

Prepreke i prilike mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj

Kardinar, Anđela

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:211:208873>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

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



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

Anđela Kardinar

**PREPREKE I PRILIKE MLADIH
PODUZETNIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2024.

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

Anđela Kardinar

JMBAG: 0016157362

Studij: Ekonomika poduzetništva

PREPREKE I PRILIKE MLADIH PODUZETNIKA U REPUBLICI
HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Izv. prof. dr. sc. Kristina Detelj

Anđela Kardinar

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio 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 ovom radu su opisane specifičnosti poduzetništva mladih te razlozi ulaska mladih u poduzetništvo. Nadalje, objašnjene su prepreke mladih kod ulaska u poduzetnički pothvat koje uključuju obrazovanje o poduzetništvu, kulturno okruženje, ekonomsko i pravno/političko okruženje te financiranje. Kako mladi mogu iskoristiti pogodnosti prilikom ulaska u svijet poduzetništva, objašnjene su prilike mladih poduzetnika koje se odnose na razne programe potpore te institucije i agencije koje pružaju potporu mladim poduzetnicima. Na samom kraju navedeni su primjeri mladih poduzetnika, te su se analizirali rezultati anketnog upitnika kojim su se procjenjivali stavovi mladih o ulasku u poduzetništvo. Zaključeno je kako mladi žele pokrenuti vlastiti posao zbog želje za samostalnošću, no često se ne odvažavaju na takav pothvat zbog manjka financijskih sredstava i straha od neuspjeha.

Ključne riječi: financiranje, poduzetništvo, prilike, mladi poduzetnici, poduzetničke prepreke, okruženje, programi potpore, potporne institucije

Sadržaj

1. Uvod	2
2. Specifičnosti poduzetništva mladih	3
3. Prepreke mladih poduzetnika	6
3.1. Obrazovanje o poduzetništvu.....	6
3.2. Kulturno okruženje	8
3.3. Ekonomsko i pravno/političko okruženje.....	10
3.4. Financiranje	12
4. Prilike mladih poduzetnika	15
4.1. Europski program razmjene za mlade poduzetnike	16
4.2. Nevjerojatni: program podrške poduzetnicima	17
4.3. Institucije i udruge za potporu i poticanje mladih poduzetnika	19
4.3.1. HBOR – Hrvatska banka za obnovu i razvitak	20
4.3.2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije	22
4.3.3. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva	23
4.3.4 CRANE - hrvatska mreža poslovnih anđela	24
5. Mladi poduzetnici u Republici Hrvatskoj	26
5.1. Albert Gajšak	26
5.2. Ivan Mrvoš	27
5.3. Istraživanje o mišljenju mladih o poduzetništvu.....	28
5. Zaključak	40
Popis literature	41
Popis tablica i grafikona	45

1. Uvod

Prilikom ulaska u svijet poduzetništva mladi se susreću s brojnim problemima i pitanjima kao što su kako pronaći prave informacije, kome se obratiti, hoće li naići na razumijevanje i podršku i kako će se uspjeti izboriti s nedaćama. Zbog navedenih problema, svrha ovog rada je pobliže istražiti prepreke s kojima se mladi susreću prilikom pokretanja vlastitog posla, ali i istražiti koje prilike im se pružaju kako bi lakše prebrodili prepreke na koje nailaze.

Tema ovog rada pod nazivom „*Prepreke i prilike mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj*“ objašnjena je kroz 5 poglavlja. U drugom poglavlju „*Specifičnosti poduzetništva mladih*“ objašnjene su specifičnosti poduzetništva mladih te razlozi ulaska mladih u poduzetništvo. Treće poglavlje „*Prepreke mladih poduzetnika*“ opisat će na koje prepreke nailaze mladi poduzetnici prilikom ulaska u poduzetnički pothvat. U sklopu trećeg poglavlja biti će objašnjen problem obrazovanja, kulturnog okruženja, ekonomskog i pravno/političkog okruženja te problem financiranja. U četvrtom poglavlju „*Prilike mladih poduzetnika*“ navode se prilike s kojima se mladi poduzetnici susreću u vidu programa razmjene za mlade poduzetnike, program podrške poduzetnicima te institucija i udruga za potporu i poticanje mladih poduzetnika. Peto poglavlje „*Mladi poduzetnici u Republici Hrvatskoj*“ sastoji se od primjera mladih poduzetnika te analize rezultata anketnog istraživanja o stavovima mladih o poduzetništvu. Nakon razrede teme rada, iznijet će zaključak autorice.

Prilikom izrade rada analizirala se relevantna literatura na temelju koje su se donosili zaključci, te se koristila komparacija izvora i studije slučaja za prikaz primjera. Osim toga prikupili su se primarni podaci anketom na terenu, nakon čega je odrađena statistička i grafička analiza podataka.

2. Specifičnosti poduzetništva mladih

Poduzetništvo mladih, odnosi se na poduzetničke pothvate koje pokreću osobe u rasponu od 18 do 24 godina, odnosno od 25 do 34 godina (Buble, Kružić, 2006, str. 148.). Iako su definicije poduzetnika brojne, Škrtić i Mikić (2011) definiraju poduzetnika prema Poslovnom rječniku Republike Hrvatske kao poslovnog čovjeka koji ulaže u pothvat kako bi stekao blagostanje. Pojam poduzetnika ne može se jednoznačno definirati, no zajedničke karakteristike svih definicija su kreativnost, spremnost na preuzimanje rizika, entuzijazam te stjecanje dobiti.

Razlike mladih poduzetnika i onih iskusnijih poduzetnika vidljive su u praksi. Mladi poduzetnici često nemaju jasno definiran plan, već ih zanima postoji li interes na tržištu za njihov trenutni hobi ili jednostavno samo žele raditi što vole pa se ne opterećuju planiranjem (Premužak, 2023). Kako hobi žele pretvoriti u posao te raditi ono što vole, mladim poduzetnicima glavni motiv ulaska u poduzetnički pothvat nije profit, već zadovoljstvo. Mladi poduzetnici u tim godinama još uvijek traže područja u kojima su dobri, koja njima osobno odgovaraju, te su spremniji preuzeti rizik, a ukoliko pothvat ne uspije, spremni su pokušati ući u neki novi pothvat (Premužak, 2023). Isto tako, mladi poduzetnici spremniji su uzimati kredite banaka ili pronaći neke druge investitore, dok iskusniji poduzetnici preferiraju uložiti vlastiti novac koji su prethodno uštedjeli (Premužak, 2023).

Važno je da je poduzetnik dobar lider, trebao bi se znati nositi s gubitkom, a ukoliko njegov pothvat uspije, trebao bi kontinuirano tražiti nove ideje, a upravo iz toga proizlaze neke od osnovnih karakteristika poduzetnika (Škrtić i Mikić, 2011, str. 101.). Prema Barringeru i Irrelandu zajedničke osobine svim uspješnim poduzetnicima su strast prema poslu, uporan rad, prepoznavanje prave prilike i njezino iskorištenje i usmjerenost na proizvod odnosno usmjerenost na kupca (Ribić, Pleša Puljić, 2020). S druge strane, prema McClellandu uz uporan rad potrebni su i inovativnost, odgovornost, samouvjerenost, razumno preuzimanje rizika i postavljanje ciljeva (Škrtić, Mikić, 2011, str. 101.). Kako je poduzetništvo složen, ali otvoren proces, a svaki poduzetnik je individua, teško je precizno definirati karakteristike uspješnog poduzetnika. Ulazak u poduzetništvo često nema formalnih prepreka već se prepreke pojavljuju u samim pojedincima pa tako i uspjeh poduzetnika najviše ovisi o njemu samom. Bez obzira je li poduzetnika idealist, optimizator, radnik, žongler ili održavatelj,

kako ih klasificiraju Škrtić i Mikić (2011, str. 105.), bez obzira u koju industriju ulazi i s kojim ciljem, treba biti svjestan prilika koje mu donosi poduzetništvo, potencijalnih rizika koji mu prijete, te uz dobro vodstvo, upravljanje rizikom, ustrajnost i strast može biti uspješan.

Jedan od najčešćih problema s kojim se susreću mladi, a samim time jedan od glavnih razloga ulaska u svijet poduzetništva je nezaposlenost. U istraživanju koje je proveo Buković (2012), mladi za nezaposlenost vrlo često krive obrazovni sustav za kojeg smatraju kako im ne pruža dobre temelje za rad, a kao uzrok toga navodili su prevelike upisne kvote na fakultetima koje kvare kvalitetu nastave. Isto tako, navode kako je za mnoge poslove potrebno radno iskustvo, kojeg oni u većini slučajeva nemaju, a navode kako i sami često djeluju nezainteresirano za mnoge poslove što poslodavce odbija, te ponekad nisu spremni trpjeti autoritet. Stopa nezaposlenosti mladih u Republici Hrvatskoj je u travnju 2023. iznosila 19% što je iznad prosjeka Europske Unije koji iznosi 13,9% (Eurostat, 2023.). Ukoliko se prouče prethodne godine, može se zaključiti kako stopa nezaposlenosti mladih u RH od 2018. do 2023. godine kreće između 17% i 22%, što je povoljnije u odnosu na razdoblje od 2013. do 2018. godine, gdje se stopa kretala između 50% i 23%, što bi značilo da nezaposlenost ipak pada (Federal Reserve, 2024b). Razlog „Zaraditi za život jer nema mogućnosti zaposlenja“ dominantan je razlog ulaska u poduzetništvo u Republici Hrvatskoj, on se odnosi na cjelokupnu populaciju, te je prema zastupljenosti iznad prosjeka Europske unije (GEM, 2023, str. 36.). Idući prema zastupljenosti je razlog „Napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod“. (GEM, 2023, str. 36.). Iz prethodno navedenih definicija poduzetništva vidljivo je kako poduzetnici ulaze u poduzetničke pothvate s ciljem sjećanja vlastitog blagostanja, te se može zaključiti kako je zbog toga razlog „Napraviti veliko bogatstvo ili veliki prihod“ zastupljen među poduzetnicima. Isto tako, poduzetnici često nastavljaju obiteljsku tradiciju što isto tako predstavlja jedan od razloga ulaska u poduzetništvo, kao i želja da uvedu nešto novo u svijetu (GEM, 2023, str. 36.).

Svaki od prethodno navedenih razloga sastavnica je motivacijskog indeksa koji, kako navodi predstavlja omjer poduzetnika koji su pokrenuli poduzetnički pothvat zbog želje da zarade, zbog toga što nastavljaju obiteljsku tradiciju ili žele pokrenuti promjene u svijetu i onih kojih su učinili isto jer su nezaposleni (GEM, 2023, str. 36) Motivacijski indeks Republike Hrvatske iznosi 1,66 što je relativno nisko, najniži motivacijski indeks trenutno u Europskoj Uniji ima Poljska te on iznosi 1,08 dok je najviši motivacijski

indeks u Švedskoj gdje iznosi 4,52 (GEM, 2023, str. 36.). Iako se prema navedenim podacima može zaključiti kako u Hrvatskoj više poduzetnika ulazi u poduzetnički pothvat zbog želje da zarade, da nastavite obiteljsku tradiciju ili žele pokrenuti promjene u svijetu, nego iz nužnosti, motivacijski indeks je relativno nizak te upozorava na relativno česte ulaske u poduzetništvo zbog nužnosti. GEM istraživanje (2023) podijelilo je Hrvatsku na šest regija kako bi se za svaku regiju izračunao motivacijski indeks, a te regije su: Zagreb i Okolica, Slavonija i Baranja, Sjeverna Hrvatska, Lika i Banovina, Istra, Primorje i Gorski Kotar i Dalmacija. Motivacijski indeks najviši je u Zagrebu i okolici gdje iznosi 1,96, a najniži u Istri, Primorju i Gorskom Kotaru gdje iznosi 1,32, što znači da u Zagrebu i okolici najviše poduzetnika započinje poduzetničke pothvate zbog uočenih prilika, a ne iz nužnosti (GEM, 2023, str. 79.)

3. Prepreke mladih poduzetnika

Mladi poduzetnici prilikom ulaska u svijet poduzetništva suočavaju se s brojnim nedostacima poduzetništva, a neki od njih, su nesigurna zarada, rizik od gubitka uloženog kapitala, neograničena odgovornost, nedefinirano radno vrijeme te velika količina stresa koja se odražava na zdravlje (Lupić, Bujan, 2017). Prema istraživanju koje je provedeno 2000. godine među 27 specijaliziranih agencija za podršku mladim poduzetnicima, glavni problemi s kojima se susreću mladi poduzetnici su nedostupnost poslovne podrške, nedostatak upravljačkih i marketinških vještina, financiranje pokretanja i rasta poduzeća, diskriminacija od strane pružatelja financijskih usluga te administrativni i zakonski zahtjevi, a uz te probleme javlja se i problem nepoznavanja stranih jezika (Buble, Kružić, 2006, str. 149). Uz sve nedostatke s kojima se mladi poduzetnici moraju nositi, vidljivo je kako nailaze i na mnoge barijere kao što je nedostatak obrazovanja o poduzetništvu, nepovoljno kulturno okruženje, nedostatak financijskih sredstva te nepovoljno ekonomsko i pravno okruženje.

3.1. Obrazovanje o poduzetništvu

Postojanje svih prethodno navedenih problema s kojima se susreću mladi poduzetnici dokazuje potrebu za educiranjem mladih o poduzetništvu kako bi se oni ohrabрили i odvažili ostvariti svoje ideje, te kako bi se otklonile glavne barijere s kojima se susreću prilikom ulaska u poduzetnički pothvat (Buble, Kružić, 2006, str. 151.).

Još u najranijoj dobi kod djece može se početi razvijati poduzetnički duh gdje djeca pokušavaju prodati svoje rukotvorine, peći kolače i tome slično, te ih se može početi educirati i usmjeravati kako da prebrode neke, za odrasle, minorne barijere. Istraživanje koje su provodile Baranović, Štibrić i Domović (2007) u 25 osnovnih škola ukazuje kako samo polovica učitelja sudjeluje u organiziranju i provođenju aktivnosti kojima se potiče poduzetnost. U promatrane aktivnosti ubraja se upoznavanje učenika s različitim zanimanjima na tržištu rada, upoznavanje uspješnih pojedinaca, aktivnosti u kojima učenici samostalno planiraju program i način provedbe istog, te aktivnosti u kojima pokazuju vlastitu solidarnost i pomažu onima kojima je potrebna njihova pomoć. U istom istraživanju, prema procjeni učitelja u promatranim školama, primjenjuju se metode i tehnike podučavanja koje su važne za razvoj poduzetnosti, a neke od tih su poticanje na samostalni, a zatim i na timski rad, preuzimanje rizika za odabir pojedine

aktivnosti u školi, poučavanje kako vlastitim radom mogu zaraditi novac za vlastite potrebe te poučavanje o važnosti planiranja vlastitih aktivnosti od čega je najzastupljenija tehnika poticanja na samostalni rad zato što učitelji smatraju kako je ona vrlo važna za razvoj poduzetnosti, dok se najmanje podučava o tome kako vlastitim radom mogu zaraditi novac za vlastite potrebe. Kako navode Baranović, Štibrić i Domović (2007), u osnovnim školama je djelomično prisutno poticanje poduzetnosti, no ono nije odrađeno planski i ciljem stvaranja poduzetničkog duha već je rezultat neki drugih aktivnosti. Istraživanje koje je provela Klepić Novalija (2012) među učenicima sedmih i osmih razreda pokazuje kako većina učenika povezuje poduzetništvo sa snalažljivošću, te kako bi, ukoliko bi se odlučili na pokretanje vlastitog posla udružili s prijateljima da lakše prebrode prepreke. Istraživanje je pokazalo kako, iako su učenici samouvjereni, uporni i vole raditi nove strani, nisu spremni preuzeti potencijalne rizike. Klepić Novalija (2012) navodi kako učenici drugog i trećeg razreda srednje škole ne vole preuzimati rizik i nisu skloni riziku iako ih se većina smatra samouvjerenima, upornima i odgovornima. Isto tako, istraživanje pokazuje kako je znanje o poduzetništvu izrazito skromno. Samo nešto više 10% ispitanih učenika zna tko je poduzetnik, 2% ispitanika upoznato je s učeničkim poduzetništvom, dok oko 40% njih želi učiti o poduzetništvu. Kako navodi Klepić Novalija (2012), mladi posjeduju izuzetno dobre osobine kao što su samouvjerenost, upornost i kreativnost koje se mogu dobro iskoristiti.

Buković (2012) navodi kako mladi često izražavaju nezadovoljstvo zbog programa na fakultetima. Smatraju kako mali broj mladih izlazi iz obrazovnog sustava s potrebnim vještinama, znanjima i drugim karakteristikama koje bi im omogućile uspješno obavljanje posla. Isto tako, smatraju da se kriteriji na fakultetima sve više spuštaju, što dovodi do brojnih problema prilikom izlaza iz obrazovnog sustava, a kao uzročnika tog problema navode Bolonjski proces.

Kako navodi GEM istraživanje (2023), indeks poduzetničke aktivnosti po obrazovnim razinama najveći je kod tercijarno obrazovanih i postdiplomski obrazovanih osoba, a isto tako je vidljivo kako razina obrazovanja utječe na karakteristike poduzetnika. Osobe koje su stekle višu razinu obrazovanja više vjeruju u svoje znanje i vještine, češće uoče dobre prilike te su bolje umreženi, a to je koliziji s vjerovanjima mladih desetak godina ranije da im fakultet ne donosi znanja i vještine koje im trebaju da budu uspješni poduzetnici. (GEM, 2023, str. 32.)

Nedostatak obrazovanja o poduzetništvu i to posebice u osnovnim i srednjim školama, prepoznato je kao usko grlo koje negativno utječe na poduzetničku aktivnost (GEM, 2023, str. 91.). Iako se biti poduzetnikom ne uči, postoje određene vještine koje se od najranije dobi mogu poticati kod djece, a kasnije i kod mladih kako bi mladi bili spremniji i odvažniji da svoje ideje pretoče u svoj posao. Kako navode Hisrich, Peters, Shepherd (2011) poduzetnici trebaju razmišljati drugačije od nepoduzetnika zbog neizvjesnog okruženja te zbog toga je obrazovanje o poduzetništvu neophodno.

3.2. Kulturno okruženje

Kulturno okruženje, zajedno s demografskim, ekonomskim, političkim, pravnim, tehnološkim i ekološkim okruženjem čini makrookruženje poduzetnika koje predstavlja skup čimbenika na koje poduzetnik ne može utjecati, već ih mora kontinuirano pratiti te svoje odluke prilagođavati danoj situaciji (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 67.).

Pojam kulture teško je jednoznačno definirati te ga različiti autori definiraju na različite načine. Mesić (2007) definira kulturu kao jedan od izuzetno složenih pojmova u društvenim i humanističkim znanostima, nešto što je naučeno, odnosno stvoreno od čovjeka. Definicija Edwarda Tylora govori kako je kultura skup različitih čimbenika poput morala, zakona i vjerovanja i svih ostalih čimbenika koje su zapravo sposobnosti koje čovjek mora imati u zajednici (Škrčić, Mikić, 2011, str. 47.). Nadalje, kultura se definira kao ponašanje i razmišljanje koje roditelji prenose na djecu ili se pak to ponašanje i razmišljanje prenosi preko društvenih organizacija i primjenjuju u društvu (Hisrich, Peters, Shepherd 2011, str. 95.).

Kao što je vidljivo iz prethodnih definicija, pojam kulture ne može se jednoznačno odrediti, a kao takav se sastoji od nekoliko čimbenika. U čimbenike kulture se ubrajaju religija, jezik, obrazovanje, pravila ponašanja i običaji te društvena struktura (Hisrich, Peters, Shepherd 2011, str. 96.). Svaki od navedenih čimbenika u pojedinim slučajevima može pozitivno ili negativno utjecati na poduzetnika, a sve to ovisi o okolini u kojoj se poduzetnik nalazi i o tome kako će poduzetnik reagirati na određene situacije, jer, kako je prethodno navedeno, poduzetnik se kulturnom okruženju prilagođava.

Religija utječe na poduzetništvo onoliko koliko je dominantna u određenoj kulturi (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011, str. 97.). Prema posljednjem popisu stanovništva u

Hrvatskoj živi gotovo 80% stanovnika katoličke vjeroispovijesti, 3,32% stanovnika su pravoslavci, 1,32% su muslimani, udio ateista je 4,71%, dok se nešto više od 1% stanovnika nije željelo izjasniti (Državni zavod za statistiku, 2021). Prema European Values Study (2008), važnost vjere na skali od 1 do 10 u Hrvatskoj je 7, dok je u nekim drugim europskim državama kao što su Francuska, Velika Britanija i Norveška važnost vjere ispod 4, prema čemu se da zaključiti kako vjera i religioznost u Hrvatskoj izrazito važna. Iako religija koja je dominantna u Hrvatskoj ne ograničava poduzetnike te im ne postavlja pravila koja moraju zadovoljavati, no u pojedinim religijama postoje određena pravila koja mogu predstavljati prepreke mladima za ulazak u poduzetništvo, a jedan od takvih primjera je halal poduzetništvo koje je podložno pravilima šerijata, što je važno za one poduzetnike koji pokreću posao izvoza u zemlje gdje takva pravila postoje.

Jezik, kao jedan od elemenata kulture često predstavlja problem mladima u vidu nepoznavanja stranih jezika koje im predstavlja problem za buduće poslovanje i umrežavanje. U Hrvatskoj 20,6% populacije ne govori niti jedan strani jezik, 50,3% govori jedan strani jezik, dva strana jezika govori oko 23,2%, dok tri strana jezika govori 5,9% (Statista, 2022). Iako se prethodno navedeni podaci odnose na cijelu populaciju, problem mladih često je da znaju pričati samo jedan strani jezik, te je taj strani jezik najčešće engleski, a za umrežavanje i buduće poslovanje korisno je poznavanje i drugih stranih jezika, u ovisnosti o tržištima na koja će mladi poduzetnici izlaziti.

Društvena struktura jedna je od važnijih sastavnica kulture jer u nekim državama je primjerice društvena podjela izuzetno vidljiva i jaka i uvelike utječe na poduzetnike, primjerice u Indiji postoji hijerarhija u društvu koje je podijeljeno po klasama što za većinu mladih može prepreke (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011, str. 97.). Iako u Hrvatskoj ne postoji takva podjela društva, mladim poduzetnicima poslovanje sa poduzetnicima iz takvih zemalja može predstavljati problem ukoliko ne znaju kako se određeni društveni sloj ponaša.

Nadalje, pravila ponašanja i običaji (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011, str. 99.). potrebno je razumjeti te pažljivo promotriti jer ona ne predstavljaju problem samo mladim već i iskusnijim poduzetnicima jer kod svake kulture postoji prihvatljivo, odnosno neprihvatljivo ponašanje, različiti načini pregovaranja te razni načini darivanja koji mogu dovesti do zabluda ili do sukoba među poslovnim partnerima. Tako je, primjerice, u Kini običaj darove prihvaćati s obje ruke, te ih se ne otvara odmah kada

je poklon dobiven, već ga primatelj mora otvoriti sam bez nazočnosti drugih osoba, a ukoliko se otvori odmah, poslovni partner taj čin može shvatiti kao znak nepoštovanja (Hisrich, Peters, Shepherd, 2011, str. 99.).

Uz pravila ponašanja i običaje usko su povezane vrijednosti i norme. Vrijednosti se mogu definirati kao ideje koje često nisu poduprte dokazima te se njima određuje što je dobro ili što je loše, a iste te vrijednosti sadržane su u normama ponašanja (Škrčić, Mikić, 2011, str. 49.). Različiti sustavi vrijednosti te stigme koje se iz njih rađaju mogu mlade obeshrabriti da se odluče na samostalno pokretanje posla. Neke od stigme koje su nastale u društvu, a povezane su uz poduzetništvo su da su poduzetnici kockari koji posluju nesigurno i ne obraćaju pažnju na rizik kako bi dobili novac kojim su motivirani. Isto tako, često se navodi kako se poduzetnikom ne može postati ili naučiti već da je neophodno roditi se kao poduzetnik, a često smatra da su poduzetnici željni pažnje te da vole biti u centru zbivanja (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 36.). Iako za neke poduzetnike neki od navoda mogu biti točni, oni se nikako ne mogu povezivati sa svim poduzetnicima, jer sam način njihova rada i ishod njihovih ideja ovisi o njima samima, te se takvim izjavama ne bi trebalo obeshrabrivati mlade.

Kulturne i društvene norme najlošije su ocijenjene od svih komponenta poduzetničke okoline u razdoblju od 2014 do 2022. godine (GEM, 2023, str. 36.). Kulturne i društvene norme kao komponenta poduzetničke okoline u Hrvatskoj ocijenjene su na skali od 1 do 10 2022. godine s 3,38, dok je iste godine prosjek Europske unije 4,46, a najbolju ocjenu dala je Litva (6,43) (GEM, 2023, str. 36.). 2020. i 2021. Hrvatska je od svih sudionika najlošije ocijenila kulturu i društvene norme i to 2020. s 3,25, a 2021. s ocjenom 2,96 (GEM, 2023, str. 97.). Iz danih podataka je vidljivo kako se 2022. godine ocjena poboljšala, no i dalje je prema istraživanju kulturno okruženje izuzetno loše za poduzetnike te ih ne podupire.

3.3. Ekonomsko i pravno/političko okruženje

Kako je navedeno u prethodnom poglavlju, ekonomsko, političko, pravno, kulturno, demografsko tehnološko i ekološko okruženje čini makrookružje poduzetnika koje je skup čimbenika na koje poduzetnik ne može utjecati, već im se mora prilagođavati i temeljem analiziranja istih donositi odluke (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 67.). Prema tome, ekonomsko okruženje obuhvaća gospodarsku situaciju zemlje i

svijeta, bruto domaći proizvod, javni dug, kretanje kamatnih stopa, zaposlenost odnosno nezaposlenost, stabilnost valute i tome i slično (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 70.). Političko/pravno okruženje čine zakonski okviri države koji se sastoje od propisa, odluka i uredba zemlje, a čije je poznavanje ključno za mlade poduzetnike (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 72.)

Gospodarska situacija zemlje i svijeta u proteklih nekoliko godina nije bila najpovoljnija za mlade poduzetnike. Zbog pandemije COVID-19 2020. godine globalno gospodarstvo je padalo, dok je globalno siromaštvo raslo (World Bank Group, 2020, str. 2.). Prema izvještaju World Bank Group, utjecaj pandemije bio je različit u različitim zemljama i sektorima, pri čemu su maloprodaja, turizam i dijelovi uslužnog sektora bili najviše pogođeni krizom, dok je sektor informacijsko-komunikacijske tehnologije mogao napredovati zbog prelaska s klasičnog modela poslovanja na hibridni model ili na rad od kuće. Pogoršanje ekonomskih prilika u Hrvatskoj bilo je gore nego u kriznoj 2009. godini, što nije bila povoljna situacija za otvaranje novih poduzeća (Hrvatska narodna banka, 2022).

Uz pandemiju COVID-19, 2022. godine Rusko-ukrajinski oružani sukob još jedan je događaj koji je negativno utjecao na gospodarsku situaciju svijeta. Sukob je posebice utjecao na prehrambena i energetska tržišta, doveo je do poremećaja opskrbnih lanaca te je doprinio inflatornim pritiscima, posebice u Europi (Arce, Koester, Nickle, 2023). Još jedan događaj koji je utjecao na gospodarsku situaciju svakako je i povećanje kamatnih stopa od strane Sustava federalnih rezervi. Stopa se 2023. godine kreće između 5,25% i 5,50%, što predstavlja najveću stopu od 2001. godine kada je u siječnju te godine iznosila 5,98%, a u prosincu 1,82% (Federal Reserve Economic Data, 2024a). Istovremeno, kamatne stope Europske središnje banke bile su 4,5%, što je najviša kamatna stopa još od financijske krize 2008. godine (European Central Bank, 2023).

Uz prethodno navedene događaje, na gospodarsku situaciju zemlje utjecalo je i uvođenje eura kao službene valute Republike Hrvatske 2023. godine. Iako su za neke prednosti uvođenja eura bile brojne, poput smanjenja valutnog rizika i lakšeg poslovanja s inozemstvom, mnogi smatraju kako je najveći nedostatak istog gubljenje neovisne monetarne politike te povećanje razine cijena koji imaju negativan utjecaj na gospodarstvo zemlje.

Vlada Republike postavlja pravni okvir i zakone koji reguliraju poslovnu praksu i definiraju način poslovanja te prava i obveze (Škrtić, Mikić, 2011, str. 51.). Poduzetnici podliježu brojnim zakonima, a neki od njih su Zakon o trgovačkim društvima, Zakon o računovodstvu, Zakon o porezu na dobit, Zakon o obveznim odnosima i ostali zakoni čije je poznavanje nužno za poslovanje. Mnogi mladi, ali i oni iskusniji poduzetnici žale se na izuzetno zamršenu birokraciju Hrvatske kojoj se vrlo teško prilagođavati, zbog čega mladi poduzetnici, posebice iz IT sektora, osnivaju svoja poduzeća u inozemstvu. Vladine politike koje se odnose na podršku poduzetnicima prema GEM istraživanju ocjenjuju se na skali od 0 do 10, pri čemu je nula najlošiji rezultat, a da 10 najbolji rezultat.

Tablica 1. Vladine politike-prioriteti i podrška, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2020.	3,21	4,42	6,14	Nizozemska	3,21	Hrvatska
2021.	2,72	5,52	6,27	Francuska	2,72	Hrvatska
2022.	3,11	4,28	5,97	Francuska	2,74	Poljska

Izvor: GEM, 2023, str. 87

Iz prethodno navede tablice vidljivo je kako je 2020. i 2021. godine Hrvatska najlošije ocijenila Vladine politike vezane uz podršku poduzetnika u odnosu na sve ostale europske zemlje. 2022. godine ocjena se povećala na 3,11 čime Vladine politike vezane uz podršku poduzetnicima nisu više najlošije ocjenjene u EU (GEM, 2023, str. 87.). Vladine politike vezane uz poreze i regulativu isto tako se ocjenjuju na skali od 0 do 10, a ocjene su prikazane u Tablici 2.

Tablica 2. Vladine politike-porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2020.	2,48	3,74	5,91	Nizozemska	2,48	Hrvatska
2021.	3,43	4,7	6,82	Nizozemska	3,36	Slovačka
2022.	3,71	4,67	6	Nizozemska	3,29	Španjolska

Izvor: GEM, 2023, str. 87

Iz tablice je vidljivo kako je 2020. godine Hrvatska najlošije ocijenila Vladine politike vezane uz poreze i regulative u odnosu na ostale zemlje EU. Rezultat se 2021. i 2022. poboljšao, no navodi se kako se nova i rastuća poduzeća teško nose s birokracijom, pravnim i regulatornim zahtjevima, kako su porezne politike nekonzistentne i nepredvidive te kako javne nabave ne daju sustavno prednost novim poduzećima iz čega je vidljivo kako postoji mjesta za napredak (GEM, 2023, str. 87.). Isto tako, izjava „Novim i rastućim poduzećima nije pretjerano teško nositi se sa vladinom birokracijom, pravnim zahtjevima i zahtjevima dobivanja raznih dozvola.“ je 2022. ocijenjena s 2,35, a izjava „Visina poreznih obveza NIJE teret za nova i rastuća poduzeća.“ je iste godine ocijenjena s 2,78 (GEM, 2023, str. 99.). Uz prethodne dvije izjave, izjava „Širok raspon vladine pomoći za nova i rastuća poduzeća, može biti dobiven kontaktom sa samo jednom agencijom.“ ocijenjen je s 2,89, što dokazuje da je birokracija u Hrvatskoj izuzetno složena (GEM, 2023, str. 99.)

3.4. Financiranje

Buble i Kružić (2006) navode kako su financijski resursi ključni resursi za početak poslovnog pothvata jer ulaganje u imovinu, ljudski rad, ili bilo koji drugi element poslovanja nije moguće bez financijskih sredstava. Prikupljanje novčanih sredstava veliki izazov za sve poduzetnike u svim industrijama, a posebice onim „manje privlačnim“, a izazov postaje još zahtjevniji zbog stalnih promjena na tržištu (Škrtić, Mikić, 2011, str. 253.). Prilikom odabira načina financiranja, od svakog poduzetnika očekuje da investira u projekt i vlastiti kapital, a ne samo tuđi, iako bi to za poduzetnike, kako oni smatraju, bila povoljnija situacija jer bi tako smanjili financijski rizik (Škrtić, Mikić, 2011, str. 255.). Jednim od unutarnjih poslovnih rizika smatra se i rizik strukture sredstva poduzeća, koji može biti kvantitativan i kvalitativan, pri čemu se kvantitativan ogleda u nerazmjeru vlastitih i tuđih sredstava, a kvalitativan se očituje u nemogućnosti podmirenja dugovanja (Deželjin i suradnici, 2002, str. 175.). Pod pretpostavkom da su poduzetnici najčešće osobe od 45 do 55 godina, vlastita sredstva za financiranje pronalaze u ušteđevini koju su stekli radeći ili sredstva koja su dobili putem otpremnina (Škrtić, Mikić, 2011, str. 255.). Pod pretpostavkom da se mladi poduzetnici ne mogu u tolikoj mjeri oslanjati na otpremnine i ušteđevine, najčešće se smatra kako je nužno da se zadužuju, što predstavlja prepreku za ulazak u poduzetništvo.

Poduzetnik prije ulaska u pothvat treba znati je li projekt isplativ, mora znati koji je minimalni opseg realizacije te minimalna prodajna cijena, kada će ostvariti povrat sredstva koje je uložio, je li projekt osjetljivi na promjenu cijena ili promjenu količina, a ukoliko nema odgovor na ta pitanja potrebno je napraviti financijskih plan (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 171). Mladi poduzetnici, zbog nedostatka znanja, često nisu svjesni važnosti financijskog plana, a ukoliko ne znaju odgovor na prethodno navedena pitanja o poslovnom pothvatu, mogu se upustiti u poslovnu aktivnost čiji rezultat može biti izuzetno nepovoljan za njih. Isto tako, ponekad se mladi oslanjaju samo na kreditne institucije prilikom financiranja svojih projekata, a postoje mnogi drugi, za njih povoljniji, načini financiranja kao što su programi potpore ili financiranje poslovnih anđela, o čemu će više biti riječi u nastavku.

Dostatnost financijskih sredstva u Hrvatskoj prema GEM istraživanju ocjenjuje se na skali od 0 do 10 pri čemu je 0 najlošija ocjena, a 10 je najbolja ocjena.

Tablica 3. Dostatnost financijskih sredstava, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2021.	4,3	5,04	7,13	Finska	3,56	Cipar
2022.	4,83	4,8	6,31	Nizozemska	3,38	Cipar

Izvor: GEM, 2023, str. 86

U obje godine dostatnost financijskih sredstva niža je od prosjeka Europske unije koji je 2022. iznosio 4,80, a 2021. je iznosio 5,04, iz čega se može zaključiti da se 2022. godine udaljenost od prosjeka Europske unije smanjila (GEM, 2023, str. 86.). Najbolje ocjenjena dostatnost financijskih sredstva 2022. je u Nizozemskoj, a najlošije ocjenjena je u Cipru iz čega se može zaključiti da je rezultat Hrvatske bliže rezultatu Cipra (GEM, 2023, str. 86.). Kako navodi GEM istraživanje, lakoća dobivanja financijskih sredstava ocjenjuje se na skali od 0 do 10.

Tablica 4. Lakoća dobivanja financijskih sredstava, Hrvatska i EU zemlje

Godina	Hrvatska	EU	Najbolji		Najlošiji	
2021.	3,73	4,71	6,61	Finska	3,65	Slovenija
2022.	4,11	4,57	5,77	Nizozemska	3,38	Poljska

Izvor: GEM, 2023, str. 86

Kako je prikazano u Tablici 4. lakoća dobivanja financijskih sredstava u Hrvatskoj 2022. godine ocjenjena s 4,11, dok je prosjek Europske unije 4,57. Lakoća dobivanja

financijskih sredstava 2022. godine najbolje je ocjenjena u Nizozemskoj, a najlošije u Poljskoj, a iz tablice se može zaključiti kako je rezultat Hrvatske bliže rezultatu Poljske. Iako rezultati istraživanja nisu najlošiji i nisu toliko udaljeni od prosjeka, oni mogu biti važne informacije i podloga za odlučivanje svim relevantnim institucijama kako financiranje mladim poduzetnicima ne bi predstavljalo jednu od ključnih prepreka u početku poslovanja.

4. Prilike mladih poduzetnika

Iako postoje brojne prepreke i nedostaci poduzetništva, s druge strane, postoje i brojne prednosti. Prednosti koje se vide prilikom ulaska u poduzetništvo su: stjecanje kontrole nad vlastitom sudbinom, mogućnost mijenjanja postojeće stvarnosti i iskorištenja vlastitih potencijala, priznatost u društvu, te uživanje u poslu (Škrtić i Mikić, 2011, str. 33). Kako bi mladi poduzetnik mogao preuzeti kontrolu nad vlastitom sudbinom, kako bi se bavio poslom kojim voli, a ne smatra ga zamornim i dosadnim te kako bi u konačnici stekao profit, brojne institucije i udruge nude potpore i poticaje da bi im olakšali pokretanje vlastitog posla, a neke od njih su: razvojne agencije, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR), Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE), Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR), Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG BICRO), te razni programi koje nudi Europska unija. U ovom poglavlju će detaljnije biti objašnjeni navedeni programi potpore te institucije i agencije koje nude podršku mladim poduzetnicima jer se upravo oni, za mlade poduzetnike, mogu smatrati prilikama. Prvi će biti objašnjen Europski program razmjene za mlade poduzetnike.

Osim prilika koje im nude država i institucija, mladi mogu iskoristiti prilike koje leže u njima samima. Vrbanus (2020) navodi kako su mladi u dobi od 16 do 14 godina u Hrvatskoj vodeći u Europskoj Uniji po digitalnoj pismenosti, koja se povećala posebice u doba pandemije virusa Covid. Znanja i vještine koje posjeduju mladi, a vezani su za digitalnu pismenost, mogu im pomoći u prikupljanju informacija povezivanju s raznim velikim poduzetnicima diljem svijeta, ali i onima koji posjeduju mala i mikro poduzeća te su nedavno prolazili kroz proces otvaranja poduzeća. Isto tako, društvena svijest, kao i svijest o okolišu, mnogo je razvijena kod mlađih generacija koje u takvim sektorima lako uoče priliku, što većinom nije slučaj kod starijih generacija (Godigital, 2023). Nadalje, mladi teže vizualnom te veliku pažnju pridodaju dizajnu. Osim na dizajn proizvoda veliki je napor usmjeren na dizajn internetskih stranica i društvenih mreža (Šimunić Rod, 2020). Sve od prethodno navedenog može biti prilika za mlade poduzetnike da pokrenu vlastiti posao u nekom od navedenih sektora ili da se njihov proizvod ili usluga baš po tim karakteristikama razlikuje od konkurencije.

4.1. Europski program razmjene za mlade poduzetnike

Erasmus za mlade poduzetnike prekogranični je program razmjene financiran od strane Europske komisije, pokrenut 2009. godine, s ciljem razmjene poduzetničkog i upravljačkog iskustva u razdoblju od 1 do 6 mjeseci (European Commission, 2024). Uz Europsku komisiju, kako navode na vlastitim internetskim stranicama, u Programu pomažu i lokalne kontakt točke koje je odbrala Europska komisija u zemljama uključenima u Program. Lokalne kontakt točke daju upute tijekom razmjene, pomažu s prijavom i odgovaraju na sve moguće nedoumice. Kako navode na vlastitim internetskim stranicama, od 2009. godine pa do danas u ovom Programu sudjelovalo je 22.285 mladih poduzetnika, 13.397 iskusnih poduzetnika, a sve to u 45 uključenih zemalja.

Jedna od najvećih prednosti za mladog poduzetnika je mogućnost učenja od iskusnijeg kolege koji u zemlji sudionici vodi malo ili srednje poduzeće. Na taj način, osim razmjene znanja između kolega, može doći do umrežavanja i potencijalne poslovne suradnje. Osim prednosti za mlade poduzetnike, postoje i prednosti za poduzetnika domaćina, koji može dobiti pogled na svoje poslovanje iz novog ugla, ugla mladog poduzetnika, koji može donijeti domaćinu znanje koje posjeduje, ali i nove ideje koje mogu poboljšati njegovo poslovanje (Erasmus for Young Entrepreneurs, bez dat).

Prema Priručniku za Program (European Commission, 2018), u programu mogu sudjelovati svi mladi poduzetnici koji su u protekle tri godine pokrenuli vlastiti posao ili svi oni koji su odlučili da će ga pokrenuti, uz uvjet da imaju navršениh 18 godina i boravište u zemlji sudionici. Isto tako mogu se prijaviti iskusni poduzetnici koji vode malo ili srednje poduzeće u jednoj od zemalja sudionica. Zemlje koje sudjeluju u Programu, kako je navedeno u Priručniku, su zemlje članice Europske unije te Sjeverna Makedonija, Island, Crna Gora, Turska, Albanija, Srbija, Moldavija, Bosna i Hercegovina, Armenija, Ukrajina i Kosovo te poduzetnici iz prekomorskih zemljama. Prijava na Erasmus moguća je putem internetskih stranicama Programa, a sve to uz pomoć prethodno spomenutih lokalnih kontakt točaka. Lokalne kontakt točke u Hrvatskoj su INFORMO - Udruga za poticanje zapošljavanja, stručnog usavršavanja i obrazovanja iz Vodnjana i tehnologijsko-razvojni centar TERA Tehnopolis d.o.o. iz Osijeka. Obrazac za prijavu sastoji se od osam stranica, pri čemu se prvo stvara profil poduzetnika. Nadalje, navodi se motivacija poduzetnika na način da se objasni kako bi Erasmus pomogao u stvaranju poduzeća, je li osoba ikada radila ili studirala u

inozemstvu, koju vrijednost mogu pružiti domaćinu i tome slično. Uz profil i motivaciju, potrebno je napisati koji je materinji jezik osobe koja se prijavljuje te koje strane jezike razumije te gdje bi željela ići na razmjenu. Osim na prethodno navedena pitanja, kod prijave osoba treba odgovoriti koji je sektor zanima i kada može ići na razmjenu, a osim popunjavanja obrasca za prijavu je potrebno dostaviti i motivacijsko pismo, životopis i poslovni plan, te bi mladi poduzetnik trebao djelovati kao ambasador programa. Erasmus for Young Entrepreneurs, bez dat). Tijekom boravka na razmjeni svaki mladi poduzetnik dobiva mjesečnu financijsku potporu koja im pomaže u pokrivanju troškova boravka i putovanja. Kako je navedeno na internetskim stranicama Programa, poduzetnik i lokalna kontakt točka potpisuju ugovor kojim je definirana visina financijske potpore te način isplate. Mjesečne potpore unaprijed su izračunate prema zemlji boravka, pa tako primjerice mjesečna potpora za boravak u Hrvatskoj iznosi 720 eura, za boravak u Albaniji, Moldaviji i Ukrajini potpora je 530 eura, dok primjerice za boravak u Norveškoj, Danskoj ili Lihtenštajnu mladi poduzetnik dobiva 1100 eura mjesečno. Kako je navedeno u Priručniku, tijekom boravka na razmjeni potrebno je podnositi online izvješće u kojem se jasno navode poslovi koji je obavio mladi poduzetnik kod poduzetnika domaćina, znanja i vještine koje je stekao, te što su poduzetnici obostrano naučili.

Iako je za prijavu potrebno napraviti realistični poslovni plan, što mnogim mladim poduzetnicima može zvučati zamorno, ovakav projekt može mladim poduzetnicima proširiti vidike, potaknuti ih da razmišljaju na drugačiji način te da nauče nešto više o svijetu poduzetništva od iskusnijih inozemnih kolega.

4.2. Nevjerojatni: program podrške poduzetnicima

„Nevjerojatni“ je program podrške mladim poduzetnicima kojeg su 2021. i 2022. podržale ACT Grupa i Raiffeisenbank Hrvatska (RBA), a sve s ciljem, kako navode u Priopćenju za medije (2022), davanja podrške u razvoju poduzeća i nastupa na tržištu. Program je bio namijenjen mladim poduzetnicima i poduzetnicima do 35 godina kako bi dobili podršku mentora iz ACT grupe i stručnjaka iz Raiffeisenbank Hrvatska te vaučer u vrijednosti 5000 eura. Osim navedenog, tokom programa organizirale su se edukacije o financijama, marketingu, prodaji, sve u zavisnosti od potreba korisnika, a

podrška za poduzetnike u okviru projekta trajala je 6 mjeseci (Razvojna agencija MRAV, 2022.).

ACT grupa je organizacija civilnog društva koja od 2003. godine ima cilj jačanja onih poslovnih praksi koje osiguravaju povrat za društvo i zajednicu, a neki od partnera koji u tome sudjeluju su: Philip Morris, Google, Youth Business International, Raiffeisenbank, European Fund for Southeast Europe, Erste Stiftung, Erste Social Bank i Hamag Bicro (ACT grupa, n.d.). Zajedno s RBA pokrenuli su projekt Nevjerojatni, jer RBA smatra kako je njihova dužnost svoje resurse koristiti i za dobrobit zajednica, što se poklapa s ciljem ACT grupe (Priopćenje za medije, 2022).

Prijave su se održavale online na način da je bilo potrebno snimiti video u trajanju od 3 minute u kojem će poduzetnik predstaviti sebe, svoju ulogu u poduzeću i ciljeve koje želi postići, bilo je potrebno predstaviti proizvod/uslugu te korisnike istog, na koji se način poduzetnik razlikuje od drugih, kako poduzeće djeluje na društvo i na ekologiju i tome slično. Prijave su bile otvorene za mlade poduzetnike i poduzetnike do 35 godina starosti koji su imali 50% suvlasništva ili najmanje 50% upravljačkih prava, s tim da je poduzeće koje su prijavljivali moralo biti mikro poduzeće koje je bilo osnovano barem jednu godinu prije prijave (Nevjerojatni, 2022.).

Od 103 prijavljenih, podršku i mentorstvo primilo je 11 poduzetnika iz raznih industrija. Jedna od korisnica 2022. godine bila je poduzetnica iz Đakova, Mirna Matković. Mirna Matković je 2018. godine osnovala Facebook grupu koja je bila namijenjena pisanju recenzija preparata za njegu i ljepotu, no obuhvaćala je i ostale teme iz područja života. Iz spomenute Facebook grupe, dvije godine kasnije, nastao je portal Ženski recenziRAJ, koji danas broji više od 310 tisuća članova, a tim koji radi na portalu broji 20 osoba (Nevjerojatni, n.d.).

Nakon završenog šestomjesečnog programa podrške i mentorstva, potpora ACT grupe za poduzetnike nije prestala. Poduzetnici koji su postali dio projekta, nakon njegovog završetka ostali su alumniji ACT grupe s kojom su mogli i kasnije surađivati i primati njenu podršku (Nevjerojatni, n.d.).

4.3. Institucije i udruge za potporu i poticanje mladih poduzetnika

Uz prethodno navede programe i projekte na koje mladi poduzetnici mogu gledati kao prilike, u Hrvatskoj postoje institucije i udruge koje su zadužene za potporu i poticanje mladih poduzetnika.

Središnji ured za demografiju i mlade objavio je kako Vlada 2023. godine donijela Odluku o donošenju Nacionalnog programa za mlade za razdoblje 2023. do 2025. godine. U spomenutom Nacionalnom programu, kako navodi Središnji ured za demografiju i mlade, nalazi se 28 mjera koje su raspoređene u 6 prioriternih područja kako bi se iskoristio potencijal mladih. Jedna od mjera odnosi se na kompetencije i vještine mladih te njihovo obrazovanje te se tom mjerom stipendiraju učenici deficitarnih obrtničkih zanimanja, kako bi stekli vještine za samostalan rad i poduzetničke kompetencije. Uz učenike deficitarnih zanimanja, potporu dobivaju i oni obrtnici i poduzetnici koji ih primaju na naukovanje. U Nacionalnom programu za mlade za razdoblje od 2023. do 2025. godine aktivna je potpora za mlade poljoprivrednike u sklopu mjere ravnomjernog razvoja ruralnih područja. Potpora za mlade poljoprivrednike odnosi se na osobe od 18 do 40 godina, koje posjeduju potrebne vještine i kompetencije te su po prvi puta postavljeni za nositelja poljoprivrednog gospodarstva. Potpora iznosi 50.000 eura, a obveza korisnika potpore je da ostane nositelj poljoprivrednog gospodarstva 5 godina nakon isplate potpore te da je u istom zaposlen na puno radno vrijeme (Nacionalni program za mlade za razdoblje 2023. do 2025., 2023).

Hrvatski zavod za zapošljavanje pomaže mladim poduzetnicima u vidu Potpora za samozapošljavanje. Kako je navedeno na internetskim stranicama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, potpora se dodjeljuje nezaposlenoj osobi za pokrivanje troškova osnivanja i za početak poslovanja subjekta. Navedeni troškovi moraju biti nužni za izvođenje aktivnosti iz poslovnog plana te odgovarati realnim tržišnim cijenama. Iznos potpore određuje se prema budućoj registriranoj djelatnosti, u skladu s Nacionalnom klasifikacijom djelatnosti, pa se prema tome potpora dodjeljuje u iznosu od 5.000, 10.000 ili 15.000 eura, u zavisnosti od djelatnosti (Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2023).

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja putem Nacionalnog programa oporavka i otpornosti 2021.-2026. objavilo je Poziv za bespovratne potpore za

novosnovana poduzeća kojem je cilj potaknuti rast novih malih i srednjih poduzeća, koja razvijaju inovacije temeljene na znanju ili visokoj tehnologiji, a koji su novi ili poboljšani u odnosu na postojeće na tržištu. Na poziv se mogu javiti sva novoosnovana mala i srednja poduzeća koja nisu starija od 5 godina, a potrebna su im sredstva za ispitivanja, razvoj pilot-linija, zaštitu intelektualnog vlasništva i tome slično (Ministarstvo financija i održivog razvoja, 2022).

U Hrvatskoj, osim raznih programa potpore postoje i potporne institucije, kojima je cilj pružiti tehničku pomoć, savjete, davati informacije te provoditi edukacije kako bi pomogli malim i srednjim poduzetnicima (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 87.). Prema podacima Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja, u tablici je prikazan broj potpornih institucija.

Tablica 5. Vrste i broj potpornih institucija 2024. u Hrvatskoj

Poduzetnička infrastruktura	2024.
Poduzetnički inkubatori i inkubatori za nove tehnologije	60
Poduzetnički akceleratori	16
Lokalne i županijske razvojne agencije	73
Poslovni parkovi	1
Poduzetnički centri	61
Centri kompetencije	8
Poduzetničke zone	322

Izvor: Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, 2024

Osim prethodno navedenih institucija i programa koje provode, podršku mladim poduzetnicima pružaju i Hrvatska banka za obnovu i razvitak, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije, CRANE - hrvatska mreža poslovnih anđela, te Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva čije će djelovanje detaljnije biti objašnjeno u nastavku.

4.3.1. HBOR – Hrvatska banka za obnovu i razvitak

Hrvatska banka za obnovu i razvitak je razvojna i izvozna banka te izvozno-kreditna agencija osnovana 1992. godine, koja je u stopostotnom vlasništvu Republike Hrvatske te joj je cilj poticati razvitak gospodarstva Hrvatske (HBOR, n.d.). Djelatnosti kojima se bavi HBOR su: financiranje obnove i razvitka hrvatskoga gospodarstva te

financiranje infrastrukture, poticanje izvoza i osiguranje izvoza hrvatskih roba i usluga od netržišnih rizika, poticanje zaštite okoliša i potpora malog i srednjeg poduzetništva (Hrvatska banka za obnovu i razvitak, n.d.)

HBOR mladim poduzetnicima, ženama i početnicima nudi povoljne kredite kako bi oni mogli financirati pokretanje ili rast vlastitog poduzeća, pri čemu je rok otplate kredita najviše 14 godina (HBOR, n.d.). Kako bi se lakše razumjelo tko zadovoljava uvjete za podnošenje zahtjeva za kredit, HBOR je definirala početnike, mlade poduzetnike, te žene poduzetnice.

Početnikom se smatra osoba koja po prvi puta osniva poslovni subjekt i nije ranije bila ili nije trenutno vlasnik ili suvlasnik nekog drugog poslovnog subjekta s udjelom većim od 30%, ili pak onaj mikro, mali ili srednji poslovni subjekt koji posluje kraće od 3 godine (HBOR, n.d.). Nadalje, kredit za mlade poduzetnike mogu dobiti oni subjekti u kojima jedna ili više osoba do navršenih 40 godina u trenutku podnošenja zahtjeva zajedno posjeduju više od 50% vlasništva (HBOR, n.d.). S druge strane, kredit za žene u poduzetništvu mogu dobiti oni poslovni subjekti u kojima jedna ili više žena zajedno posjeduju više od 50% vlasništva u trenutku podnošenja zahtjeva, a ako poduzeće nije mikro ili malo, mogu posjedovati i manje od 50%, ali barem jedna žena mora biti na nekoj od ključnih pozicija vezanih za financije, strategiju ili operativne poslove (HBOR, n.d.).

Visina kredita koje nude za mlade, početnike i žene kreće se između 50.000 i 300.000 eura, a njegova namjena je ulaganje u osnovna sredstva pri čemu 30% iznosa može biti korišteno za obrtna sredstva, te je moguć početak od 3 do 5 godina, ovisno o roku otplate i djelatnosti (HBOR, n.d.).

Kamatna stopa za takve kredite iznosi 4% pri čemu može doći i do umanjenja iste (HBOR, n.d.). Kamatna stopa, kako navode, može se umanjiti ukoliko će se zaposliti barem jedna osoba mlađa od 30 godina za 0,2 postotna boda te do 2 postotna boda ukoliko postoji subvencija grada, županije ili općine. Poslovni subjekti koji ulažu u oporavak i gospodarski razvitak Sisačko-moslavačke županije kredite mogu dobiti po stopi od 2% pri čemu vrijede ista umanjenja kamatne stope kao i kod kredita s kamatnom stopom od 4% (HBOR, n.d.). Naknada za obradu kredita iznos 0,5% ugovorenog iznosa kredita, a bez naknade izdaju se krediti za oporavak od posljedica potresa i gospodarski razvitak Sisačko-moslavačke županije, a rok korištenja kredita

je u pravilu do 12 mjeseci, no može se dogovoriti i dulji rok. (HBOR, n.d.) Uz povoljne kredite koje nudi, Hrvatska banka za obnovu i razvitak je 2023. godine, zajedno sa Županijskom komorom Rijeka, održala individualno savjetovanje poduzetnika kako bi se poduzetnici mogli informirati o mogućnostima kreditiranja i svim pogodnostima koje HBOR nudi za žene, mlade i početnike (HGK, 2023). Slične edukacije provodi u nekoliko ciklusa i u drugim gradovima kako bi se poduzetnici osvijestili o mogućnostima koje im se nude.

4.3.2. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije osnovana je 2014. godine kada su se spojili Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije i Poslovno-inovacijska agencija Republike Hrvatske (HAMAG-BICRO, n.d.) HAMAG-BICRO je agencija koja je osnovana kako bi poduzetnicima pružala podršku u svakoj fazi njihova poslovanja pružajući im savjete, mentorstvo za studentske projekte, pronalaženjem inozemnih poslovnih partnera te pružajući ostale savjetodavne i stručne usluge. Osim podrške razvoju poslovanja nude zajmove i jamstva, te brojne bespovratne potpore (HAMAG-BICRO, 2024). S ciljem podrške razvoju poslovanja, HAMAG-BICRO pokrenuo je projekte Enterprise Europe Network (EEN), BIOCentar, Mreža studentskih poduzetničkih inkubatora, Europski digitalni inovacijski centar EDIH CROBOHUB++ te projekte BOND i BOND 2 koji će biti objašnjeni u nastavku.

Europska poduzetnička mreža (EEN) je najveća svjetska mreža podrške za male i srednje poduzetnike koji imaju ambicije poslovati na međunarodnom tržištu, a stručnjaci Mreže pružaju savjete o najboljim tržišnim prilikama, kako bi poduzetnici proširili svoje poslovanje na međunarodno tržište. Ovim programom osnažuju mala i srednja poduzeća kako bi bila otpornija na izazove, pružaju informacije o izvorima financiranja, usmjeravaju na održivost i digitalizaciju te pomažu u spajanju poslovnih partnera (HAMAG-BICRO, n.d.). Projekt BIOCentar koji obuhvaća inkubacijski centar za bioznanosti i komercijalizaciju tehnologije, otvoren je 2015. godine kako bi start-up poduzećima iz područja bio-znanosti ponudio potrebnu infrastrukturu i usluge za razvoj njihovih ideja. Vrijednost projekta iznosi gotovo 19.000.000 eura, a projekt je realiziran u suradnji s Ministarstvom znanosti, obrazovanja i sporta, Sveučilištem u Zagrebu i Gradom Zagrebom (HAMAG-BICRO, n.d.). Mreža studentskih poduzetničkih inkubatora je projekt koji potiče studente da prijave i realiziraju ih uz pomoć mentora.

Mentorski tim sastoji se od stručnjaka iz realnog i akademskog sektora te od djelatnika HBOR-a, kako bi put do realizacije ideje studentima bio što lakši (HAMAG-BICRO, n.d.). Europski digitalni inovacijski centar EDIH CROBOHUB++ projekt je koji je namijenjen malim i srednjim poduzećima iz područja poljoprivrede, proizvodnje, energije i okoliša te javnog sektora, kako bi se ubrzala digitalna i zelena transformacija. Neke od usluga koje se nude su testiranje prije ulaganja, demonstracije, umrežavanje s dobavljačima i educiranje. Neki od partnera projekta su HGK, FER i SRCE, a vrijednost projekta iznosi gotovo 3.000.000 eura (HAMAG-BICRO, n.d.). Projekti BOND i BOND 2 odnose se na razvoj mreže poduzetničkih potpornih institucija kako bi se poboljšala kvaliteta usluga koje nude te kako bi se razvile nove usluge koje bi bile dostupne poduzetnicima u svim županijama. Isto tako, cilj projekta je stvoriti povoljnu poduzetničku okolinu koja vodi povećanju razine poduzetničke aktivnosti, a na taj način osigurava gospodarski rast. Projekti su započeli 2017. godine a trajali su do 2023., a njihova ukupna vrijednost iznosila je oko 7.500.000 eura (HAMAG-BICRO, n.d.).

4.3.3. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva je think-tank neprofitna organizacija koja je osnovana 2001. godine kako bi, organizirajući okrugle stolove, edukacije, radionice, istaknula važnost poduzetništva te malih i srednjih poduzeća u razvoju hrvatskog gospodarstva (CEPOR, n.d.). Jedna od edukacija koja je provedena, a prilika je da se mladi poduzetnici upoznaju s ulaskom u poduzetništvo, je Edukacija za poduzetnike početnike. Edukacija pruža informacije i savjete vezane za pokretanje i vođenje poduzetničkog pothvata, te se sastoji od 8 osam radionica koje traju 4 sata a prilagođene su poduzetnicima početnicima. Kroz 8 radionica poduzetnici početnici upoznaju se s razlikama između poslovne ideje i prilike, ključnim karakteristikama za uspješno pokretanje i vođenje posla, metodologijom poslovnog planiranja, načinima registracije poduzeća, poreznim sustavom te pravima i obvezama kao poslovnog subjekta, potpornim institucijama, vrstama troškova u poduzeću, financijskim planiranjem i drugim čimbenicima poslovanja koji utječu na uspjeh poduzeća. Edukaciju provode savjetnici koji posjeduju certifikate te imaju dugogodišnje iskustvo (CEPOR, 2020).

Osim prethodno navedene edukacije, poduzetnici početnici mogu dobiti pomoć u vidu mentorstva jer je CEPOR 2022. godine pokrenuo Klub poduzetnika seniora –

SENTOR čiji su članovi iskusni, umirovljeni poduzetnici koji su spremni biti mentori drugim poduzetnicima. Poduzetnici kojima je potrebna podrška mentora mogu se prijaviti za istu putem internetskih stranica Kluba, a mentor je poduzetniku na raspolaganju od 3 do 6 mjeseci. (SENTOR, n.d.)

4.3.4 CRANE - hrvatska mreža poslovnih anđela

Poslovni anđeli su pojedinci ili skupine koji financiraju nove poduzetničke pothvate (Škrtić, Mikić, 2011 str. 262). Poslovni anđeli, uz prethodno navedeno, nude svoje znanje te menadžerska iskustva jer se najčešće radi o liderima i uspješnim ljudima koji svoj kapital i znanje žele uložiti u neki od start-up za koji smatraju da ima potencijala (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 145.). Prema karakteristikama poslovni anđeli mogu se karakterizirati kao anđeli čuvari koji dobri poznaju određenu industriju u kojoj su bili uspješni te sada žele ulagati u nju, zatim anđeli poduzetnici koji su bili uspješni u određenom sektoru, no sada ulažu u neki drugi sektor, nadalje, postoje operativni anđeli koji imaju iskustva i znanja koja su stekli u nekim velikim subjektima, te financijski anđeli koji investiraju samo radi ostvarenja povrata (Ribić, Pleša Puljić, 2020, str. 145.). S druge strane, Sørheim i Landström dijele poslovne anđele kao loto anđele, anđele trgovce, anđele analitičare te prave poslovne anđele (Škrtić, Mikić, 2011, str. 265). Bez obzira u koju skupinu pripadaju, poslovni anđeli svijeta, Europe, pa tako i Hrvatske često se udružuju.

Hrvatska mreža poslovnih anđela (CRANE) je neprofitna udruga poslovnih anđela osnovana 2008. godine te je član Europske mreže poslovnih anđela te Svjetske organizacije poslovnih anđela. Neke od aktivnosti Hrvatske mreže poslovnih anđela su identifikacija potencijalnih projekata te selekcija istih, organizacija predstavljanja odabranih projekata, organizacija edukacija mladih poduzetnika te suradnja s raznim partnerima kojima je cilj razvoj malog i srednjeg poduzetništva. (CRANE, n.d.) Osim navedenog, CRANE je održavala edukativni događaj koji se naziva Startup srijeda, koja je pokrenuta 2010. godine, a održavala se nekoliko puta godišnje. Startup srijeda događaj je na kojem su gosti držali kratka izlaganja, panele i *pitcheve* kako bi poduzetnici i djelatnici poduzeća mogli proširiti svoja znanja, upoznati se s novim tehnologijama i novim i inovativnim rješenjima u poslovnom svijetu. (CRANE, n.d.) Neki od ključnih partnera su Uber i Končar, dok su partnerske institucije HGK, Hrvatski izvoznici i Grad Zagreb (CRANE, n.d.). Poduzetnici mogu svoj projekt prijaviti slanjem

maila na način da projekt razrade na jednoj stranici na hrvatskom ili engleskom jeziku te da isti sadrži najvažnije informacije poput ideje, faze u kojoj se ideja trenutno nalazi, konkurencije, iznosa koji je potreban za financiranje ideje i slično. Nakon što CRANE analizira projekte, odabire one koji su prošli primarnu analizu te pronalaze zainteresiranog poslovnog anđela odnosno člana mreže. Ukoliko se pronađe zainteresirani član, kreće ulaganje u projekt, pri čemu sam projekt više nema izravnu vezu s CRANE-om već sa svojim ulagačem. (CRANE, n.d.). Jedna od investicija poslovnih anđela u Hrvatskoj je Ultijack koja predstavlja jaknu koja sadrži punjač za baterije, te mnoštvo pretinaca i džepova poput pretinca za slušalice mobitel i novčanik. Jakna je puštena u prodaju 2016. godine, a djelo je dizajnerice Valinee Vinger koja je pokrenula start up u riječkom Startup inkubatoru za vrijeme studiranja. Entrio, platforma za online prodaju ulaznica koja je integrirana s društvenim mrežama, još je jedna od investicija poslovnih anđela (CRANE, n.d.).

Osim prethodno navedenih aktivnosti, u veljači 2024. godine, predsjednik odbora za gospodarstvo Žarko Tušek, zajedno sa nekima od saborskih zastupnika održao sastanak s predsjednikom Udruge CRANE, Davorinom Štetnerom te članovima njegovog tima, čime je započeta suradnja Udruge i Odbora za gospodarstvo Hrvatskog sabora. Neke od teme sastanak bile su dodatna porezna rasterećenja za poduzetnike, investicijska i poduzetnička klima u Republici Hrvatskoj, potencijalno ukidanje predujma porezna na dobit te poboljšanje likvidnosti poduzetnika, a sve s ciljem poboljšanja poduzetničke okoline (Hrvatski sabor, 2024.).

Mladi poduzetnici, ukoliko zainteresiraju poslovne anđele, mogu iskoristiti priliku takvog tipa financiranja, jer kako navode Škrtić i Mikić (2011) brojni poduzetnici su zainteresirani za pametni novac, što bi značilo da osim financijske potpore poduzetnik dobiva znanje, vještine i iskustvo zbog čega ovakav tip financiranja može biti primamljiviji od ostalih.

5. Mladi poduzetnici u Republici Hrvatskoj

Unatoč brojnim preprekama s kojima se mladi poduzetnici u Hrvatskoj moraju suočiti, a koje su navede na početku ovog rada, mnogi mladi poduzetnici uspjeli su svoje ideje pretočiti u stvarnost uz pomoć prilika koje su iskoristili. U naredna dva potpoglavlja biti će objašnjen proces pretvaranja ideje u stvarnost od strane Alberta Gajšaka i Ivana Mrvoša, dva mlada poduzetnika koja su dokazala da je moguće biti poduzetnikom bez obzira na prepreke na koje su nailazili ili na koje još danas nailaze. Nakon primjera mladih poduzetnika, biti će analizirani rezultati ankete kojom se željelo istražiti mišljenje mladih o poduzetništvu.

5.1. Albert Gajšak

Albert Gajšak, 24-godišnji je inovator, tvorac igračaka i poduzetnik. Za vrijeme srednje škole osnovao je poduzeće CircuitMess u kojem se, još kao učenik, samozaposlio, a koje je postalo jedan od najuspješnijih startupova (Europska komisija, 2023). CircuitMess je poduzeće koje se bavi razvojem DIY gadgeta koji poučavaju djecu i mlade o hardveru i softveru, kako bi elektroniku i programiranje na zabavan način približili zainteresiranima. (CircuitMess, n.d.)

Kako Gajšak navodi za Lider (Oršulić, 2020), još za vrijeme školovanja, sudjelovao je na brojnim natjecanjima kako iz područja robotike, tako i tehničke kulture, a na sajmovima inovacija pokazivao je gadgete koje je sam radio. Jedan od prvih uređaja bila je Igraća konzola, danas poznata kao MAKERbuino, u koju je odlučio investirati poduzetnik Tomislav Car, osnivač Infinuma. Mladi poduzetnik se tako odlučio ulagati u svoj posao i te početi zarađivati od istog zbog čega se nije odlučio studirati, jer kako kaže, najveća motivacija mu je bila da hobi pretvori u posao i stvori nešto što će svima koristiti. Navodi kako je želio stvoriti proizvode kako bi sva djeca, bez obzira na financijsku situaciju roditelja, mogla učiti programirati pomoću gadgeta ukoliko roditelji nemaju dovoljno sredstva za radionice koje mogu biti skupe (Oršulić, 2020). Pokretanjem kampanje na crowdfunding Kickstarter platformi za svoj projekt STEM Box je prikupio u samo sedam sati 20.000 dolara, za projekt MAKERbuino putem iste platforme skupio je 100.000 dolara, a za MAKERphone u samo osam sati 300.000. U suradnji s Warner Brosom pokrenuo je projekt CircuitMess Batmobile, kojim je na istoj platformi prikupio gotovo 380.000 dolara (Oršulić, 2021).

Kao što se može zaključiti, uspjeh ovog mladog poduzetnika prepoznat je u svijetu, te mu je tako Walmart, američki trgovački lanac, uoči Božića 2022. godine naručio 17.670 primjeraka gadgeta, koje često nazivaju igračkama modernog doba, u vrijednosti od 1.325.000 dolara, iako, kako navodi Lider, ovaj trgovački lanac ga je prepoznao i ranije i to preko Kickstartera kada je trajala kampanja za Makerphone. Suradnja je te godine otkazana zbog virusa, te se ponovno obnovila dvije godine kasnije, a Albert Gajšak, njegov tim od 25 zaposlenika te angažirani studenti, radili su u 3 smjene puna dva mjeseca kako bi isporučili narudžbu (Puškarić, 2022). Prilikom isporučivanja a i same izrade proizvoda koji su bili naručeni suočili su se s brojnim problemima, od toga da nisu mogli dobiti sredstva od banaka kako bi platili troškove proizvodnje, do problema s dobavljačima čipova, no na kraju je sve rezultiralo uspješnom suradnjom (Lider, 2022). U Hrvatskoj i Sloveniji se igračke CircuitMessa mogu pronaći u skoro svim trgovinama koje prodaju igračke (Pauković, 2023). Osim spomenutih problema, tijekom poslovanja Albert Gajšak susretao se i s ostalim problemima. Navodi kako mu je bilo izrazito naporno zbog nedostataka sna jer je znao ne spavati i po 25 sati, a kako navodi, san je većinom žrtvovao zbog poslova s inozemstvom i vremenske razlike u zemljama partnera. S druge strane, kao jednu od najvećih prednosti navodi to što može svoje želje slobodno izraziti te se ne mora nikome pravdati (Jutarnji, 2022).

2020. godine Lider ga je uvrstio na svoju listu „30 ispod 30“ na kojoj se nalaze uspješni direktori poduzeća koji imaju manje od 30 godina te koji su u relativno kratkom razdoblju postigli značajne rezultate, kako na domaćem, tako i na inozemnom tržištu, što isto tako dokazuje kako je sposobnost i rad ovog poduzetnika prepoznata (Oršulić, 2020).

5.2. Ivan Mrvoš

Ivan Mrvoš mladi je poduzetnik, te osnivač poduzeća Include koje se bavi proizvodnjom pametnih klupa, pametnih kanta za smeće i uređaja za nadzor kvalitete zraka. 2015. godine Ivan Mrvoš otvorio je startup poduzeće Include u kojem je želio stvoriti pametne klupe koje bi pomogle ljudima u gradu da ostanu povezani ukoliko se nađu u nekoj nepovoljnoj situaciji. Ideja za pametne klupe razvila se kada je Ivan Mrvoš želio napraviti stolove za punjenje koji bi se nalazili u ugostiteljskim objektima, ali je

shvatio kako je pametna klupa bolje rješenje. Pametna klupa napaja se pomoću solarne energije te isto tako služi i kao Wi-Fi pristupna točka koja je lako dostupna svima. Nakon što je dizajnirao i izradio prototip pametne klupe, rješenje je prezentirao gradovima i općinama koji klupu žele ponuditi kao dio javne usluge, te je tako prodao 27 klupa u roku od 6 mjeseci. Početkom 2016. godine, proizvedeno je više od 1700 pametnih klupa koje su isporučene u 500 gradova diljem svijeta pa su tako bili uključeni u brojne Smart City inicijative gdje ih je prepoznala Kia, Nokia i Red Bull koji su također kupili i pohvalili njihove proizvode (Include, n.d.). Osim što je svijet prepoznao njegove proizvode, Ivan Mrvoš je 2019. godine uvršten na prestižnu listu jednog od najuspješnijih poslovnih magazina na svijetu, odnosno na Forbes listu „30 Under 30“ u kategoriji proizvodnja i industrija što ponovno potvrđuje kako je njegov trud i napor prepoznat u svijetu (Forbes, 2019).

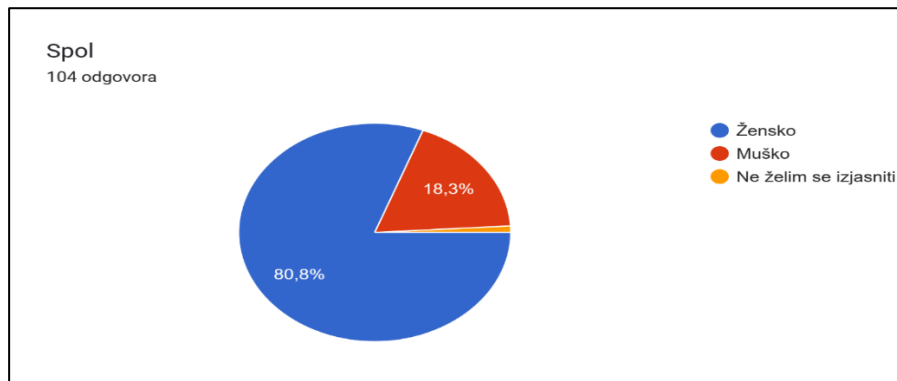
5.3. Istraživanje o mišljenju mladih o poduzetništvu

U nastavku će biti analizirani rezultati ankete kojom se željelo istražiti mišljenje mladih o poduzetništvu. Cilj ovog anketnog istraživanja bio je saznati što je za mlade prednost, a što nedostatak ulaska u poduzetništvo, jesu li uopće zainteresirani za ulazak u poduzetništvo, te misle li da im država i institucije mogu pomoći u tome. Analiziralo se je jesu li se mladi tokom svog formalnog obrazovanja susreli s pojmom poduzetništva, odnosno jesu li učili o poduzetništvu. Isto tako, analiziralo se je imaju li mladi ambicija postati poduzetnikom, te ukoliko imaju, kojom djelatnošću bi se bavili, te što bi ih potaknulo da postanu poduzetnicima i što za njih predstavlja najveću prednost ulaska u poduzetnički pothvat. S druge strane, analiziralo se je što mlade sprječava da postanu poduzetnikom, te što je za njih najveći nedostatak ulaska u poduzetnički pothvat. Isto tako upitani su koliko ih je upoznato s određenim potpornim institucijama, te misle li da država i institucije ulažu dovoljno truda u razvoj poduzetništva.

Istraživanje je provedeno na način da je anketa koja je bila izrađena pomoću Google obrazaca javno objavljena na društvenoj mreži Facebook u raznim studentskim grupama te u grupi koja okuplja mlade poduzetnike u razdoblju od 17.4.2024. godine do 17.5.2024. godine. Anketa se sastojala od 13 pitanja pri čemu je odgovor na njih 11 bio obavezan, a na preostala 2 pitanja je bio neobavezan jer su se pitanja odnosila na

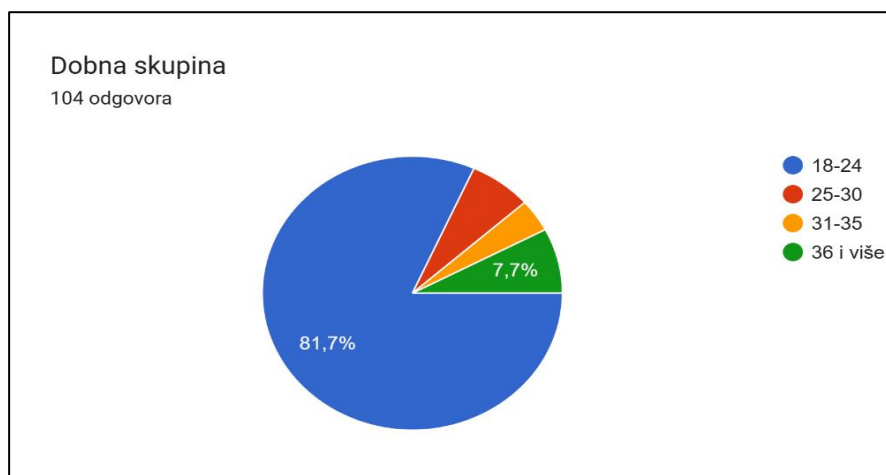
to kojom djelatnošću se želi baviti ispitanik ukoliko će se odvažiti na pokretanje vlastitog poduzeća te je jedno pitanje otvorenog tipa bilo postavljeno za moguće komentare ispitanika vezane uz temu ankete. Ispunjavanje ankete trajalo je u prosjeku 6 minuta te je bilo anonimno. Zbog načina slanja ankete te objave u specifičnim grupama, uzorak istraživanja je namjerni i prigodan. U nastavku će biti analizirani rezultati ankete.

Grafikon 1. prikazuje podjelu ispitanika po spolu. Kako je vidljivo iz grafikona, anketi je pristupilo više ženskih ispitanika, njih 84, odnosno 80,8%.



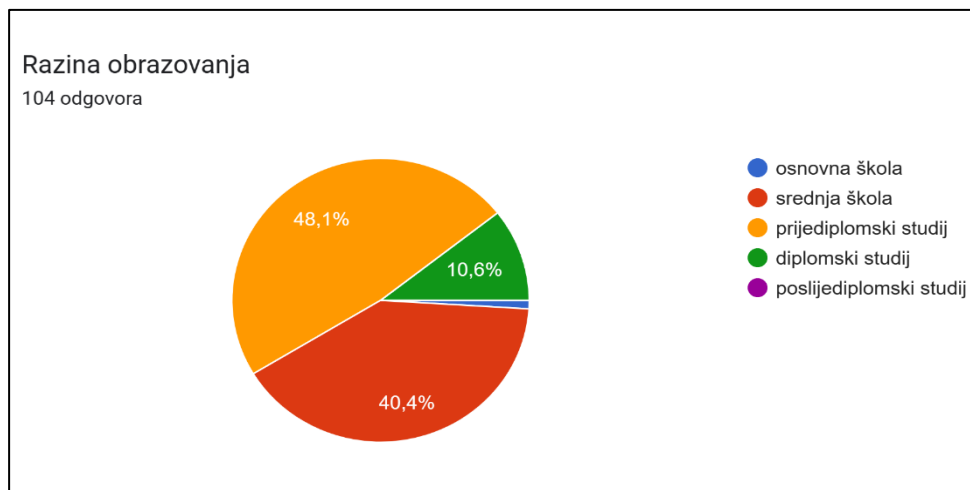
Grafikon 1. Spol ispitanika
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 2. prikazuje strukturu ispitanika prema dobi. Iz grafikona se može vidjeti kako je 85 ispitanika, odnosno 81,7% njih u dobi između 18 i 24 godina.



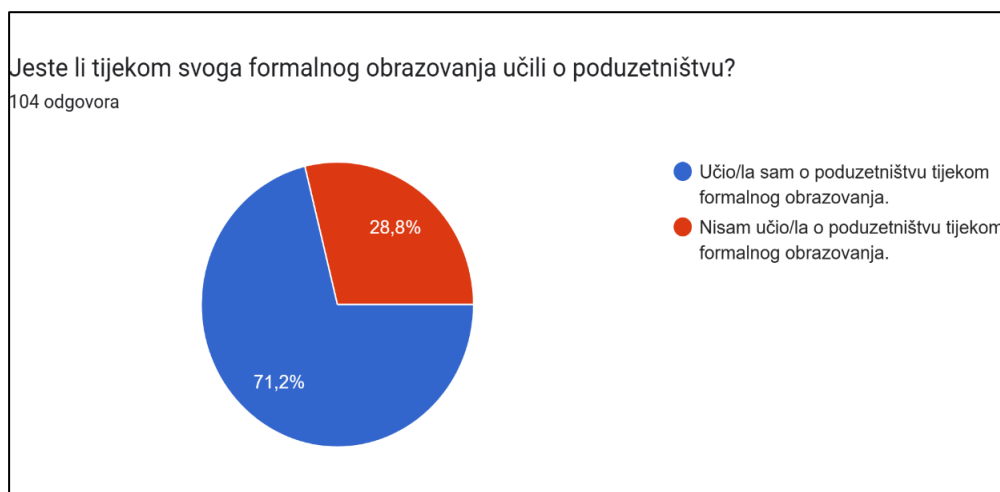
Grafikon 2. Dob ispitanika
Izvor: vlastito istraživanje

Na Grafikonu 3. može se vidjeti struktura ispitanika prema razini obrazovanja. Iz grafikona se može vidjeti kako je većina ispitanika, točnije njih 50, odnosno 48,1% pohađalo prijediplomski studij.



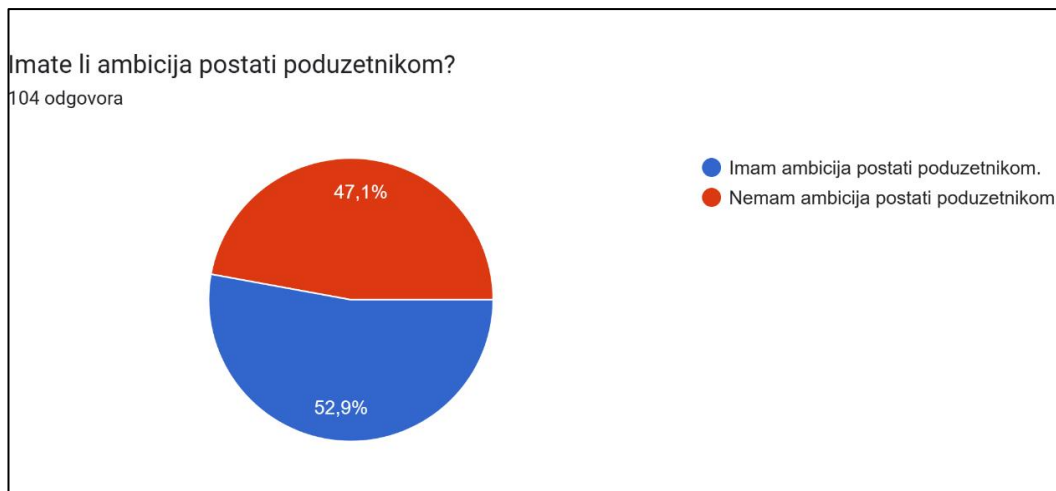
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 4. prikazuje jesu li ispitanici tijekom formalnog obrazovanja učili o poduzetništvu. Iz grafikona je vidljivo kako je 74 ispitanika, odnosno njih 71,2% učilo o poduzetništvu tijekom svoj formalnog obrazovanja. Kako je uzorak namjerni i prigodni, većina ispitanika studira na prijediplomskom studiju Ekonomike poduzetništva, zbog čega je postotak ispitanika koji je učio o poduzetništvu tokom svog formalnog obrazovanja visok.



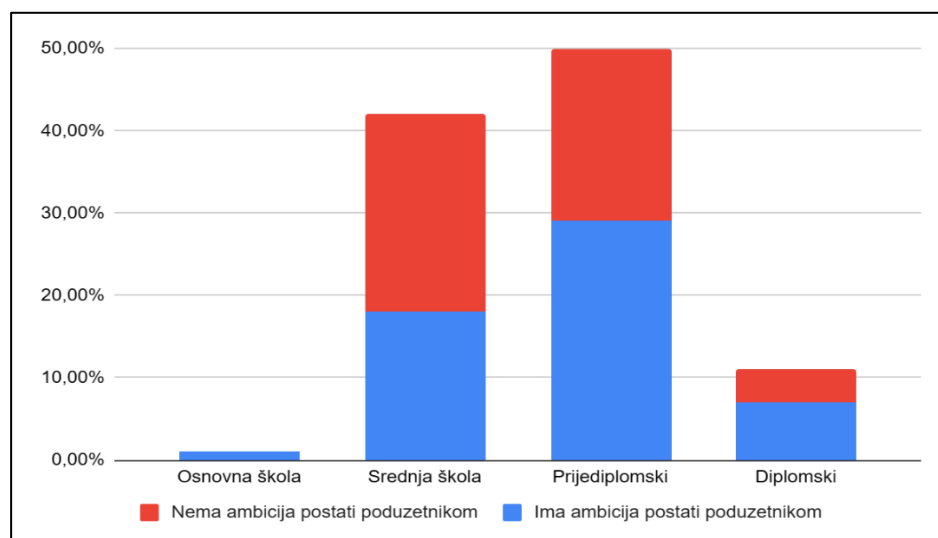
Grafikon 4. Učenje o poduzetništvu tijekom formalnog obrazovanja
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 5. prikazuje koliko ispitanika ima ambicija postati poduzetnikom. Može se zaključiti kako 52,9% ispitanika, odnosno njih 55 ima ambicija postati poduzetnikom. U zemljama Europske Unije 46% osoba u dobi od 15 do 30 godina želi pokrenuti vlastiti posao (Social entrepreneurship and youth, European Commission, 2023.)



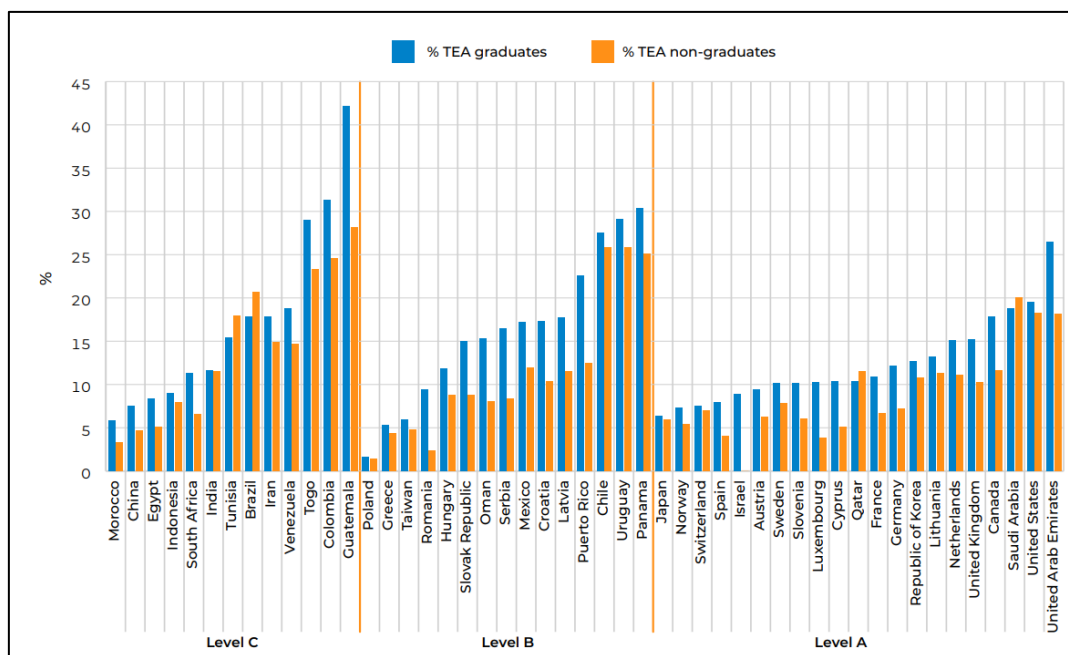
Grafikon 5. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 6. prikazuje postojanje ambicije za postati poduzetnikom prema razini obrazovanja ispitanika. Iz grafikona je vidljivo kako ispitanici s višom razinom obrazovanja imaju veće ambicije postati poduzetnicima.



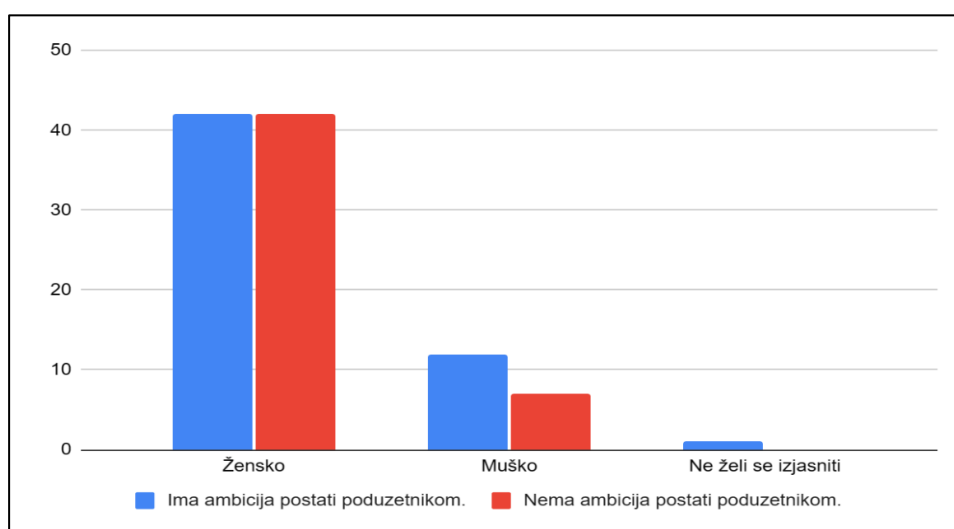
Grafikon 6. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom prema razini obrazovanja
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 7. isto tako pokazuje kako je poduzetnička aktivnost u Hrvatskoj veća za one osobe koje su diplomirale u odnosu na one osobe koje nisu diplomirale (GEM 2023, str. 92.).



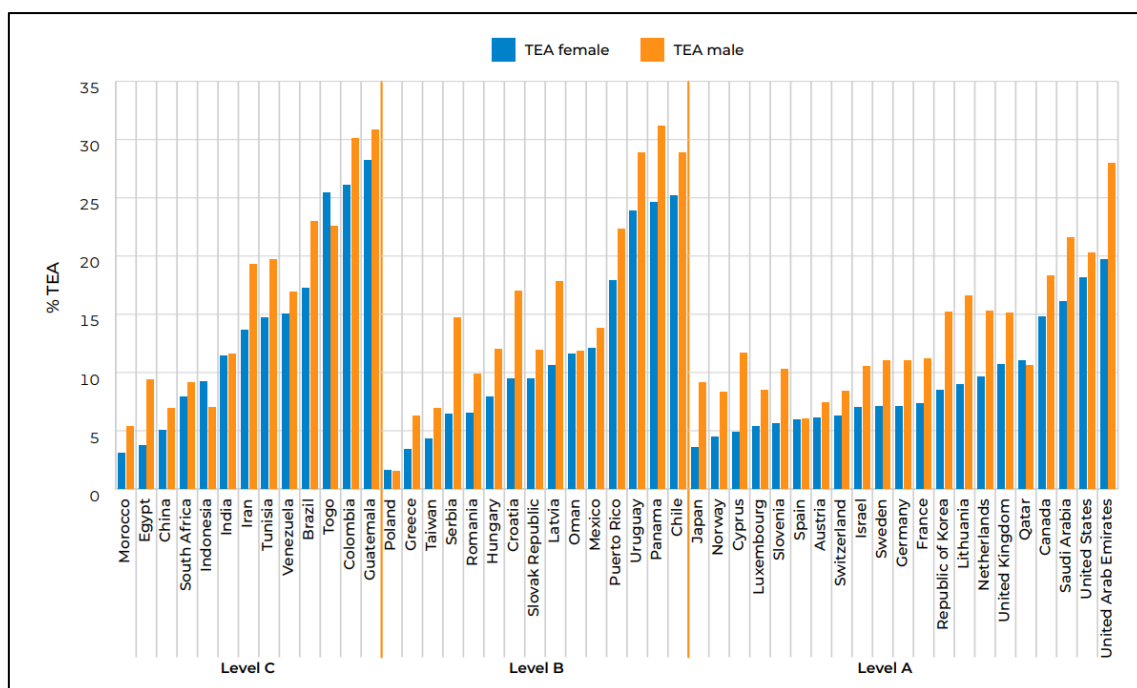
Grafikon 7. Razina poduzetničke aktivnosti za osobe koje su diplomirale i osobe koje nisu diplomirale
Izvor: GEM 2023, str. 92.

Grafikon 8. prikazuje kako 50% ispitanica ima ambicija postati poduzetnicom, dok 63,15% ispitanika želi postati poduzetnikom.



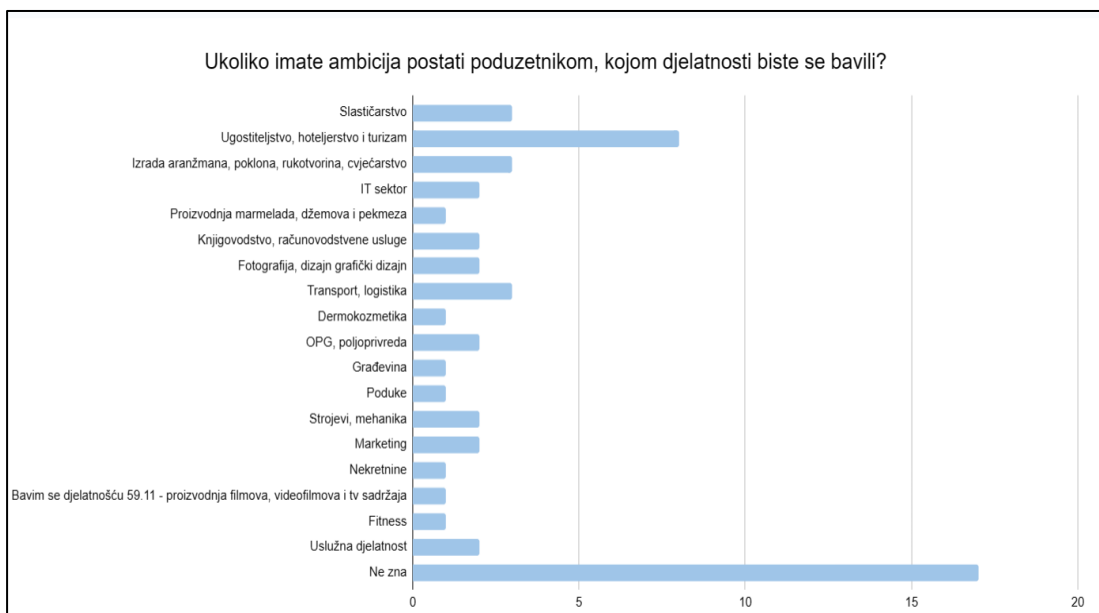
Grafikon 8. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom prema spolu
Izvor: vlastito istraživanje

Iako je u ovom istraživanju broj ispitanica značajno veći od broj ispitanika, vidljivo je kako muškarci imaju više ambicija za postati poduzetnikom (63,15%). Radi usporedbe podataka, u nastavku je prikazan Grafikon 9. prikazuje kako su u Hrvatskoj muškarci značajno aktivniji u poduzetništvu od žena (GEM, 2023, str. 87.).



Grafikon 9. Vlasništvo poduzeća prema spolu
Izvor: GEM, 2023, str. 87.

Grafikon 10. prikazuje kojom djelatnošću bi se bavili ispitanici ukoliko imaju ambicija postati poduzetnikom. Iz grafikona je vidljivo kako većina ispitanika, odnosno 17 njih, još nije odlučila kojom djelatnošću bi se bavila. Među ispitanicima koji su odlučili kojom djelatnošću bi se željeli baviti, prevladava ugostiteljstvo, hotelijerstvo i turizam (8 ispitanika). Većina djelatnosti kojom se ispitanici žele baviti spadaju u sektor uslužnih djelatnosti.



Grafikon 10. Djelatnosti kojom se žele baviti
Izvor: vlastito istraživanje

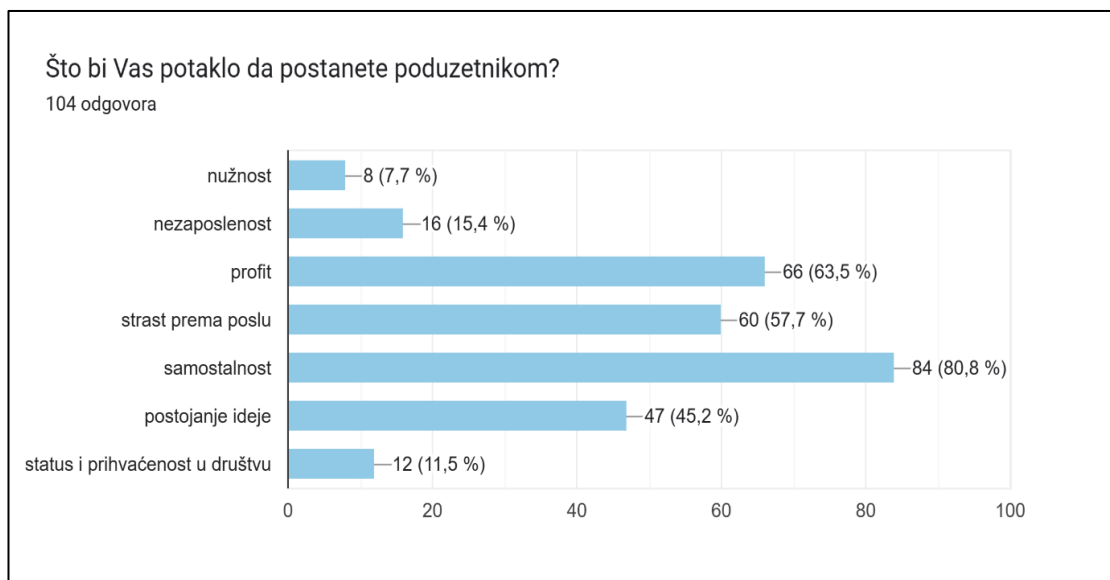
Zbog usporedbe podataka, Tablica 6. prikazuje sektorsku rasprostranjenost poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj. Iz tablice se može vidjeti kako je najviše pokrenutih poslovnih pothvata vezano za pružanje usluga potrošačima (GEM, 2023, str. 60.).

Tablica 6. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom

Godina	Ekstraktivna industrija	Prerađivačka industrija	Usluge orijentirane poduzećima	Usluge orijentirane potrošačima
2020.	10,9	20,2	33,7	35,1
2021.	11,2	26,6	25,6	36,6
2022.	11,2	23,3	32,7	32,8

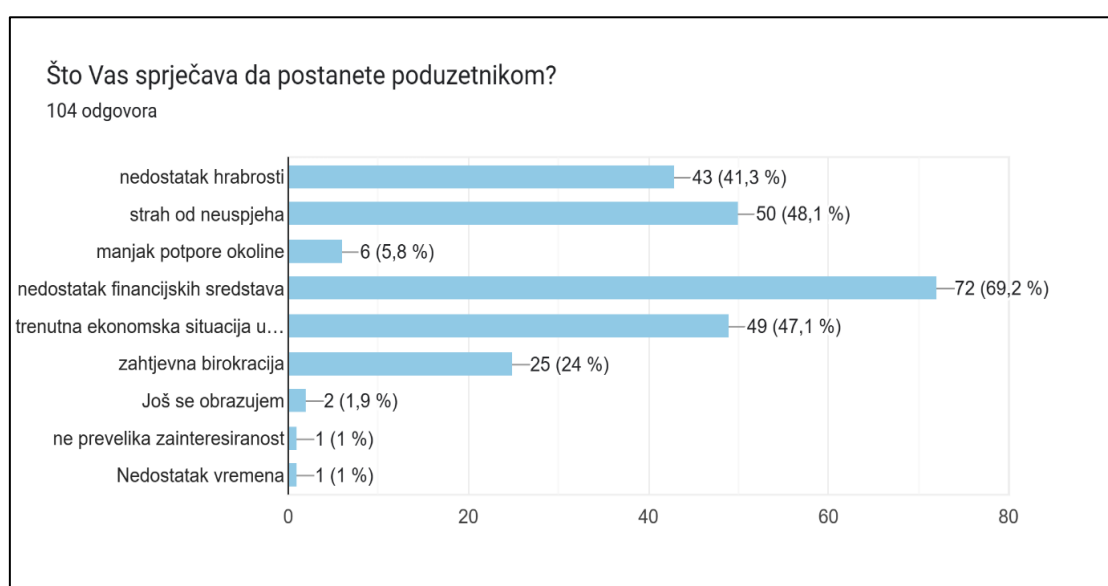
Izvor: GEM, 2023, str. 60.

Grafikon 11. prikazuje što potiče ispitanike da postanu poduzetnicima. Kako je vidljivo iz grafikona, većinu ispitanika, odnosno 80,8% njih potiče samostalnost. U prilog tome da mladi nisu nužno motivirani profitom govore i Nigro i Halabisky (2024.) koji ističu kako je većina osoba u dobi od 15 do 30 godine u EU motivirana strašću (46%) i željom za otvaranjem vlastitog posla (28%), dok 26% želi steći bogatstvo, a 24% želi provesti inovacije u praksi.



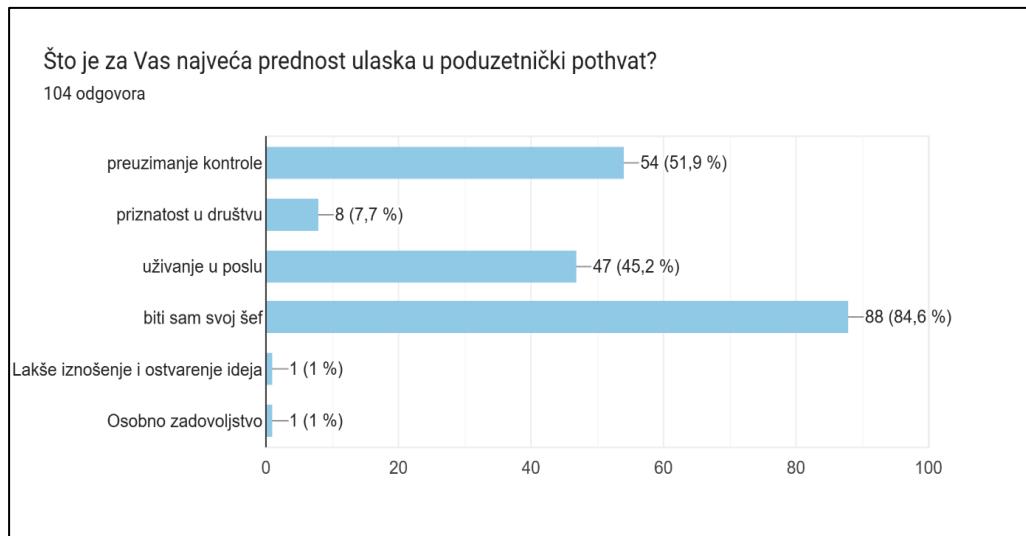
Grafikon 11. Poticaji za ulazak u poduzetništvo
Izvor: vlastito istraživanje

Iz grafikona 12. je vidljivo kako najveći postotak ispitanika, odnosno njih 69.2% za ulazak u poduzetništvo sprječava nedostatak financijskih sredstava. Gray (2024.) navodi kako u EU tek 33% mladih poduzetnika u starosti od 15 do 30 godina uspijeva osigurati financijska sredstva putem tradicionalnih izvora financiranja. Problem financiranja ne odnosi se samo na neprilagođene proizvode za mlade, već se javlja i problem pristupa financijskim sredstvima marginaliziranim skupina Gray (2024.).



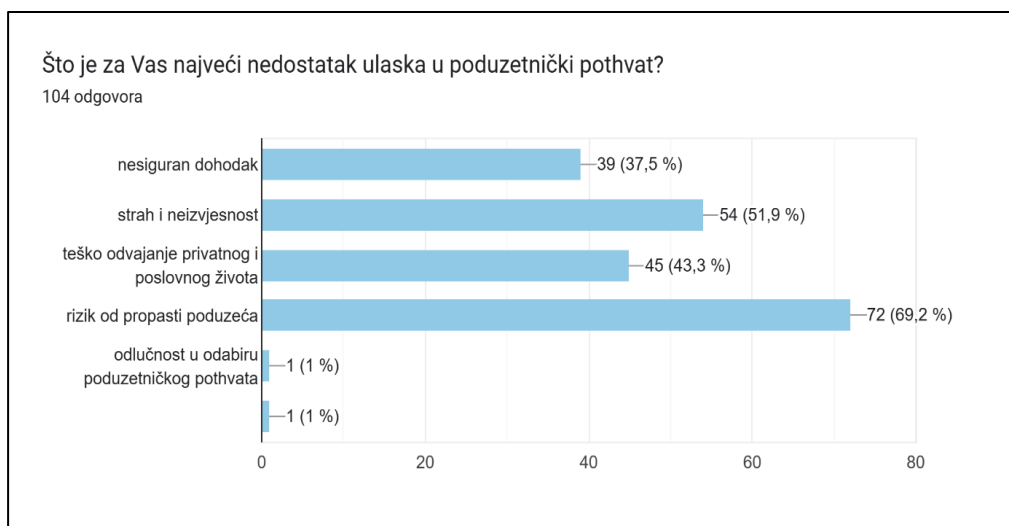
Grafikon 12. Što sprječava ispitanike da postanu poduzetnikom
Izvor: vlastito istraživanje

Iz grafikona 13. vidljivo je da 88 ispitanika, odnosno 84,6%, smatra da je najveća prednost „Biti sam svoj šef”, što je povezano s Grafikonom 9 iz kojeg je vidljivo kako većinu ispitanika, odnosno 80,8% njih za ulazak u poduzetništvo potiče samostalnost.

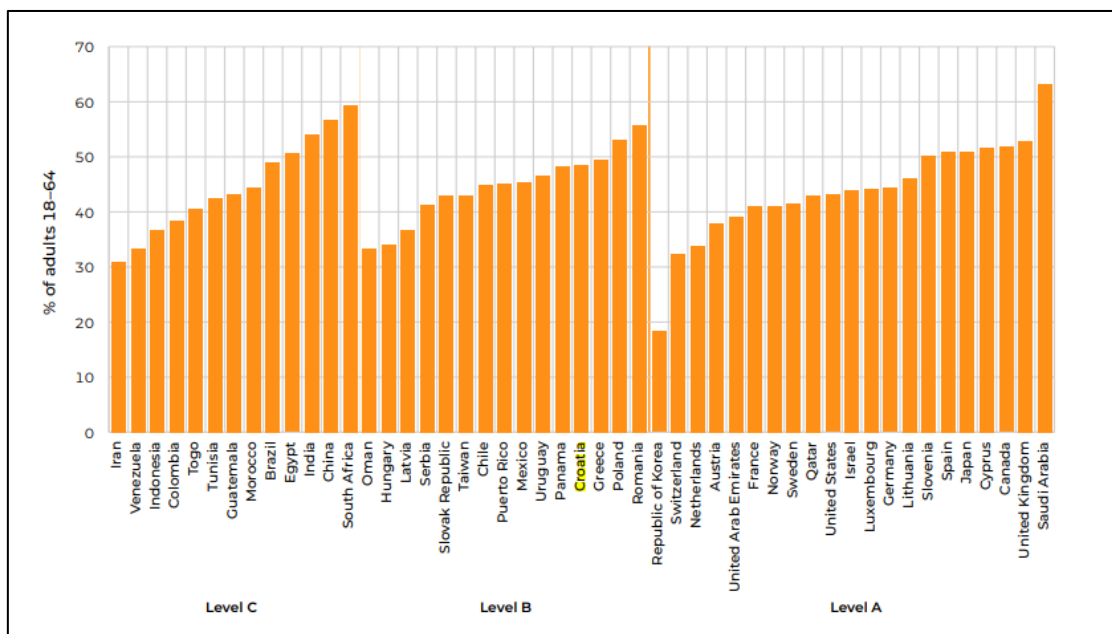


Grafikon 13. Prednosti ulaska u poduzetništvu
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 14. prikazuje što ispitanici smatraju najvećim nedostacima ulaska u poduzetništvo. Iz grafikona je vidljivo kako je to za 72 ispitanika, odnosno njih 69,2% rizik od propasti poduzeća. Grafikon 15. prikazuje da se u Hrvatskoj gotovo 50% odraslih koji vide priliku za pokretanje vlastitog posla ne odvaži na ulazak u svijet poduzetništva zbog straha od propasti (GEM, 2023, str. 44.).

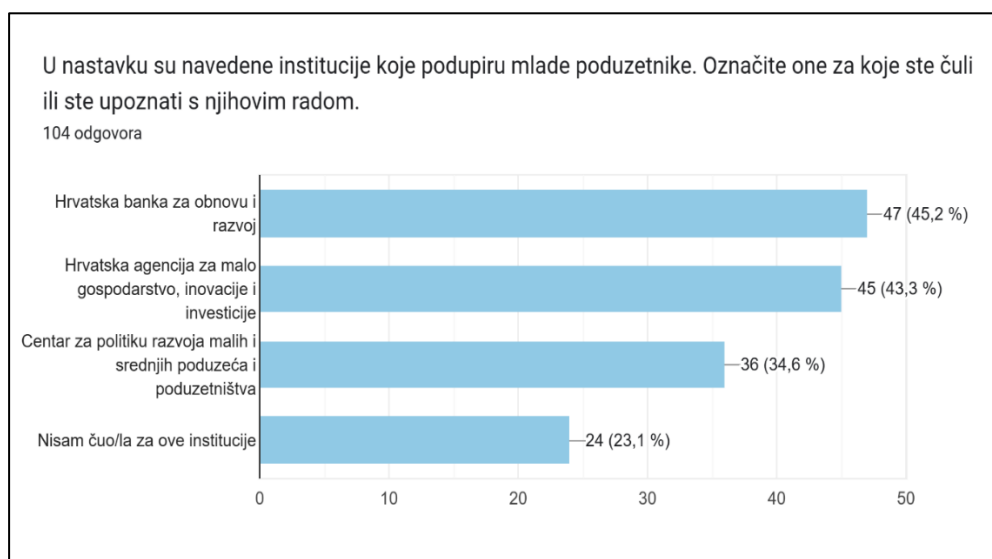


Grafikon 14. Nedostaci ulaska u poduzetništvo
Izvor: vlastito istraživanje



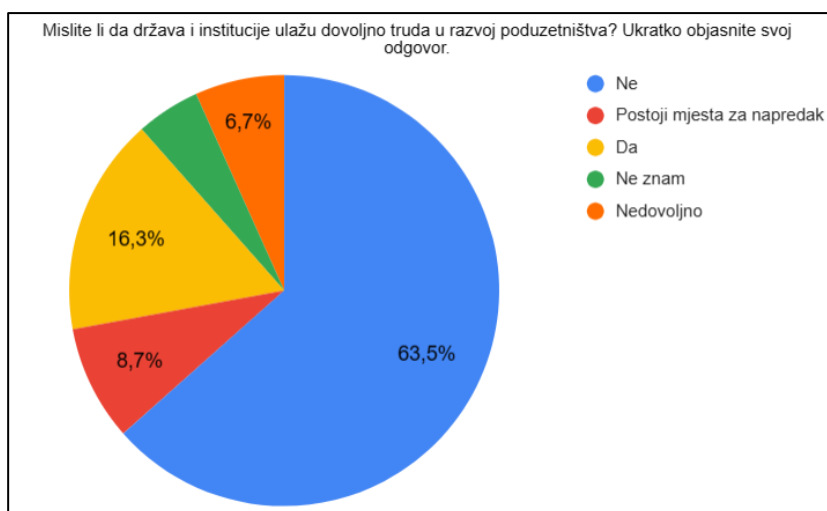
Grafikon 15. Postotak odraslih koji misli da postoji prilika za pokretanje vlastitog posla, no neće to učiniti zbog straha od propasti
Izvor: GEM, 2023, str. 44.

Grafikon 16. prikazuje koliko je ispitanika upoznato s radom određenih potpornih institucija ili je čulo za njih. Najveći dio ispitanika, odnosno njih 45,2% je upoznato ili je čulo za Hrvatsku banku za obnovu i razvoj, dok gotovo četvrtina ispitanika nije uopće čula za navedene institucije, što upućuje na potrebu boljeg informiranja građana od strane navedenih institucija o njihovom radu.



Grafikon 16. Upoznatost s radom potpornih institucija
Izvor: vlastito istraživanje

Grafikon 17. prikazuje mišljenje ispitanika o ulaganju truda države i institucija u razvoj poduzetništva. Najveći dio ispitanika, odnosno 63,5% smatra kako država i institucije ne ulažu dovoljno truda u razvoj poduzetništva, a obrazloženja zašto tako smatraju prikazana su u Tablici 7. Kako je navedeno ranije u poglavlju *Ekonomsko i pravno/političko okruženje* 2020. i 2021. godine Hrvatska je najlošije ocijenila Vladine politike vezane uz podršku poduzetnika u odnosu na sve ostale europske zemlje, čime je jasno iskazano nezadovoljstvo Vladinim politikama, Isto tako, 2020. godine Hrvatska je najlošije ocijenila Vladine politike vezane uz poreze i regulativu u odnosu na ostale zemlje EU. (GEM, 2023, str. 87.).



Grafikon 17. Potpora države i institucija
Izvor: vlastito istraživanje

Tablica 7. Obrazloženja odgovora

Mislite li da država i institucije ulažu dovoljno truda u razvoj poduzetništva?	
Da/Ne	Obrazloženje odgovora
Ne	Zakonski okvir još uvijek je kompliciran te ne olakšava ulazak u poduzetništvo. Što se tiče potpora poduzetnicima, stanje je bolje, ali i dalje postoji prostora za napredak.
Ne	Jedan od razloga su veliki porezi, a mali poticaji.
Ne	Najbolje vidi po statistikama koliko je ljudi otišlo raditi u inozemstvo zbog nepovoljnih uvjeta u RH.
Ne	Država ne daje poticaje za poduzetništvo u svakoj grani poduzetništva.
Ne	Svatko gleda na svoj "džep" i zalažu se za sebe, ponekad izgleda kao da država potiče i podržava poduzetništvo, ali u većini slučajeva su to samo puste priče.
Ne	Smatram da bi trebali više cijeniti ljude koji žele otvoriti svoje poduzeće i pomoći im da to ostvare jer ljudi zbog tih nemogućnosti odlaze u druge države

Mislite li da država i institucije ulažu dovoljno truda u razvoj poduzetništva?	
Ne	Ne smatraju poduzetnike kompetentnima dovoljno.
Ne	Nedovoljno je poticaja i teško je stvoriti veću firmu od malog početnog obrta
Ne	Mislim da država i institucije ne ulažu dovoljno truda u razvoj poduzetništva jer se još uvijek puno ljudi boji krenuti u taj pothvat zbog male podrške države.
Ne	Procedura je komplicirana.
Ne	Previsoki su porezi i davanja.
Ne	Postoji mnogo zapreka, a premalo potpora i edukacije o poduzetništvu
Ne	Ako poduzetnik želi potporu osobno se mora jako puno potruditi i uložiti puno vremena umjesto da država ima ulogu inicijatora i da ubrza proces pokretanja ili dobivanja sredstava ili drugih potrebnih čimbenika
Ne	Mislim da država i institucije ne ulažu dovoljno te da samo uzimaju previše novaca od privatnika
Ne	Još uvijek postoji zakon da ako želimo financijsku potporu prvo trebamo minimalno godinu dana ostvarivati prihod s poduzećem i tek onda bi dobili ta sredstva da pokriješ dugove.
Ne	Da ulažu dovoljno, više ljudi bi se usudilo na taj pothvat i rizik, osim sebe i eventualno obitelji/okoline, nemaju baš potpore
Ne	Misli da ne pomažu u dovoljnoj mjeri. Malo više poticati građane na poduzetništvo kroz edukacije.
Ne	Mislim da bi mogli više financijski pomoći.
Ne	Mislim da država sve više naginje prema velikim korporacijama, čineći štetu malom poduzeću. Nema smisla da se do 300.000 kuna ne plaća porez, odnosno spada pod paušalni obrt, a nakon prelaska tog praga se mora platiti ogromna svota novca državi.
Ne	Naši političari misle samo na sebe, i nedovoljan trud ulažu da pomognu građanima i poduzetnicima.
Ne	Država je previše neuređena u svakom pogledu ponajviše u potporama koje na kraju završe u drugim (krivim) rukama.
Ne	Samim tim što se sami moramo izboriti za sve informacije vezane za ulazak u poduzetništvo. Umjesto da bude više kampanja vezanih uz poduzetništvo, promoviranja, poticanja mladih, mi ne dobivamo nikakve informacije.
Ne	Poduzetnicima nedostaje financijske potpore
Ne	Potrebno je uvesti dodatne mogućnosti potpore za poduzetnike.

Izvor: vlastito istraživanje

6. Zaključak

Kako je poduzetništvo od iznimnog značaja za gospodarstvo zemlje, od velike je važnosti da se mlade potakne te da im se pruži podrška kada se odluče odvažiti na pokretanje vlastitog poduzeća. Mladi imaju drugačiji pogled na svijet u odnosu na poduzetnike koji su već neko vrijeme na tržištu, te imaju različite vrijednosti, zbog čega mogu stvoriti razne inovativne proizvode i ne samo potaknuti gospodarski rast, već i poboljšati živote građana. Kako bi se mladima pružila podrška, potrebno im je pružiti obrazovanje o poduzetništvu, naučiti ih kako se nositi s kompliciranom birokracijom te ih upoznati s programima potpore te s institucijama kojima se mogu obratiti. Isto tako ih treba naučiti kako se nositi s nepovoljnom ekonomskom situacijom i kako je pokušati preokrenuti u vlastitu korist. Osim programa potpore, potpornih institucija, edukacija i financijske pomoći, važno je da okolina mladog poduzetnika isto tako bude poticajna i da mladi poduzetnik ima potporu svojih najbližih.

Uočeno je da mladi žele pokrenuti vlastita poduzeća jer žele biti samostalni i sami sebi šefovi, no često se ne žele odvažiti na takav pothvat zbog straha od neuspjeha ili manjka financijskih sredstva. Isto tako većina mladih smatra kako država ne pruža adekvatnu potporu ili da je pruža, ali samo određenim sektorima, zbog čega pružaju otpor pretvaranju vlastite ideje u stvarnost. Iako postoje brojne barijere, postoje i prilike koje svaki mladi poduzetnik koji posjeduje ideju te je dovoljno motiviran i ustrajan može iskoristiti.

5. Popis literature

- ACT GRUPA. (bez dat.). *O nama*. dostupno 22.2.2024. na <https://act-grupa.hr/o-nama/>
- Arce, O., Koester, G., Nickle, C. (2023). *One year since Russia's invasion of Ukraine – the effects on euro area inflation*. dostupno 20.2.2024. na <https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2023/html/ecb.blog20230224~3b75362af3.en.html>
- Baranović, B., Štibrić, M., Domović, V. (2007). Obrazovanje za poduzetnost – perspektiva osnovnoškolskih učitelja i nastavnika. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 45(3/4), str. 339-360. dostupno 10.2.2024. na <https://hrcak.srce.hr/clanak/32541>
- Buble, M., Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF Plus.
- Bujan, I., Lupić, M. (2017). Poduzetništvo mladih – prilike i prepreke. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 7(1), str. 63-80. dostupno 10.2.2024. na <https://hrcak.srce.hr/183416>
- Buković, N. (2012). *Tko se boji velike zločeste krize: strukturni dijalog o nezaposlenosti mladih*. dostupno 20.2.2024. na <https://udruga-delta.hr/Arhiva/Aktivnosti/Tko-se-boji-velike-zloceste-krize-Strukturni-dijalog-o-nezaposlenosti-mladih>
- Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. (bez dat.). *Naslovnica – Novosti*. dostupno 24.2.2024. na <https://www.cepor.hr/>
- CircuitMess. (bez dat.). dostupno 25.2.2024. na <https://circuitmess.com/>
- Croatian Business Angles & Investors. (bez dat.). dostupno 24.2.2024. na <https://crane.hr/>
- Deželjin, J., Deželjin, J., Dujanić, M., Tadin, H., Vujić, V. (2002). *Poduzetnički menadžment: izazov, rizik, zadovoljstvo*. Zagreb: M.E.P. Consult.
- Državni zavod za statistiku. (2022). *Popis '21 - Konačni rezultati*. dostupno 12.2.2024. na https://dzs.gov.hr/UserDocImages/Popis%202021/PDF/Popis_2021_konacni_rezultati.pdf
- Erasmus for Young Entrepreneurs. (bez dat.). *Erasmus for Young Entrepreneurs*. dostupno 15.2.2024. na <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=5>
- European Central Bank. (2023). *Key ECB interest rates*. dostupno 22.2.2024. na https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/key_ecb_interest_rates/html/index.en.html
- European Commission. (2018). *Erasmus for Young Entrepreneurs Programme Guide*. dostupno 15.2.2024. na <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/upload/Programme%20Guide%20EN,%20Update%20Mar%202023.pdf>

- European Commission. (2024). *Erasmus for Young Entrepreneurs - Junior (SMP-COSME-2024-EYEJR)*. Dostupno 11.4.2024. na https://eisma.ec.europa.eu/funding-opportunities/calls-proposals/erasmus-young-entrepreneurs-junior-smp-cosme-2024-eyejr_en#:~:text=Erasmus%20for%20Young%20Entrepreneurs%20is,access%20to%20innovative%20ideas%20and
- European Values study. (2008). *European Values study*. dostupno 10.2.2024. na <https://europeanvaluesstudy.eu/methodology-data-documentation/previous-surveys-1981-2008/survey-2008/participating-countries-and-country-information-survey-2008/>
- Forbes. (2019). *Ivan Mrvos*. dostupno 26.2.2024. na <https://www.forbes.com/profile/ivan-mrvos/>
- Federal Reserve. (2024a). *Federal Funds Effective Rate*. Federal Reserve Bank of St. Louis. dostupno 18.2.2024. na <https://fred.stlouisfed.org/series/FEDFUNDS>
- Federal Reserve. (2024b). *Youth Unemployment Rate for Croatia*. Federal Reserve Bank of St. Louis. dostupno 12.2.2024. na <https://fred.stlouisfed.org/series/SLUEM1524ZSHRV>
- GEM (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. Global Entrepreneurship Monitor. dostupno 10.2.2024. na <https://gemconsortium.org/report/20222023-global-entrepreneurship-monitor-global-report-adapting-to-a-new-normal-2>
- Gray, J. (2024). *Financial Empowerment for Young Entrepreneurs: A Strategic Imperative*. dostupno 19.5.2024. na <https://businessfightspoverty.org/financial-empowerment-for-young-entrepreneurs-a-strategic-imperative/>
- Godigital. (2023). *Nova era poslovanja: Gen-Z donosi nove ideje, poslove, ali i izazove*. dostupno 19.5.2024. na <https://godigital.hrvatskitelekom.hr/nova-era-poslovanja-gen-z-donosi-nove-ideje-poslove-ali-i-izazove/>
- Hisrich, D., R., Peters, M., P., Shepherd, D., A. (2011). *Poduzetništvo* (Sedmo izdanje). Zagreb: MATE.
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije. (bez dat.). *O nama*. dostupno 24.2.2024. na <https://hamagbicro.hr/>
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak. (bez dat.). *Poduzetništvo mladih, žena i početnika*. dostupno 24.2.2024. na https://www.hbor.hr/kreditni_program/poduzetnistvo-mladih-zena-i-pocetnika
- Hrvatski sabor. (2024). *Žarko Tušek primio predstavnike Hrvatske mreže poslovnih anđela i investitora*. dostupno 18.5.2024. na <https://www.sabor.hr/hr/press/priopcenja/zarko-tusek-primio-predstavnike-hrvatske-mreze-poslovnih-andela-i-investitora>
- Hrvatski zavod za zapošljavanje. (2024). *Potpore za samozapošljavanje*. dostupno 23.2.2024. na <https://mjere.hzz.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje-2024/>
- Hrvatska narodna banka. (2022). *Godišnje izvješće za 2021*. dostupno 20.2.2024. na <https://www.hnb.hr/-/godisnje-izvjesce-2021>
- Include. (bez dat.). *O nama*. dostupno 26.2.2024. na <https://include.eu/>

- Klepić Novalija, M. (2012). Mladi, poduzetništvo i Alisa u zemlji čudesa. *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), str. 51-62. dostupno 11.2.2024. na <https://hrcak.srce.hr/130234>
- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. (2022). *Bespovratne potpore za novoosnovana poduzeća*. dostupno 23.2.2024. <https://mingo.gov.hr/javni-pozivi-i-natjecaji-7371/javni-pozivi-ministarstva-7389/otvoreni-javni-pozivi/1-4-2022-bespovratne-potpore-za-novoosnovana-poduzeca/8697>
- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. (2024). *Jedinstveni registar poduzetničke infrastrukture*. dostupno 2.5.2024. na <http://reg.mingo.hr/pi/public/>
- Mesić, M. (2007). Pojam kulture u raspravama o multikulturalizmu. *Nova Croatica : časopis za hrvatsku književnost i kulturu*, 1(1), str. 159-184. dostupno 13.2.2024. na <https://hrcak.srce.hr/174682>
- Nevjerojatni. (2022). *Otvoren poziv za podršku nevjerojatnim mladim poduzetnicima*. dostupno 22.2.2024. na https://nevjerojatni.hr/wp-content/uploads/2022/05/Nevjerojatni2022_Press.pdf
- Nigro, S., Halabisky, D. (2024). *Leveraging the power of youth entrepreneurship organisations*. dostupno 19.5.2024. na <https://oecdcofoto.blog/2024/02/12/leveraging-the-power-of-youth-entrepreneurship-organisations/>
- Oršulić, N. (2020). *[30 ispod 30] Kako je Albert Gajšak 'iz malenoga klinca narasao u velikog biznismena'*. dostupno 26.2.2024. na <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/30-ispod-30-kako-je-albert-gajsak-iz-malenoga-klinca-narasao-u-velikog-biznismena-133615>
- Oršulić, N. (2021). *Još jedan uspješan crowdfunding podvig: CircuitMess prikupio 2,5 milijuna kuna za Batmobile*. dostupno 26.2.2024. na <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/jos-jedan-uspjesan-crowdfunding-podvig-circuitmess-prikupio-2-5-milijuna-kuna-za-batmobile-140114>
- Pauković, D. (2023). *Albert Gajšak: CircuitMess igračke prvi put u trgovinama Müllera, Kauflanda i Konzuma*. dostupno 26.2.2024. na <https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/albert-gajsak-startupovi-trebaju-vise-medusobno-suradivati-i-zajedno-se-boriti-protiv-trzista-154248>
- Premužak, M. (2023). *Suštinska sličnost i očite razlike između mladih i starih poduzetnika*. dostupno 30.4.2024. na <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/sustinska-slicnost-i-ocite-razlike-između-mladih-i-starih-poduzetnika-152432>
- Puškarčić, K. (2022). *Albert Gajšak: Svi smo radili dva mjeseca u tri smjene kako bi dospjeli u Walmart*. Dostupno 26.2.2024. na [Albert Gajšak: https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/albert-gajsak-svi-smo-radili-dva-mjeseca-u-tri-smjene-kako-bi-dospjeli-u-walmart-146775](https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/albert-gajsak-svi-smo-radili-dva-mjeseca-u-tri-smjene-kako-bi-dospjeli-u-walmart-146775)
- Razvojna agencija MRAV. (2022). *Program Podrške poduzetnicima Nevjerojatni*. dostupno 22.2.2024. na <https://www.ra-mrav.hr/vijesti/natjecaji-i-poticaji/program-podrske-poduzetnicima-nevjerojatni>
- Ribić, D., Pleša Puljić, N.(2020). *Osnove poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga

- SENTOR. (bez dat.). *Klub poduzetnika seniora*. dostupno 24.2.2024. na <https://sentor.com.hr/>
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Oberman Peterka, S. (2023). *GEM HRVATSKA: Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?*. Zagreb: CEPOR, dostupno 10.2.2024. na <https://www.cepor.hr/gem-global-entrepreneurship-monitor/>
- Središnji državni ured za demografiju i mlade. (2023). *Nacionalni program za mlade za razdoblje 2023. do 2025.* dostupno 23.2.2024. na <https://mdu.gov.hr/UserDocsImages/Direktorij%202/Slike%20od%20111.23/Dokument%20od%20111.23/Nacionalni%20program%20za%20mlade%202023-2025%20A4%20HR%20web..pdf>
- Šimunić Rod, V. (2020). Nova generacija poduzetnika: Generacija Z. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 10(1), str. 7-23. dostupno 19.5.2024. na <https://hrcak.srce.hr/239696>
- Statista. (2022). *Share of citizens in European countries self-reporting that they speak a foreign language in 2022, by country.* dostupno 15.2.2024. na <https://www.statista.com/statistics/1426025/share-citizens-europe-speaking-foreign-language/>
- Škrtić, M., Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.
- Vrbanus, S. (2020). *Eurostat: mladi u Hrvatskoj vodeći u EU po digitalnoj pismenosti*. dostupno 19.5.2024. na <https://www.bug.hr/istrazivanja/eurostat-mladi-u-hrvatskoj-vodeci-u-eu-po-digitalnoj-pismenosti-15898>
- World Bank Group. (2022). *World development report: Finance for an equitable recovery*. dostupno 11.2.2024. na <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/e1e22749-80c3-50ea-b7e1-8bc332d0c2ff/content>

6. Popis tablica i grafikona

Tablice

Tablica 1. Vladine politike-prioriteti i podrška, Hrvatska i EU zemlje.....	11
Tablica 2. Vladine politike-porezi i regulativa, Hrvatska i EU zemlje.....	11
Tablica 3. Dostatnost financijskih sredstava, Hrvatska i EU zemlje	13
Tablica 4. Lakoća dobivanja financijskih sredstava, Hrvatska i EU zemlje	13
Tablica 5. Vrste i broj potpornih institucija 2024. u Hrvatskoj	20
Tablica 6. Sektorska distribucija poduzetničkih aktivnosti, mjerena TEA indeksom	34
Tablica 7. Obrazloženja odgovora.....	38

Grafikoni

Grafikon 1. Spol ispitanika	29
Grafikon 2. Dob ispitanika	29
Grafikon 3. Razina obrazovanja ispitanika	30
Grafikon 4. Učenje o poduzetništvu tijekom formalnog obrazovanja	30
Grafikon 5. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom	31
Grafikon 6. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom prema razini obrazovanja	31
Grafikon 7. Razina poduzetničke aktivnosti za osobe koje su diplomirale i osobe koje nisu diplomirale	32
Grafikon 8. Postojanje ambicije za postati poduzetnikom prema spolu	32
Grafikon 9. Vlasništvo poduzeća prema spolu	33
Grafikon 10. Djelatnosti kojom se žele baviti	34
Grafikon 11. Poticaji za ulazak u poduzetništvo	35
Grafikon 12. Što sprječava ispitanike da postanu poduzetnikom.....	35
Grafikon 13. Prednosti ulaska u poduzetništvo	36
Grafikon 14. Nedostatci ulaska u poduzetništvo	36
Grafikon 15. Postotak odraslih koji misli da postoji prilika za pokretanje vlastitog posla, no neće to učiniti zbog straha od propasti	37
Grafikon 16. Upoznatost s radom potpornih institucija	37
Grafikon 17. Potpora države i institucija	38