNOSTI I BARIJERE ZA ULAZAK MLADIH U SVIJET PODUZETNIŠTVA

ISTRAŽIVAČ: Koji su glavni razlozi koji su utjecali na osnivanje poduzeća Do More?

ISPITANIK: Pa taj klijent, a mislim da isto i sloboda koju imam dok imam svoju firmu. Znači mogu raditi kad god hoću, biram svoju tehnologiju i svoje projekte. Znači ima baš dosta slobode, ali i dosta odgovornosti.

ISTRAŽIVAČ: Možete li navesti prednosti koje za sobom nosi poduzetništvo za mladu osobu?

ISPITANIK: To sam baš danas razgovarao s nekim. Pa evo mislim da bi se mlade trebalo potaknuti već na faksu da ono, pokušaju nešto svoje jer puno njih ima nekakvu ideju. Ali ipak, nemaju volju i želju probati pa bi ih trebalo potaknuti na to. Tu je dobar primjer FOI koji baš potiče studente da probaju. Što se tiče prednosti, mislim da je samostalnost jedna od najbitnijih za mene.

ISTRAŽIVAČ: Pošto ste mladi poduzetnik, jesu li Vam financije predstavljale problem prilikom osnivanja poduzeća?

ISPITANIK: Ne, nisu. Prijavili smo se na HZZ za poticaje. Dobili smo oko 110.000,00 kuna poticaja za pothvat. Jedan dio je bio namijenjen za opremu, a račune smo njima morali poslati i opravdati trošak. Ostalo smo mogli trošiti kak' smo htjeli, mislim nismo morali opravdati računima. To je bila dosta dobra pomoć. Isto tako smo s FOI-om potpisali ugovor. S time nam oni prvu godinu plaćaju računovodstvo, smještaj u Tehnološkom parku i pravne usluge. Tako da tu su nam isto dosta olakšali pa mislim da nije bilo problema s tim.

ISTRAŽIVAČ: Je li strah bio prisutan prilikom osnivanja poduzeća?

ISPITANIK: Ne bi baš rekao strah, ali nismo znali u šta se upuštamo. Mislim znali smo da nas zanima to i da je dobra prilika za probati. Tak' da, strah baš i ne jer ono, ako i ne uspije znali smo da smo barem probali.

ISTRAŽIVAČ: Kako je nestrpljivost i želja za uspjehom utjecala na početak poslovanja?

ISPITANIK: Mislim da onak', nismo se baš fokusirali na ciljeve, to jest prihode. Više smo se fokusirali na proces razvoja tog softvera i kako ga poboljšati. Jer ukoliko mali dio procesa poboljšamo, onda budu i rezultati sigurno bolji.

ISTRAŽIVAČ: Predstavljaju li Vam financije prepreku danas?

ISPITANIK: Ne, stvarno ne.

ISTRAŽIVAČ: Kako je reagirala okolina, uključujući prijatelje i obitelj na Vaš poduzetnički pothvat?

ISPITANIK: Obitelj me poticala. Tata ima firmu pa nam je davao dosta savjeta. Tako da da, poticali su me. Prijatelji isto. A što se tiče malo starijih osoba, to im je možda bilo malo čudno što neko tak' mladi ide otvarati firmu. Mislim, ne čudno u lošem smislu nego čudno jer smo mladi pa je nekak' danas normalno da završimo školu i zaposlimo se.

ISTRAŽIVAČ: Kada ste pohađali fakultet, je li bilo teško uskladiti obaveze s poslom?

ISPITANIK: Pa da. Bilo je dosta zahtjevno. Ali opet, tu sam naučio što je to „time management“ i kako uskladiti to sve što trebam. Mislim, ako me to zanima onda budem se potrudio to uskladiti da to sve uspije.

ISTRAŽIVAČ: Utječe li manjak slobodnog vremena na motivaciju?

ISPITANIK: Pa ne, ne bih rekao. Ukoliko se desi da nešto što nije baš bitno iskrzne na poslu, tu je ta moja sloboda da odradim ono što moram i što sam dogovorio, a posao odradim onda kasnije kad stignem. Tako da je opet tu taj „time management“ bitan. Ali da bi baš bio uskraćen, to ne. Znam da postoje oni koji ne spavaju po noći i cijelo vrijeme su u poslu, ali to je na primjer nečega što ne bih želio nikad.

ISTRAŽIVAČ: A koje je Vaše radno vrijeme?

ISPITANIK: Od ponedjeljka do četvrtka smo u Tehnološkom parku u uredu od 9 do 17, a u petak smo od doma.

ISTRAŽIVAČ: To znači da si u petak možete rasporediti radno vrijeme prema želji?

ISPITANIK: Da, da.

ISTRAŽIVAČ: Jeste li se susreli s kakvim stereotipovima prilikom poslovanja pošto ste mladi poduzetnik?

ISPITANIK: Stereotipovima? Ne, mislim da ne. To jest, jedino to što ljudi ne očekuju baš da tak' mlada osoba pokrene svoju firmu. Ali nešto u lošem smislu, to ne.

ISTRAŽIVAČ: Postoje li još neke barijere s kojima se susrećete, a da ranije nisu bile navedene?

ISPITANIK: Pa barijera je bila jedino to što smo se upustili u nešto ovak' veliko i to što smo morali puno istraživati.

6. ULOGA SUSTAVA OBRAZOVANJA U OHRABRIVANJU MLADIH ZA ULAZAK U PODUZETNIŠTVO

ISTRAŽIVAČ: Kakav je bio utjecaj fakulteta na osnivanje poduzeća?

ISPITANIK: Pa na fakultetu smo došli do te ideje. Isto tak', CPSRK nas je potaknuo na potpisivanje tog ugovora s FOI-om. Tako da da, bila je dosta dobra podrška od strane FOI-a.

ISTRAŽIVAČ: A što se tiče profesora, jesu li i oni bili od pomoći?

ISPITANIK: Pa rekao bi da smo dosta dobru podršku dobili, pogotovo od profesora koji su u CPSRK-u. A ovak', osim toga, nije da smo baš tražili neke savjete pretjerano s naše strane.

ISTRAŽIVAČ: Jeste li kad molili za odgodu nekih projekata i slično zbog posla?

ISPITANIK: Nismo. Mislim bilo je jako napeto to sve uskladiti, ali uspjeli smo.

ISTRAŽIVAČ: Je li znanje koje ste stekli na fakultetu bilo dovoljno za ovakav pothvat?

ISPITANIK: Pa, mogu reći da su neke stvari za koje sam očekivao da mi neće ništa značiti zapravo bile jako korisne. Pogotovo računovodstvo za koje se ispostavilo da ne mogu bez toga. Tako da da, bilo je korisno

ISTRAŽIVAČ: Smatrate li da biste bili poduzetnik i da niste upisali fakultet?

ISPITANIK: To je baš pitanje za razmišljanje. Možda bi, a možda i ne bi. Mislim da bi ipak našao neki način da ostvarim to što imam danas, ali na neki drugi način i s drugim ljudima.

7. MEĐUODNOS PODUZETNIŠTVA MLADIH I VRIJEDNOSNOG SUSTAVA MLADIH

ISTRAŽIVAČ: Prema Vašem mišljenju, kakav vrijednosni sustav mladi imaju prema osnivanju poduzeća?

ISPITANIK: Pa mislim da je nekima to dosta neobično na neki način, ali opet, nadam se da na ovaj način nekoga potičem na tako nešto. Tu mi je isto tako dosta zanimljiv bio CPSRK koji je objavljivao svašta pa to onda dosta dobro utječe na studente i mijenja njihov način razmišljanja. Mislim da, ako se okolina s nečim bavi i nešto postigne, možda i neko drugi dobije samopouzdanje za baviti se nečime što ga zanima.

ISTRAŽIVAČ: Je li taj vrijednosni sustav mladih utjecao na Vašu odluku o osnivanju poduzeća?

ISPITANIK: Pa ne, mislim da ne. Bili smo čvrsti u svojoj odluci tako da ne.

ISTRAŽIVAČ: Smatrate li da je mladima u Vašoj okolini karijera zbilja važna ili mislite da imaju u potpunosti drugačije poglede na to nego li Vi?

ISPITANIK: Pa iskreno, mislim da velikoj većini nije, barem prema mojem razmišljanju. Većina ih ide na faks tek toliko da ga položi i ne interesira se baš za nešto izvan faksa. Ali ipak, mislim da postoji i manji dio mladih koji baš žele nešto svoje i posvećuju se projektima s kojima si nadopunjuju znanje. Mislim, ima različitih ljudi s različitim prioritetima.

ISTRAŽIVAČ: Kakva su Vaša iskustva sa starijim poduzetnicima?

ISPITANIK: Pa prilikom dolaska u Tehnološki park, spojili su nas s jednom firmom koja se isto bavi razvojem softvera i to s ciljem da se upoznamo. Evo za taj primjer bi rekao da su bili jako pristupačni i baš se vidjelo da žele pomoći. Isto tak' i taj klijent iz Amerike. On je rekao da ukoliko nam treba kakav savjet vezan uz firmu da je on uvijek tu za nas.

ISTRAŽIVAČ: Jesu li tu postojale kakve predrasude?

ISPITANIK: Pa ne, stvarno nisu.

8. OSTALI MOTIVACIJSKI FAKTORI KOJI UTJEČU NA PODUZETNIČKU AKTIVNOST MLADIH

ISTRAŽIVAČ: Postoje li još koji faktori koji su utjecali na motivaciju za osnivanjem poduzeća, a da ranije nisu bili navedeni?

ISPITANIK: Pa, klijent i sloboda, a isto tako i natjecanja. Što se tiče natjecanja, nas troje koji radimo u firmi smo uvijek bili u timu. Ja sam većinom bio vođa i uvijek sam si razmišljao bi li mogao voditi firmu kao što vodim tim. Pa evo, mislim da mi je i to bila na neki način motivacija.

9. ZAKLJUČAK

ISTRAŽIVAČ: Imate li kakve planove vezane uz budućnost poslovanja poduzeća, a da mi ih smijete otkriti?

ISPITANIK: Pa, nemamo baš nešto da se fokusiramo baš na ciljeve, ali ono što planiramo je očuvati atmosferu koju sada imamo, znači ta prijateljska atmosfera gdje dođemo u Tehnološki park, zezamo se, radimo, razgovaramo i učimo. I evo, to bi bilo jako dobro očuvati. A osim toga, mislim da dva klijenta koja sad imamo su nam skroz dosta, barem za sad. Ukoliko se koja prilika pojavi, naravno da bismo dobro razmislili o tome.

ISTRAŽIVAČ: Što biste preporučili mladima koji razmišljaju o osnivanju poduzeća?

ISPITANIK: Rekao bih da, ako imaju nešto što ih zanima, neka onda u to ulože jako puno vremena i jako puno truda. To će im se s vremenom isplatiti. Možda ne ako se bave time kratko, ali nakon nekog vremena to će se sigurno isplatiti. Isto tako, neka iskoriste vrijeme na faksu i slično za upoznavanje novih ljudi sličnih interesa. Jer eto, možda će s nekima od njih

otvoriti firmu ili pak zajedno raditi. Isto tako, predlažem da iskoriste sve prilike koje im se sada nude jer tih prilika možda u budućnosti više neće biti.