

Motivacija i prilike mladih za ulazak u poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Poljanec, Ivona

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:211:770518>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**



Repository / Repozitorij:

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



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

Ivona Poljanec

**Motivacija i prilike mladih za ulazak u
poduzetništvo u Republici Hrvatskoj
ZAVRŠNI RAD**

Varaždin, 2022.

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

Ivona Poljanec

JMBAG: 0016139056

Studij: Ekonomika poduzetništva

Motivacija i prilike mladih za ulazak u poduzetništvo u Republici
Hrvatskoj
ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Ivana Fojs, mag. oec.

Varaždin, lipanj 2022.

Ivona Poljanec

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 ovome radu bit će opisani pojmovi poduzetnika i poduzetništva uz navođenje predrasuda za ulazak u poduzetništvo, što sve treba kod pokretanja pothvata kao i razlozi pokretanja istog te će se navesti osobine uspješnog poduzetnika. Uz navedeno, definirat će se poduzetništvo mladih, prepreke s kojima se susreću mladi kod ulaska u poduzetništvo te prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo. Nadalje, objasnit će se prilike i motivacija zbog kojih mladi uopće ulaze u poduzetništvo, gdje će fokus biti na problemima koji se odnose na zapošljavanje mladih u Republici Hrvatskoj. S obzirom da se kod ulaska u poduzetništvo mogu dobiti razni poticaji, isti će biti objašnjeni u sklopu uloge Republike Hrvatske kroz institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva, poduzetničko obrazovanje i određene programe i projekte kojima je cilj poticanje poduzetništva. Na samome kraju, anketnim upitnikom će se procijeniti stavovi mladih za ulazak u poduzetništvo.

Ključne riječi: motivacija, prepreke, prilike, poticaji, poduzetništvo mladih

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Poduzetnik i poduzetništvo.....	2
2.1. Definiranje poduzetnika i poduzetništva	2
2.2. Pokretanje poduzetničkog pothvata	3
2.3. Osobine uspješnog poduzetnika	4
3. Mladi u poduzetništvu.....	6
3.1. Definiranje poduzetništva mladih	6
3.2. Tipovi poduzetništva mladih	7
3.3. Motivacija mladih za ulazak u poduzetništvo.....	8
3.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo.....	12
3.5. Greške mladih poduzetnika.....	12
3.6. Zapošljavanje mladih u Republici Hrvatskoj	13
3.6.1. Poticanje mladih za zapošljavanje	15
3.6.2. Programi EU i RH za zapošljavanje mladih	15
3.7. Savjeti za buduće mlade poduzetnike	17
4. Uloga Republike Hrvatske u poduzetništvu mladih	19
4.1. Institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva	19
4.2. Poduzetničko obrazovanje	22
4.3. Programi i projekti za poticanje poduzetništva	23
4.3.1. Hrvatska banka za obnovu i razvitak	25
4.3.2. Erasmus za mlade poduzetnike	27
4.3.3. Plavi ured.....	27
4.3.4. Mladi u EU (Udruga mladih).....	28
4.3.5. Udruga poduzetni	28
5. Istraživanje stavova mladih za ulazak u poduzetništvo	29
5.1. Cilj istraživanja.....	29
5.2. Izvori podataka i vrsta istraživanja	29
5.3. Provedba istraživanja	29
5.4. Uzorak istraživanja	30
5.5. Rezultati istraživanja.....	30
5.6. Zaključak istraživanja	40
5.7. Ograničenja istraživanja	40

6. Zaključak.....	41
Popis literature	42
Popis tablica	45
Popis grafikona.....	45

1. Uvod

Mladi koji ulaze u poduzetništvo susreću se sa raznim pitanjima i problemima, kao što su, koliki je rizik, gdje mogu pronaći pomoć i izvore financiranja, hoće li imati podršku obitelji i prijatelja, kako će sve to utjecati na njih. Shodno tome, predmet ovog završnog rada je pobliže istražiti i sumirati moguće prilike, prijetnje, motivaciju, potporne programe koje nudi Republika Hrvatska kod ulaska u poduzetništvo.

Tema ovoga rada pod naslovom „*Motivacija i prilike mladih za ulazak u poduzetništvo u Republici Hrvatskoj*“ razrađena je kroz 4 poglavlja. U prvome poglavlju pod naslovom „*Poduzetnik i poduzetništvo*“ bit će definirani pojmovi poduzetnika i poduzetništva općenito, navedeno što je potrebno za pokretanje poduzetničkog pothvata, te će poglavlje biti završeno navođenjem osobina koje bi trebao imati svaki uspješni poduzetnik. U drugome poglavlju pod naslovom „*Mladi u poduzetništvu*“ bit će definiran pojam i tipovi poduzetništva mladih, objašnjena motivacija mladih kod ulaska u poduzetništvo, prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo, navest će se neke od grešaka koje rade mladi poduzetnici, zatim će fokus biti problemi u zapošljavanju mladih u Republici Hrvatskoj gdje će biti navedeno kako potaknuti mlade za zaposlenje uz navođenje programa EU i RH poboljšanja zaposlenja, nakon toga će se navesti savjeti za buduće mlade poduzetnike. U trećemu poglavlju pod naslovom „*Uloga RH u poduzetništvu mladih*“ bit će objašnjene institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva, objasniti će se poduzetničko obrazovanje kao pojam uz prikaz stanja istog u RH te će se navesti programi i projekti za poticanje poduzetništva. Četvrto poglavlje pod naslovom „*Istraživanje stavova mladih o ulasku u poduzetništvo*“ sastojat će se od procjene stavova mladih o ulasku u poduzetništvo, odnosno analiziranja podataka prikupljenih putem online ankete. Nakon razrade naslova teme, slijedi zaključak u kojem će se iznijeti mišljenje i zaključci autorice nakon što je napisala ovaj rad.

Što se tiče izvora podataka za izradu rada, korištena je znanstvena i stručna literatura posuđena u knjižnici Fakulteta organizacije i informatike Varaždin, te su se svi podaci u ovome radu istraživali i prikupljali preko knjiga, stručnih i znanstvenih članaka kao i određenih Internetskih stranica.

2. Poduzetnik i poduzetništvo

U ovome poglavlju, bit će objašnjeni pojam poduzetnika i poduzetništva, navest će se i objasniti ukratko što je sve potrebno za pokretanje poduzetničkog pothvata, te će na kraju biti navedene osobine koje bi trebao imati svaki poduzetnik koji je ili želi postati uspješan.

2.1. Definiranje poduzetnika i poduzetništva

Prema Grubišiću (2013, str. 84), pojam poduzetništva uglavnom je vezan uz pojam poduzeća i poduzetnika. Veza između ovih pojmova može se izraziti kao: pojam poduzeća vezan je uz poduzetništvo, a temelj poduzeća je poduzetništvo. Koncept poduzetništva podrazumijeva sposobnost pokretanja akcije, odnosno poduzimanja nečega kako bi se postigao cilj, te spremnost da se prihvate rizici koji s tim dolaze. Grubišić prema Sikavici navodi (2013, str. 84), da se riječ poduzetništvo prvi put spominje u 17. stoljeću, ali se kao riječ tretira u 18. stoljeću. Richard Cantillon prvi je uveo koncept poduzetništva u odnosu na kapital, neizvjesnost i rizik u svojoj knjizi „Opća rasprava o prirodi trgovine“. Ali, Jean-Baptiste Say je zaslužan za razvoj teorije poduzetništva jer se prema njegovom mišljenju, poduzetnička dobit razlikuje od kapitalne dobiti, a poduzetničku funkciju definira kao kombinaciju različitih proizvodnih čimbenika. Iz ovih i drugih definicija koje pripadaju razdoblju klasične ekonomske misli mogu se izvesti neka zajednička obilježja poduzetništva. Prema njima, poduzetništvo je specifičan pothvat s odgovarajućim financiranjem, odnosno kapitalom koji se veže većom, odnosno manjom neizvjesnošću kao i rizikom. Prema Timmonsu, (kojeg citira Kolaković u svojoj knjizi, 2006, str. 3), poduzetništvo je sposobnost stvaranja i stvaranja vizije od nule, kao ljudski kreativni čin, energetska aplikacija za pokretanje i izgradnju tvrtke ili organizacije.

Prema Jojiću, (kako navodi Grubišić u svom radu, 2013., str. 84), osnovne karakteristike koje čine poduzetništvo su: nemir, maštovitost, utopija, preuzimanje rizika, nestrpljivost, potencijalna težnja za uspjehom, mašta, neizvjesnost, prodornost, samopotvrđivanje, motivacija, trud, intuicija, ustrajnost, stvarnost, evaluacija, vještine, kompetentnost, moral, motivacija, samopouzdanje i agresivnost.

Prema Bahtijarević-Šiber, (kako Grubišić citira u svom radu, 2013, str. 84-85), poduzetništvo može biti:

- ekonomska funkcija kod koje se kombiniraju proizvodni čimbenici i uvećavaju postojeći potencijali,

- osnivanje poduzeća i funkcija vlasnika kapitala
- proces koji se odnosi na samozapošljavanje i pokretanje vlastitog posla
- stvaranje i razvoj malih poduzeća
- preuzimanje rizika, prvenstveno poslovnog
- kreativan proces obzirom da se pretvaraju invencije u inovacije
- način na koji se materijaliziraju kreativni proizvodi
- pronalazak kao i upotreba novih mogućnosti na tržištu.

Obzirom da je ukratko definiran pojam poduzetništva sa najvažnijim odrednicama, važno je definirati pojam poduzetnika. Poduzetnik je zapravo osoba koja raspolaže financijskim sredstvima koja su potrebna za obavljanje gospodarske djelatnosti kojom se bavi. Nadalje, poduzetnik samostalno i bez prisile drugih donosi razne odluke vezane uz gospodarsku djelatnost kojom upravlja, koja prije svega organizira i zatim kombinira razne proizvodne čimbenike, zatim koordinira njihovo djelovanje, rukovodi, nadzire i upravlja cjelokupnim radom svog subjekta i samim poslovanjem istog. On navedene funkcije obavlja sam ili stvori tim svojih pouzdanih suradnika koji mu pomažu (Kolaković, 2006, str. 20).

2.2. Pokretanje poduzetničkog pothvata

Da bi se pokrenuo posao prvo treba postojati poslovna prilika, resursi i tim koji će biti uključeni u posao. Vrijedi spomenuti da nedostatak konkretne poslovne prilike može dovesti do propasti potencijalnog poduzetničkog pothvata. Neki od najosnovnijih elemenata same prilike mogu biti, primjerice, atraktivnost prilike (što znači privlačenje određenog broja kupaca), da se dogodila u pravo vrijeme (što znači da postoji potražnja za njom), povećava vrijednost potencijalnih kupaca. Sukladno navedenom, poslovna prilika je kombinacija okruženja koja se može stvoriti u određenom okruženju uz omogućavanje realizacije određene poslovne ideje iza poslovnog ili poduzetničkog poduzeća. (Delić, Oberman, Peterka i Perić, 2014, str. 8-9).

Tablica 1. Razlozi za ulazak u poduzetništvo

Razlozi za ulazak u poduzetništvo	Opis
Biti vlastiti šef	<ul style="list-style-type: none"> • najčešće se koristi • osoba se osjeća loše na poslu, pa odluči pokrenuti vlastiti posao, tj. biti sama sebi šef
Ostvariti svoje ideje	<ul style="list-style-type: none"> • ukoliko osoba radi za nekoga, ideju može teže provesti zbog raznih ograničenja

	<p>(procedure, iscrpnost, neprihvatanje od strane nadređenog,...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ukoliko osoba ima vlastiti posao, uglavnom nema većih ograničenja jer radi sama za sebe i shodno tome ima više slobode kod realizacije ideje
Ostvariti financijsku dobit	<ul style="list-style-type: none"> • pothvat mora biti profitabilan, odnosno on mora poduzetniku i timu (ukoliko postoji), pružiti izvor prihoda da na kraju mogu imati normalan životni standard • poduzetnici koji rade sami za sebe, nisu toliko okrenuti ka dobiti, već ih motivira i pokreće ljubav i strast prema poslu koji rade

(Izvor: Delić, Oberman Peterka, Perić, 2014, str. 16)

2.3. Osobine uspješnog poduzetnika

Sigurno je da svatko tko se upušta u svoj vlastiti posao, odnosno poduzetnik, želi biti uspješan. Nije lako ostvariti uspjeh ukoliko poduzetnik nema neke od sljedećih osobina temeljenih prema McClellandu (koje u svome radu citiraju Buble i Kružić, 2006).

Tablica 2. Osobine uspješnog poduzetnika

Osobina	Opis
Inovativnost	<ul style="list-style-type: none"> • kreacija novih ideja, proizvoda, usluga • poduzetništvo je jedan od tipova inovacija jer se primjenjuje na kreiranje i eksploataciju novih mogućnosti, proizvoda, usluga, načina distribucije roba, tržišta,...
Razumno preuzimanje rizika	<ul style="list-style-type: none"> • rizik je neizbježan pratitelj svakog novog poduzeća • poduzetnici uglavnom izbjegavaju ono što je sigurno jer im to ne osigurava 100%-tan uspjeh • poduzetnici traže nešto novo u čemu će morati naći svoju afirmaciju, a to je rizično
Samouvjerenost	<ul style="list-style-type: none"> • poduzetnici prije svega moraju imati visok stupanj samouvjerenosti da bi se mogli upustiti u posao

Uporan rad	<ul style="list-style-type: none"> • poduzetnik mora biti uporan i čvrst u inzistiranju na stvaranju postignuća ukoliko želi postići svoje ciljeve
Postavljanje ciljeva	<ul style="list-style-type: none"> • poduzetnik sam sebi postavlja ciljeve kojima teži, te je to za njega stalan proces jer onaj cilj kojeg ostvari, osnovica je za određene više ciljeve
Odgovornost	<ul style="list-style-type: none"> • poduzetnik se osjeća odgovorno i priznato za postignuće cilja kojeg želi ostvariti

(Izvor: Buble i Kružić, 2006, str. 47-48)

Još neke od karakteristika poduzetnika naveo je Koonz (kojeg u svome radu citira Kolaković, 2006, str. 26), a to su da poduzetnici:

- vole zarađivati novac,
- veći su sanjari od drugih ljudi,
- usmjereni su uspjehu,
- imaju nemiran duh, pa su zato često nestrpljivi s ljudima (na sastancima)
- rade više od većine ljudi,
- na opasnost gledaju drukčije od drugih ljudi,
- društveni su kad je to potrebno,
- jako su ponosni pa ih je lakše uzrujati i uvrijediti nego druge ljude,
- imaju odličan natjecateljski duh i
- pokazuju manje tolerancije za uredsku politiku i tračeve.

3. Mladi u poduzetništvu

U ovome poglavlju, bit će definiran pojam i tipovi poduzetništva mladih, opisano kako se može motivirati mlade da uđu u poduzetništvo, koji su prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo, zatim koje greške čine mladi poduzetnici. Slijedi analiza, odnosno prikaz problema koji se odnosi na zapošljavanje mladih u Republici Hrvatskoj. Na samome kraju poglavlja, bit će navedeni neki savjeti koji bi mogli biti od velike koristi za buduće mlade koji kreću ili razmišljaju u budućnosti krenuti u poduzetničke vode.

3.1. Definiranje poduzetništva mladih

Mladost je budućnost svakog naroda i nasljednika zemlje sutra. Kada zemlja ima zdravu populaciju mladih, tada će zemlja, odnosno država napredovati u smislu ukupnog razvoja i napretka. Država s visokim brojem starijih stanovnika i manjim brojem mladih ima puno problema da se zadovolji s kojima može usporiti njezin rast. Današnji svijet prešao je u "eru tehnologije". Tehnologija je omogućila napredak na svim poljima i svim društvima. Tehnološka revolucija promijenila je lice života ljudi donoseći zdravstvenu skrb, informacije i povezanost čak i u najudaljenija područja koja su dotad bila izolirana (Prachi, bez dat.).

Vlade su usredotočene na razmatranje okvira i strategija za otvaranje novih radnih mjesta i povećanje stopa zaposlenosti. Međutim, postoji hitna potreba da se kreatori politike posebno osvrnu na nezaposlenost mladih i povezana pitanja. U nekim je zemljama poduzetništvo mladih prepoznato kao obećavajuća alternativa i aktivno ga promiču razne agencije. Ako se aktivno promiče, poduzetništvo mladih može pomoći u održavanju rastućih gospodarstava kao i integrirati mlade u radnu snagu osim što će dovesti do ukupnog razvoja društva (Prachi, bez dat.).

Poduzetništvo mladih utječe na društveni, kulturni, ali i ekonomski napredak društva. Izgradnja okruženja koje promiče kreativno i pruža mogućnosti za poduzetništvo, zahtijeva provedbu višestrukih strategija i uključivanje na svim razinama, uključujući vladu, industriju, politički, društveni, kao i obrazovni sektor. Rad na programima poduzetništva mladih može pomoći u rješavanju, ali i izbjegavanju mnogih problema koji se trenutno nalaze u državama, te stvoriti put za bolju budućnost i progresivno društvo diljem svijeta. (Prachi, bez dat.).

„Poduzetništvo mladih je termin koji se najčešće koristi za neki od oblika poduzetničkog djelovanja dobnih skupina koje se mogu smatrati mladim – najčešće one populacije starosne dobi između 18 i 25 godine.“ (Buble, Kružić, 2006, str. 148).

3.2. Tipovi poduzetništva mladih

S obzirom da je poduzetništvo rezultat mnogih čimbenika uključujući vrijednosti, uvjerenja, stavove, urođeni duh i vodstvo, utjecaj okoline, obitelji, vještine i još mnogo toga, kategorizacija mladih poduzetnika može razvrstati u nekoliko tipova na temelju različitih čimbenika. Do nekih klasifikacija došlo se na temelju vrste poslovanja, tehnologije, geografije, prema spolu, opsegu poslovanja itd. Shodno tome, za razumijevanje poduzetništva mladih važno je identificirati i definirati tipove poduzetništva mladih. Znanstvenik Danhof (kako ga u radu citira Prachi, bez dat.) definirao je 4 kategorije poduzetništva mladih. Prva kategorija je **inovativno poduzetništvo**, takozvani „mavericks“ (neovisna osoba) koji su sposobni razmišljati izvan okvira, inovativne nove metode, procese i stvarati nove poslovne prilike iz svojih inovativnih ideja poznati su kao inovativni poduzetnici. Primjeri takvih poduzetnika su Jack Dorsey koji je osnivač Twittera, Sergey Brin i Larry Page iz Googlea, Mark Elliot Zuckerberg koji je osnivač Facebooka. Drugu kategoriju čini **imitacijsko poduzetništvo** koje označuje osobu koja transferira tehnologiju ili neki drugi proces s jedne na drugu lokaciju što potiče inovator da traže nove načine, odnosno da tragaju za njima što ujedno pozitivno djeluje na ekonomski razvitak zemlje. Slijedi **fabijansko poduzetništvo** koje čine mladi poduzetnici koji preuzimaju posao od svoje prethodne generacije i uspijevaju razvijati posao bez preuzimanja većeg rizika od odstupanja u nova područja, ali poboljšanja učinkovitosti, procesa i opsega poslovanja. I četvrtu kategoriju čini **dronovsko poduzetništvo** koje označuje prvu generaciju poduzetnika koji upravljaju poslom koji im je prepušten i nastavljaju gledati na neometano vođenje poduzeća bez preuzimanja ikakvih rizika. Za ovakav se stav može se reći da je individualni vlak poduzetnika koji ga dovodi do stabilnog upravljanja naslijeđenim poslom (Prachi, bez dat.).

Dok s druge strane, za Chigunta (kao što u svome radu citira Riahi, 2010) postoje 3 tipova poduzetništva mladih, odnosno **pred-poduzetnici** u koje se svrstavaju „najmlađi“ mladi poduzetnici u dobi od 15 do 19 godina bez stjecanja ikakvog iskustva u poslu. Oni obično u poslu koji pokreću, stječu iskustvo, potrebna im je poduzetnička svijest kao i poduzetništvo da uvide ta 2 pojma kao održive opcije za svoju karijeru. Jako je važno da nauče osnovno o socijalnom poduzetništvu i start-upovima. U **nadobudne poduzetnike** svrstavaju se poduzetnici u dobi od 20 do 24 godine koji su već stekli iskustvo za pokretanje vlastitog

poduzeća. Obzirom da u ovoj fazi imaju ograničenja koja ih sputavaju, slijede jedno od rješenja koja mogu biti, da se dovedu do uspjeha, da prestanu s poslovanjem ili da zaglave u marginalnim aktivnostima. Posljednji su **poduzetnici u nastajanju** u koje se svrstavaju najiskusniji mladi poduzetnici koji imaju na raspolaganju veći kapital. Oni su već pokrenuli poslovanje, no nedostaju im taktičke vještine za rast pa ih trebaju steći (Riahi, 2010).

3.3. Motivacija mladih za ulazak u poduzetništvo

U svijetu postoji rastući interes za poduzetništvo mladih iz više razloga, a to su:

- spoznaja da su mladi poduzetnici generatori i implementatori mnogih poslovnih promjena doprinoseći gospodarskom rastu,
- aktivnostima za smanjenje nezaposlenosti među pojedinim skupinama mladih i pružanje mogućnosti veće njihove socijalne kohezije,
- potreba pružanja perspektive za mlade koji žele pronaći svoje mjesto pod suncem,
- uočavanje da mladi predstavljaju budućnost svake zemlje. (Buble, Kružić, 2006, str. 148).

Tablica 3. Savjeti za lakši prijelaz iz zaposlenika u poduzetnika

Savjet	Opis
Pobjeđivanje straha	<ul style="list-style-type: none"> • uzrok straha je vlastita nesigurnost, pa ga poduzetnik mora pokušati ublažiti strateškim planiranjem uzeti u obzir sve čimbenike, dati vrijeme i pažljivo se pripremiti kako bi ulazak u start-up bio što bezbolniji
Umrežavanje	<ul style="list-style-type: none"> • pohađati seminare, konferencije, edukacije i konzultirati se s ljudima
Educiranje i razvijanje novih vještina	<ul style="list-style-type: none"> • poduzetnik treba razumjeti područje u kojem radi, čitajući stručnu literaturu i blogove, pohađajući tečajeve • prikupiti potrebno znanje i spojiti ga s postojećim iskustvom
Razvijanje financijskog i marketinškog plana	<ul style="list-style-type: none"> • Može li poduzetnik predvidjeti tempo troškova i prihoda? • U kojem roku poduzetnik može provesti svoju ideju?

	<ul style="list-style-type: none"> • Koliko poduzetnik mora uložiti i može li ostvariti svoja prava na kredit i potpore? • Gdje i kome će poduzetnik promovirati/prodati svoje proizvode i usluge?
Konačna odluka	<ul style="list-style-type: none"> • potencijalni poduzetnik mora dati otkaz na sadašnjem poslu, objasniti svom šefu zašto je otišao i zakoračiti u neistraženo • kada se suoči s neistraženim poljem, poduzetnik mora mudro iskoristiti svoje dosadašnje iskustvo i veze, te se radovati novim izazovima

(Izvor: Ercegović i et. Al., 2019, str. 20)

Bez obzira koliko je neki poduzetnik inovativan, stručan ili kreativan, ne mora značiti da će svoju inovaciju pretvoriti u pothvat, no uspješniji su oni poduzetnici koji su inovaciju napravili tako da su ju preuzeli od nekog drugog ili kupili od nekog inovatora.

Tablica 4. Izvori ideja/motivacija za mlade poduzetnike

Izvori ideja/motivacija za mlade poduzetnike	Opis
Hobi	<ul style="list-style-type: none"> • istražiti može li se zabava pretvoriti u proizvod ili uslugu koji će biti komercijalno isplativi
Talentiranost	<ul style="list-style-type: none"> • određeni dar (slikanje, crtanje, dizajniranje odjeće ili obuće, šivanje i slično) može se na neki način usavršiti i samim time komercijalizirati, točnije naplatiti
Stručnost	<ul style="list-style-type: none"> • ukoliko je pojedinac stručan i pun znanja i određenih vještina, a radi u nekome gospodarskom subjektu, može dati otkaz i za sebe raditi taj isti posao koji je radio za drugoga
Tržište prigode	<ul style="list-style-type: none"> • istražiti konkurenciju, odnosno, što rade drugi poduzetnici i što potencijalno tržište traži
Izumiteljstvo	<ul style="list-style-type: none"> • talent koji može biti istraživači, inovacijski ili izumiteljski, može se usmjeriti na stvaranje nekog novog izuma koji će se kasnije

	proizvesti i prodati u vlastitom obrtu ili poduzeću
Ostalo	<ul style="list-style-type: none"> partnerstvo s konkurencijom (ili drugim poduzetnicima), preuzimanje tuđih ideja i misli,...

(Izvor: Mikić i Škrtić, 2011, str. 154-155)

Poznato je 10 razloga zašto su mladi motivirani da postanu poduzetnici pa će isti biti navedeni i ukratko objašnjeni u nastavku.

- 1. Sloboda** - mnogi poduzetnici navode potrebu za samostalnošću i neovisnošću kao ključni pokretač njihovog izbora za pokretanje posla. Sloboda znači imati veću kontrolu nad svojim životom i usmjeravati ga na način na koji sam čovjek želi. Kada je vlasnik tvrtke, poduzetnik može raditi na projektima koji su značajni za njega, umjesto da radi za tuđe ciljeve. Štoviše, biti sam svoj šef daje privilegiju da poduzetnik odluči kada će raditi, kako raditi i na čemu će raditi (Team ZenBusiness, 2021).
- 2. Novac** - većina ljudi barem djelomično ulazi u poslovni svijet zbog mogućnosti ostvarivanja većeg prihoda. Radom u poslovnom okruženju, plaća ovisi o tome koliko novca poslodavac misli da bi trebali zaraditi. Neki ljudi ne žele podnijeti ta ograničenja i odlučuju biti sami sebi šefovi. Neki mladi poduzetnici zarađuju sjajan novac na svojim poslovnim pothvatima, a neki ne. Poanta je da posjedovanje tvrtke daje mogućnost zarađivanja više nego što bi mogli zaraditi na tradicionalnoj poziciji, odnosno u poduzeću gdje čovjek radi za nekog (Team ZenBusiness, 2021).
- 3. Bolja ravnoteža između posla i slobodnog vremena** - biti vlasnik poduzeća može dati fleksibilnost životnog stila, potrebnu za studiranjem na fakultetu ili podizanje obitelji i još uvijek uspješnu karijeru. Poduzetnik sam kreira svoj raspored i postavlja vlastite ciljeve i odgovornosti. Studentima je puno bolje voditi start-up nego raditi posao na pola radnog vremena. Imaju dovoljno vremena da završe svoje akademske obveze te se bave poslovnim zadacima, provode vrijeme s obitelji ili se bave nekim hobijem (Team ZenBusiness, 2021).
- 4. Pesimistički pogled na tržište rada** - studenti visokih učilišta smatraju poboljšanje situacije na radnom mjestu značajnim problemom. Službena stopa nezaposlenosti ne uključuje niti broj ljudi koji žele posao niti onih koji bi željeli imati bolji posao ili višu poziciju u poduzeću. Naravno, vođenje poduzeća podrazumijeva niz izazova, ali poduzetnici početnici smatraju da je to bolja alternativa poslu u poduzeću (Team ZenBusiness, 2021).

5. **Konkurentnost** - ovaj faktor je snažna motivacija za dvije vrste poduzetnika. Prvi tip uključuje one koji su iz obitelji s poduzetničkim porijeklom. Odabrali su ovaj put karijere kako bi zadržali standardni životni stil koji obično dolazi kao rezultat utjecaja obitelji. Druga vrsta uključuje ljude natjecateljske prirode. Uvijek će se naći netko tko će vam reći da to ne možete učiniti (Team ZenBusiness, 2021).
6. **Želja da se napravi razlika** - Bill Gates, Mark Zuckerberg, Sergey Brin i drugi poznati poduzetnici doista su na neki način promijenili svijet. Iako je učiniti svijet boljim prilično ambiciozan cilj, promjena samo djelića na bolje i dalje je vrijedan napor. Ako potencijalni poduzetnik ima rješenje za problem koji može pomoći ljudima na neki način, zašto to ne bi učinio? (Team ZenBusiness, 2021).
7. **Jačanje ekonomije** - poduzetništvo potiče gospodarski rast. Shema je jednostavna: poduzetnici pokreću vlastite tvrtke, nova poduzeća otvaraju radna mjesta, a ljudi koji imaju posao dobri su kupci. Posao može imati nevjerojatan utjecaj. Može promicati gospodarski prosperitet regionalnih područja i služiti društvu jer pomaže u pronalaženju inovativnih rješenja za probleme i izazove (Team ZenBusiness, 2021).
8. **Stjecanje novih vještina** - istraživanje Journal of Business Venturinga pokazalo je da je obrazovanje primarni razlog da ljudi budu uključeni u posao. 65% ispitanika priznalo je da su svoju poduzetničku djelatnost započeli, u različitom stupnju, kako bi nastavili učiti. Neke od vještina koje moderni vlasnici poduzeća razvijaju su poslovni proračuni, online marketing i društveni mediji (Team ZenBusiness, 2021).
9. **Društvena odgovornost** - pozitivan doprinos društvu je ono što pokreće rad društveno svjesnih ljudi. Mnoge korporacije i vlasnici poduzeća smatraju društvenu odgovornost važnom. Daju novac u dobrotvorne svrhe, sudjeluju u dobrotvornim aktivnostima, rade na rješavanju društvenih i ekoloških problema (Team ZenBusiness, 2021).
10. **Potreba za postignućem i priznanjem** - često djeluje kao glavna pokretačka snaga za stvaranje novih pothvata. Ljudi koji vole prihvaćati nove izazove, uzbuđeni su zbog mogućnosti da sami postave svoje ciljeve i postignu ih vlastitim trudom te su dovoljno kreativni da pronađu inovativna rješenja imaju velike šanse za uspjeh. Neki poduzetnici vole ideju da budu javno priznati za svoja postignuća. Postoje tisuće nagrada koje priznaju izvrsna poduzeća na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Ne postoji ispravna ili pogrešna motivacija koja tjera ljude na odabir poduzetništva. Bilo da se radi o financijskoj neovisnosti, pomoći društvu ili razvoju kao profesionalcu, to je dobra motivacija sve dok tjera čovjeka da radi (Team ZenBusiness, 2021).

3.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Kao i svaka druga važna aktivnost u životu, pokretanje vlastitog posla ima svoje prednosti i nedostatke. U današnjem svijetu, kada vlada pandemija COVID-19 i blaga ekonomska kriza, ljudi vide samo lošu stranu (nedostatak financijskih sredstava) umjesto da se usredotočuju na pozitivne aspekte koje im poduzetništvo može donijeti. Iz tog razloga, u nastavku će biti navedeni prednosti ulaska u poduzetništvo općenito, odnosno za poduzetništvo mladih kao i nedostaci ulaska u poduzetništvo općenito uz naglasak poduzetništva mladih.

Mikić i Škrtić, 2011, str. 32-33 u svome radu citiraju prednosti ulaska u poduzetništvo od Scarborougha i Zimmerera, a to su: preuzimanje kontrole nad vlastitom sudbinom, mogućnost mijenjanja stvari kao i iskorištavanja svojih potencijala, ostvarivanje neograničenih profita, priznatost u društvu i poduzetnik radi stvari koje voli. Prema Riahi (2021), prednosti poduzetništva mladih uključuju stvaranje novih radnih mjesta, pružanje lokalnih dobara i usluga zajednici, podizanje stupnja konkurencije na tržištu i shodno tome stvaranje boljih proizvoda i usluga za potencijalne potrošače, promicanje snažnog društvenog i kulturnog identiteta, te kontinuirano stvaranje i rast različitih mogućnosti zapošljavanja koje se razlikuju od tradicionalnih područja koja su dostupna u određenom gradu.

Dok s druge strane, Mikić i Škrtić, (2011, str. 33-34) u svome radu citiraju nedostatke ulaska u poduzetništvo od Scarborougha i Zimmerera, a to su: nesigurnost dohotka, rizik gubitka uloženog kapitala, nedefinirano radno vrijeme i naporan rad, niska kvaliteta života za vrijeme uspostavljanja poslovanja, prisutna je visoka razina stresa, neograničena je odgovornost i javlja se obeshrabrenje.

3.5. Greške mladih poduzetnika

Nema čovjeka na svijetu koji barem jednom u životu nije pogriješio pa tako nema ni poduzetnika koji ne griješi. Na greškama se uvijek može nešto dobro naučiti obzirom da se one mogu popraviti i time se dobiti dobri rezultat, odnosno iz neuspjeha može nastati uspjeh. Kod pokretanja pothvata, postoje mnoge i česte greške i neke nažalost nije moguće izbjeći zbog toga jer je svaki pothvat drugačiji i to je neka nova situacija koju ne može povezati ili poistovjetiti sa pothvatom od nekog drugog.

Prema mišljenju autorice rada, postoji pet početničkih pogrešaka koje bi se smatrale najčešćima i najpoznatijima. Prva je **nepostojanje jasne vizije i cilja (nedostatak fokusa)** koja je jedna od najčešćih obzirom da mladi, odnosno poduzetnici početnici nemaju jasan cilj u razvoju svog poduzetničkog pothvata. Oni često donose odluku o pokretanju pothvata bez da razmišljaju o mogućim posljedicama iste odluke. Ukoliko ciljevi nisu jasno postavljeni, onda poduzetnik početnik ne zna gdje ide i shodno tome ne može znati ide li u pravom smjeru, jer dobro postavljeni ciljevi su ključ uspjeha pothvata. Druga je **vjerovanje u vlastiti instinkt - slijepa povezanost s idejom** gdje bi bilo dobro da prije nego poduzetnik početnik krene u provedbu i daljnju realizaciju svoje ideje, da provede razgovor sa stručnjacima, drugim poduzetnicima koji rade u sličnom polju, da ispita potencijale kupce i partnere te na taj način dobi feedback o svojoj ideji. Ako se ideja njemu čini zanimljivo i profitabilno, ne znači da će i njima isto biti zato je jako važno da se ona testira i provjeri da li je stvarno dobra ili ne. Zatim, **sve mogu napraviti sam/a, odnosno odabir pogrešnog tima**, zna se da je svaki pothvat jako velik izazov pa makar poduzetnik ima sve što mu je potrebno za isti. No ipak, jedna osoba teško da obavi sve što treba u razvoju samog pothvata i poželjno je da ima tim. U timu trebaju biti osobe koje su dobre u stvarima u kojima je poduzetnik slabiji, koje imaju znanja i iskustvo koje poduzetnik nema jer će njemu onda biti lakše i efikasnije razvijanja pothvata, nego da sve odrađuje sam jer tako gubi puno vremena koje je moglo biti utrošeno na druge načine. Uz povjerenje koje poduzetnik treba imati u svoje timske kolege, važno je da kolege unutar tima imaju međusobno povjerenje i dobru komunikaciju. **Nestrpljivost** kod koje bi svaki poduzetnik trebao biti svjestan da se pothvat neće stvoriti sam od sebe i da ne može nastati preko noću, već da je potrebno vrijeme kroz koje se pothvat razvija, a to može biti danima, tjednima, mjesecima ili godinama. Važno je da sam poduzetnik bude spreman dati sve od sebe da pothvat bude dobro napravljen i proveden uz veliku razinu strpljenja u čekanju do vremena kada će se ostvariti rezultati istog. I posljednja je **nerealno sagledavanje troškova** gdje bi poduzetnik trebao realno sagledavati troškove jer u protivnome ne može nikako dobro upravljati poslovnim pothvatom. Sami troškovi definiraju cijenu ili proizvoda ili usluge (ovisno o djelatnosti kojom se bavi poduzetnik) te o njima ovisi ostvarenje prihoda koji se planirao na početku. Shodno tome, ukoliko se troškovi krivo procjene, dolazi do neuspjeha pothvata (Delić, Oberman Peterka, Perić, 2014, str. 17.-18).

3.6. Zapošljavanje mladih u Republici Hrvatskoj

Nezaposlenost mladih prepoznata je kao jedan od problema koji bi u nadolazećim godinama mogao prerasti u globalne razmjere i uzrokovati društvene i ekonomske probleme društvima.

Poduzetništvo mladih promatra se kao alternativa uz druge metode stvaranja mogućnosti zapošljavanja (Prachi, bez dat.).

Iz sljedeće tablice koja prikazuje statističke podatke o nezaposlenosti mladih u razdoblju 2004.-2021. godine, vidljivo je kolika je nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj ovisno o dobi. Najniža razina nezaposlenosti je 15-19 godina što je i očekivano obzirom da se mladi u tom rangu dobi školuju. Broj nezaposlenih se povećava kada mladi završe fakultet što je također očekivano jer je teško pronaći posao obzirom da uglavnom poslodavci traže iskustvo, no rijetko koji fakultet ima obvezu pohađanja stručne prakse tijekom studiranja. Ukupan broj nezaposlenih mladih iz godine u godinu varira, odnosno ne može se točno definirati raste li ili pada. Prvotno, u razdoblju 2005.-2009. godine nezaposlenost pada za čak 39.549 mladih osoba u 2009. godini. U razdoblju 2010.-2014. godine nezaposlenost raste za čak 13.395 mladih osoba u 2014. godini. Nadalje, u razdoblju 2015.-2019. godine nezaposlenost mladih pada za 85.818 mladih osoba. Što se tiče 2020. godine kada je započela pandemija u RH, nezaposlenih mladih je bilo 72.538, dok se 2021. godine smanjila na 63.458 mladih pa je zaključno da su mladi čak kroz pandemiju uspjeli naći posao, te je mišljenje autorice da su možda pokrenuli vlastiti posao koji se može odrađivati online obzirom da je kroz pandemijsko vrijeme većina poslova prešla na online odrađivanje poslova.

Tablica 5. Statistički prikaz nezaposlenosti mladih u periodu 2004.-2021.

<i>Dob</i>	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	<i>Ukupno</i>
<i>Godina</i>						
2004.	17.854	46.175	39.589	34.096	35.530	173.244
2005.	17.220	45.140	39.309	32.988	33.719	168.376
2006.	16.023	40.558	36.649	30.297	29.753	153.280
2007.	13.860	33.998	32.523	26.856	26.121	133.358
2008.	11.420	28.416	28.217	23.966	22.974	114.993
2009.	13.220	33.644	33.743	27.690	25.398	133.695
2010.	15.811	40.007	41.206	33.675	29.342	160.041
2011.	15.617	41.078	41.929	34.308	29.936	162.868
2012.	17.186	44.875	45.445	37.031	32.146	176.683
2013.	18.140	47.619	47.441	39.361	35.013	187.574
2014.	16.683	42.593	43.207	36.513	33.440	172.436
2015.	14.814	34.910	35.001	30.615	28.940	144.280
2016.	11.849	28.009	28.683	24.757	24.071	117.369

2017.	8.401	21.173	22.384	19.290	19.144	90.392
2018.	6.370	16.131	17.254	14.698	14.834	69.287
2019.	5.412	13.682	14.611	12.282	12.475	58.462
2020.	6.238	17.437	18.698	14.981	15.184	72.538
2021.	5.577	14.868	16.197	13.203	13.613	63.458

(Izvor: Hrvatski zavod za zapošljavanje, 2022)

3.6.1. Poticanje mladih za zapošljavanje

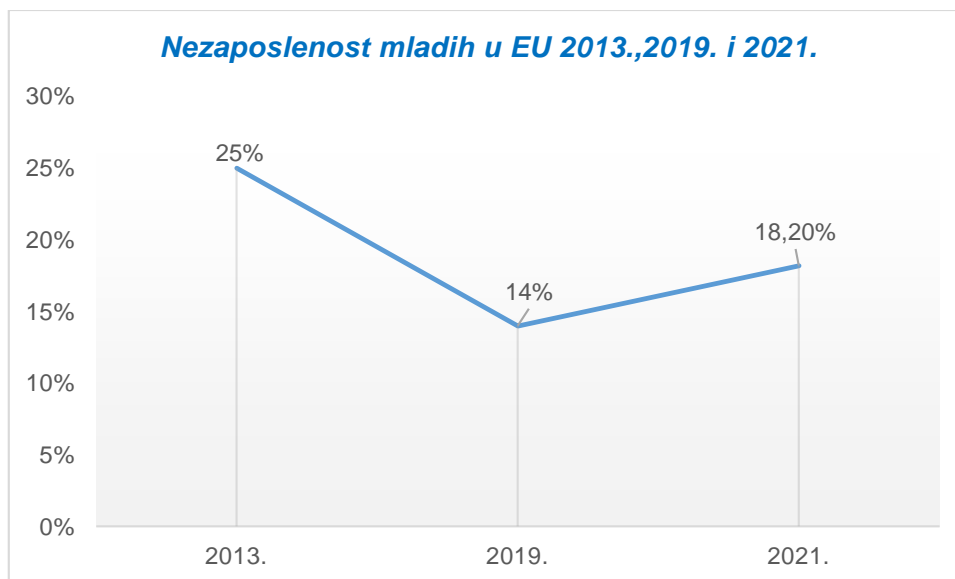
Današnji mladi ljudi previše su zaokupljeni idejom da moraju završiti školu pa misle da je lakše pronaći posao za koji su se školovali nego riskirati ulaganje u vlastiti posao. Gledajući situaciju u Hrvatskoj, vjerojatnije je da će mladi uspješno pokrenuti posao nego pronaći posao u branši. Upravo zbog situacije u kojoj se država nalazi, potrebno je poticati mlade ljude da svoje znanje i mladost ulože u pokretanje cjelokupnog gospodarstva. Napredak i smanjenje nezaposlenosti u današnjem društvu mora se temeljiti na otvaranju novih radnih mjesta. Kako bi se postavili temelji za osnivanje i poslovanje poduzeća, potrebno je mladim i novim poduzetnicima omogućiti više poreznih i drugih pogodnosti, te lakši pristup izvorima financiranja. Veliki broj novih obrta zatvoren je zbog izrazito visokih poreznih opterećenja. Ukoliko bi ulazak u poduzetništvo bio lakši uz postojanje dostupne poduzetničke infrastrukture za potencijalne mlade poduzetnike, onda bi i interes mladih za ulazak u poduzetništvo bio veći jer bi time osigurali nova radna mjesta i shodno tome smanjili nezaposlenost. Poslodavci nekada imaju nemoguća očekivanja obzirom da traže za određeni posao, mladu osobu koja je završila fakultet uz radno iskustvo u poslu, no ne razmišljaju o tome da redovni studenti tokom studiranja ne mogu raditi i steći iskustvo, eventualno kroz praznike ili putem Erasmus razmjena. Bez obzira što postoje planovi za poboljšanje (povećanje) zaposlenosti od države ili zavoda za zapošljavanje, treba aktivno uključiti gospodarske subjekte da omoguće stjecanje znanja i vještina uz mogućnost zaposlenja mladih u istome subjektu. Ta mogućnost bi bila od velike koristi jer bi mladi imali veliku mogućnost svog zaposlenja, a uz to, gospodarski subjekti bi dobili mlade, stručne i ambiciozne ljude i samim time svoje zaposlenike. (Bujan, Lupić, 2010, str. 67-70).

3.6.2. Programi EU i RH za zapošljavanje mladih

Kao što je na sljedećem grafikonu vidljivo, nezaposlenost mlađoj od 25 godina u Europskoj uniji popela se do 25% početkom 2013. godine. Ta je brojka pala za skoro duplo na 14% u

2019. godini, ali ju je pandemija COVID-19 podigla na 18,2% u 2021. godini. (Europski parlament, 2021.).

Grafikon 1. Kretanje nezaposlenosti mladih u EU za 2013., 2019. i 2021. godinu



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Inicijativa za zapošljavanje glavni je alat koji EU koristi za financiranje programa zapošljavanja mladih u državama članicama, te je uključena u Europski socijalni fond (ESF+) za razdoblje 2021.-2027.. Ciljana je najteže pogođenim regijama Europske unije, s nezaposlenošću iznad 25 %. Države članice s većim udjelom mladih od prosjeka EU-a koji nisu zaposleni, obrazovani ili osposobljeni moraju ulagati najmanje 12,5% svojih sredstava ESF+ u mlade. Službeno pokrenuta krajem 2016. godine, Europska inicijativa solidarnosti financira volontiranje, stažiranje i rad s mladima u projektima temeljenim na solidarnosti koji koriste zajednicama i ljudima diljem Europe. Program traje do 2020. godine, a do rujna 2019. za sudjelovanje se prijavilo više od 161.000 mladih. U svibnju 2021. zastupnici su odobrili novi plan za 2021.-2027. Uključuje humanitarnu pomoć i po prvi put će biti samostalni volonterski projekt s vlastitim proračunom (Europski parlament, 2021.).

Što se tiče Republike Hrvatske kao pomoći pri zapošljavanju mladih, do 2022. godine, u sklopu programa mjera APZ (Aktivne politike zapošljavanja), mladi će dobiti višu razinu potpore u samozapošljavanju te zapošljavanju i stažiranju sa širim opsegom i prihvatljivijim ciljem skupine, s naglaskom na ranjive skupine. Bit će potpora za pripravnički staž i zapošljavanje do

24 mjeseca, administrativne olakšice za korisnike prilikom prijave za mjeru aktivne politike zapošljavanja, nova podmjera samozapošljavanja pod nazivom „Mobilnost radne snage – Biram Hrvatsku“, mjere će biti financijski potpomognute sa Nacionalnim planom oporavka i otpornosti („Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ]“, bez dat.).

Hrvatski zavod za zapošljavanje daje mnoge mjere, no jedna od značajnih je „Potpora za samozapošljavanje“ koja se može dodijeliti nezaposlenim osobama da pokriju troškove vezane uz osnivanje i započinjanje poslovanja vlastitog poslovnog subjekta kao obrt, trgovačko društvo, samostalna djelatnost ili ustanova. Može se dodijeliti za više nezaposlenih osoba ako će te iste osobe zajednički osnovati i započeti s poslovanjem novog subjekta ili nastaviti s poslovanjem već postojećeg kojeg su preuzeli. Mjera traje 24 mjeseca, visina subvencije do maksimalno 120.000,00 kuna te je cilj da se financijski pomogne nezaposlenim osobama koje se odluče za pokretanje vlastitog posla (HZZ, 2022).

3.7. Savjeti za buduće mlade poduzetnike

Biti uspješan poduzetnik zahtijeva puno rada, puno vizije i puno ustrajnosti. Ovih 20 savjeta trebali bi slijediti svi mladi poduzetnici koji se odluče krenuti baviti vlastitim poslom. Prvo bi svaki mladi poduzetnik trebao **izazvati sam sebe** na način da svi novi izazovi koji će mu se naći na poduzetničkom putu neka mu budu najveća motivacija ka uspjehu. Nadalje, **treba raditi posao do kojeg mu je stalo** što iziskuje mnogo vremena, no ako se puno posveti poslu kojim se bavi, tako će biti zadovoljan svojim životom i samim time poslom kojeg obavlja. **Treba riskirati** jer u nekim situacijama je rizik uvijek dobrodošao i poželjan je jer ukoliko osoba, odnosno budući poduzetnik ne riskira i uđe u posao za koji je uvidio priliku i strast, kasnije mu može biti žao što nije pokušao. Svatko **treba vjerovati u sebe** što podrazumijeva da budući poduzetnik mora vjerovati da može uspjeti u poslu kojim se želi baviti i mora pronaći put ukoliko mu u realizaciji posla dođu neke prepreke. Ponekad se poduzetnika povezuje sa vizionarom, pa bi on trebao **imati jasnu viziju** o poslu kojim se bavi i želju da to ostvari, te uz to vizija mu mora biti jasna cijelo vrijeme. Vrlo je važno da svaki poduzetnik ima uz sebe ljude kojima vjeruje i za koje je siguran da će dobro odraditi posao, te iz tog razloga treba **pronaći dobre ljude** koji će mu pomoći realizirati njegov posao. Odnosno, važno je da svaki poduzetnik ima „**izgrađen**“ **dobar tim** jer je neke poslove lakše obaviti uz pomoć drugih, a ne samostalno i uvijek je dobro čuti za provedbu neke ideje ili poboljšanje poslovanja više mišljenja svojih bliskih suradnika (tima). Vezano uz tim, važno je da poduzetnik pažljivo bira koga će zaposliti jer bi trebao **zaposliti ljude prema karakteru** i vrijednostima koje imaju jer se vještine mogu

naučiti, no vrijednosti ne jer se ne može svatko uklopiti u određeni posao, odnosno poduzeće. Nailaženjem da neke prepreke i probleme tokom poslovanja, poduzetnik se nekada i boji jer ne zna kako da postupi u određenoj situaciji, no on treba jednostavno **prevladati strah** jer nije dobro vidjeti poduzetnika koji se boji i ustručava poduzeti neku akciju. Za svaki posao u koji se poduzetnik upušta, mora biti svjestan da neće odmah istog trena uspjeti i ostvariti dobit na kraju poslovne godine kako očekuje, već treba biti svjestan da mora **uložiti puno vremena** i samog sebe da bi mogao uspjeti. Povrat bilo koje investicije ne očekuje se odmah u prvoj godini, pa tako ni uspjeh poduzetnika kojeg to ne bi trebalo obeshrabiliti, već bi trebao više sebe i vremena uložiti da dostigne uspjeh kojeg teži. Vezano uz navedeno, mnogi poduzetnici navode kako oni na greške ne gledaju kao nešto negativno, već su greške njima najbolji učitelji jer oni **iz određenih grešaka** mogu mnogo **naučiti**, te su im greške pozitivne jer temeljem njih uvide kako i na koji način trebaju djelovati. Važno je za svakog poduzetnika da kontinuirano **ispituje svoje potrošače, odnosno klijente za mišljenje** jer oni grade uspjeh poduzeća više nego menadžer. Važno je što oni žele, pa ih poduzetnik treba pažljivo slušati da bi onda mogao svoje proizvode/usluge poboljšati da potrošači/klijenti budu zadovoljniji. Poduzetnik treba tokom cijelog poslovanja paziti kako i koliko novčanih sredstava troši jer ukoliko bi trošio mnogo na neke nepotrebne stvari, uskoro bi mogao ostati bez kapitala. I posljednji savjet za buduće poduzetnike je da moraju **imati znanja o svojoj djelatnosti** kojom se bave jer će uspjeti samo ukoliko jako dobro razumije industriju, odnosno djelatnost u kojoj djeluje (IGRA Razvoja agencija, bez dat.).

4. Uloga Republike Hrvatske u poduzetništvu mladih

U ovome poglavlju, bit će ukratko objašnjen pojam institucionalne podrške koja djeluje u kontekstu Republike Hrvatske, nadalje će se objasniti na koji način se u Hrvatskoj može obrazovati z poduzetništvu ukoliko osoba želi krenuti u poduzetničke vode, no ima manjak osnovnih znanja o istome. Poglavlje će biti privedeno kraju sa potpornim i poticajnim programima koje nudi Republika Hrvatska kao i udruge u razvoju poduzetništva mladih.

4.1. Institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva

Tablica 6. Podjela potpornih institucija RH

<i>INSTITUCIJE NA NACIONALNOJ RAZINI RH</i>	<i>INSTITUCIJE NA REGIONALNOJ I LOKALNOJ RAZINI RH</i>
Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije	Poduzetnički centri
Hrvatska banka za obnovu i razvitak	Poduzetnički inkubatori
Hrvatska gospodarska komora	Poduzetničke zone
Hrvatska obrtnička komora	Ostali oblici potpornih institucija
Hrvatska udruga poslodavaca	Tehnološki centri
Hrvatski savez zadruga	
Hrvatski zavod za zapošljavanje	
Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	
Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije	

Izvor: (vlastita izrada autorice)

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije – pruža podršku malim i srednjim poduzećima za lakši i brži gospodarski razvoj na nacionalnoj razini. Neke od temeljnih zadaća su poticanje stvaranja i razvoja malih gospodarskih subjekata, poticanje ulaganja i kreditiranja istih, jamčenje za kredite, financijska potpora kod kredita, subvencioniranje kamata na kredite, provođenje različitih javnih ponuda za natječaje kod prodaje ili zakupa nekretnina, te podupire otvaranje novih radnih mjesta i razvoj suvremenih tehnologija [HAMAG-BICRO]“, bez dat.).

Hrvatska banka za obnovu i razvitak – ima osnovnu zadaću, odnosno cilj koji se odnosi na jačanje razvitka hrvatskog gospodarstva. Uz navedeno, kreditira, ulaže u fondove rizičnog

kapitala, osigurava izvor od političkih i komercijalnih rizika, izdaje garancije i poslovno savjetuje. [HBOR]“, bez dat.).

Hrvatska gospodarska komora – ima osnovni cilj koji se odnosi na promicanje, zastupanje i usklađivanje zajedničkih interesa članova Komore kod državnih i drugih tijela ne samo u Hrvatskoj, već i u drugim državama, odnosno u inozemstvu. Kroz svoju infrastrukturu, poduzetnicima omogućuje i pruža razna savjetovanja, edukacije, financiranje i nastup na sajmovima, upućuje poduzetnike koje izvore financiranja mogu koristiti u svome poslu („Hrvatska gospodarska komora [HGK]“, bez dat.).

Hrvatska obrtnička komora – dobro je biti član Komore jer članovi dobivaju razne „privilegije“ kod dobavljača koji dolaze iz grana s kojima Komora ima potpisani ugovor o suradnji putem projekta pod nazivom „HOK Obrtnik plus“. Uz to, članovi mogu biti informirani o raznim novostima putem digitalnog newslettera ili mobilne poruke, pružaju im se razni savjeti od samih edukacija pa sve do mogućih sudskih sporova u kojima se mogu naći. Nadalje, u Komori je moguće licencirati radionice, provesti, odnosno položiti majstorski ispit i dobiti razne druge oblike pomoći vezano uz poslovanje („Hrvatska obrtnička komora [HOK]“, bez dat.).

Hrvatska udruga poslodavaca – štiti i promiče prava i interese svojih članova. Temelji se na principu dobrovoljnog članstva i načelima demokratskog zastupanja kao i očitovanja volje njezinih članova. Udruga je osnovana s ciljem promicanja poduzetničkog duha, prava i slobode („Hrvatska udruga poslodavaca [HUP]“, bez dat.).

Hrvatski savez zadruga – osnovan je s ciljem da promiče, usklađuje i zastupa interese zadruga, njezinih zadrugara i samim time zadružne saveze i sve to pred državnim i drugim regulatornim tijelima u Hrvatskoj kao i u inozemnim državama („Hrvatski savez zadruga [HSZ]“, bez dat.).

Hrvatski zavod za zapošljavanje – osnovan je s ciljem da bude posrednika na tržištu rada na kojem se nalaze poslodavci i potencijalni zaposlenici koji traže posao, na način da osigura potrebnu radnu snagu poslodavcima da se postigne puna zaposlenost, kao i da nezaposleni ostvare prava za vrijeme nezaposlenosti. Shodno tome, važno je da promiče partnerski odnos sa sudionicima na tržištu rada (HZZ, bez dat.).

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja – osnovano je s ciljem da određuje strateške smjerove, razvija razne programe i planove za održivi razvoj društva. Obuhvaća i poslove koji

se odnose na razvoj i poboljšanje konkurentnosti hrvatskog gospodarstva, razvoj mikro, malog i srednjeg subjekta, upravljanje jamstvenim fondom koji poboljšava industriju, strategiju koja olakšava i potiče ulaganje, izvoz i mnoge druge poslove koji su zakonom određeni („Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja [MINGOR]“, bez dat.).

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije – osnovano je s ciljem da razvija slabije razvijena područja unutar granica RH da se smanje regionalne razvojne nejednakosti. Sama politika ravnomjernog regionalnog razvoja podrazumijeva da se planiraju, provode i koordiniraju aktivnosti vezane uz regionalne razvojne politike i da se samim time uspostavi cjelovit sustav programiranja, upravljanja i samog financiranja regionalnog razvoja („Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije [MRRFEU]“, bez dat.).

Poduzetnički centri – se smatraju središtem poduzetničke stručne izobrazbe kao i raznim stručnim/savjetodavnim pomoćima usmjerenima poduzetnicima, odnosno ono promoviraju poduzetništvo, pružaju informacije o ulasku u poduzetničke vode, razne konzultantske pomoći, poticajne mjere i sve projekte i programe koji se vežu uz poduzetništvo. Nadalje, kako pomažu kod ulaska u poduzetništvo, tako pomažu i kod pripreme poslovnih planova, organizacije raznih seminara i ostalih oblika dodatnog obrazovanja koje je neophodno za svakog poduzetnika (Buble i Kružić, 2006, str. 196-203):

Poduzetnički inkubatori – „predstavljaju lokacijsku zajednicu namijenjenu malim poduzetnicima (u fazi start-upa ili onima koji su tek započeli s poslovanjem). Malim poduzetnicima se uz tehničku i financijsku pomoć omogućavaju beneficirani uvjeti za početak djelatnosti sve do trenutka kada se osposobe za samostalno poslovanje“ (Buble i Kružić, 2006, str. 196-203).

Poduzetničke zone – pomažu poduzetnicima po pitanju dostupnosti prostora (zemljište, fizički objekti), kao i stvaranje uvjeta za rad, mogućnost korištenja zajedničke infrastrukture i najvažnije, povezuju sve poduzetnike koji su smješteni na istome području/prostoru (Buble i Kružić, 2006, str. 196-203).

„**Ostali oblici potpornih institucija** mogu biti razne udruge za poticanje poduzetništva, lokalne razvoje agencije, organizacije za povezivanje poduzetnika, udruge za poticanje kvalitete i ishođenje certifikata međunarodnih standarda, udruge za poticanje inovativnosti, uvođenje sustava zaštite okoliša i slično“ (Buble i Kružić, 2006, str. 196-203).

Tehnološki centri – osnovani su zbog želje da se promiču inovacije ne samo u regijama, već i u lokalnim sredinama, također promiču i nove tehnologije, te samo poduzetništvo. Poduzetnicima konkretno pružaju razne oblike pomoći (od pravne pa do kako zaštititi industrijsko vlasništvo – patentom, žigom, oznakom izvornosti), te pružaju zastupništvo inovatora kod plasmana inovacija (Buble i Kružić, 2006, str. 196-203).

4.2. Poduzetničko obrazovanje

Poduzetničko obrazovanje odnosi se na razvijanje vještina i načina razmišljanja učenika kako bi im se omogućilo da ideje pretvore u poduzetničko djelovanje. Ovo je ključna kompetencija za sve studente i potiče osobni razvoj, aktivno građanstvo, socijalnu uključenost i zapošljavanje. Relevantan je na svim razinama procesa cjeloživotnog učenja, u svim obrazovnim disciplinama i u svim oblicima obrazovanja i osposobljavanja (formalnim, neformalnim i informalnim) koji doprinose poduzetništvu i djelovanju, bilo u službene ili neslužbene komercijalne svrhe (Narodne novine, 2013.).

Tablica 7. Vrste poduzetničkog obrazovanja

FORMALNO PODUZETNIČKO OBRAZOVANJE	NEFORMALNO PODUZETNIČKO OBRAZOVANJE	INFORMALNO PODUZETNIČKO OBRAZOVANJE
<ul style="list-style-type: none"> • poučavaju učitelji/predavači • u odgojno-obrazovnim institucijama • prema predmetima od strane nadležnih obrazovnih tijela 	<ul style="list-style-type: none"> • usavršavanje, specijalizacija i nadopunjavanje znanja • posebni programi koje provodi ministarstvo znanosti i obrazovanja • redovne škole, agencije, centri za obuku i cjeloživotno obrazovanje 	<ul style="list-style-type: none"> • neplanirano učenje i stjecanje znanja kroz svakodnevicu • važno zbog povećanja ljudi koji pripremaju poduzeće za otvaranje i uspješno poslovanje poduzeća nakon otvaranja

Izvor: (Narodne novine, 2013).

U Republici Hrvatskoj trenutno nema nacionalne strategije koja se odnosi na poduzetničko obrazovanje. Zadnja koja je bila i provodila se bila je od 2010. godine do 2014. godine. Poduzetničko obrazovanje utvrđeno je u Nacionalnome okvirnome kurikulumu kojeg je izradilo

Ministarstvo znanosti i obrazovanja 2010. godine. Rad na istome kurikulumu podržava Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje jugoistočne Europe, odnosno SEECEL (Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje jugoistočne Europe), čije sjedište je u gradu Zagrebu. Navedeni Centar, pruža potporu strateškoj suradnji koja se provodi između 8 država zapadnog Balkana i Turske koja se odnosi na poduzetničko učenje kao i neka druga područja koja se vežu uz sam pojam poduzetništva. Suradnja između država, financira se pomoću fondova Europske unije, donacija određenih agencija te doprinosu država članica samog SEECEL-a. Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske surađuje putem Agencije za odgoj i obrazovanje (AZOO) sa samim SEECEL-om koji u tome ima ulogu stručnog centra. Republika Hrvatska vodi transnacionalni pilot projekt koji se veže uz trajno stručno usavršavanje kojim se u suradnji sa nacionalnom agencijom koja je nadležna za osposobljavanje nastavnika čime koordinira SEECEL. Taj projekt obuhvaća 8 škola koje provode osnovnoškolsko obrazovanje i 4 škole koje provode srednjoškolsko obrazovanje. Sami projekt omogućuje izravno financiranje, potporu kurikulumu (gdje je uključeno i praktično poduzetničko iskustvo), osposobljavanje nastavnika i umrežavanje, kao i nastavničke mentorske sheme između škola koje već provode poduzetničko obrazovanje i onih škola koje su nove u tome pilot projektu kojeg provodi SEECEL (Europska komisija, 2016, str. 156-166).

4.3. Programi i projekti za poticanje poduzetništva

Europska unija pruža pomoć poduzetništvu i malim poduzećima u državama članicama, a često i tvrtkama u zemljama kandidatima kroz različite oblike potpore koji se često pojednostavljaju na **financijsku potporu** (bespovratna sredstva i subvencije, pristup kreditnim olakšicama pod povoljnim uvjetima, uz jamstva i **nefinancijsku potporu** (poslovna podrška, edukacije, osposobljavanja i konzultantskih usluga, razni oblici kontaktiranja poduzetnika).

„Na sličan način zamišljeni su i poticaji u Republici Hrvatskoj za poticanje poduzetništva i malog gospodarstva. Poticaji i aktivnosti Republike Hrvatske na ostvarivanju ciljeva razvoja malog gospodarstva vezani su uz Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva koji u svome radu citira Buble i Kružić (2006, str. 194-195):

- kreditiranje subjekata malog gospodarstva pod povoljnim uvjetima,
- davanje jamstava za kredite,
- osnivanje fondova rizičnog kapitala,
- pružanje stručne i savjetodavne pomoći za subjekte malog gospodarstva,

- pojednostavljenje postupaka za osnivanje, poslovanje i razvoj subjekata malog gospodarstva i njihovih udruga,
- davanje potpora za povećanje zapošljavanja,
- davanje potpora za sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i specijaliziranim izložbama u zemlji i inozemstvu,
- organiziranje centara za poduzetništvo, poduzetničkih inkubatora i zona malog gospodarstva, te drugih pravnih osoba za poticanje malog gospodarstva,
- uspostavljanje informacijskog sustava za malo gospodarstvo,
- promicanje poduzetništva i poticanje poduzetništva žena i poduzetništva mladih,
- davanje potpora za istraživanje, razvoj i primjenu inovacija te uvođenje suvremenih tehnologija,
- stvaranje uvjeta za povezivanje subjekata malog gospodarstva radi nastupa na tržištu,
- druge aktivnosti za ostvarenje ciljeva razvoja malog gospodarstva.“

Državni poticaji pomažu u promicanju poduzetništva i prikupljanju potrebnih financijskih sredstava samim poduzetnicima. Usmjeravaju se na male i srednje gospodarske subjekte jer je njima teže doći do financijskih sredstava nego velikim subjektima, a većina subjekata je manja ili srednja negoli većih. Poticaji od države mogu biti u različitim oblicima kao što su bespovratna sredstva, subvencije kamatnih stopa zajmova, plaćanje kamata i zajednički jamstveni programi. Oni se mogu dodjeljivati iz proračuna države ili iz lokalnog proračuna. Uz 2 navedena proračuna, također se poticaji mogu dobiti iz proračuna EU koji se izdvajaju na međunarodnoj razini (Bujan, Lupić, 2010., str. 74).

Želi li dobiti poticaj, poduzetnik mora biti u funkciji pravne osobe jer se poticaj u suprotnome ne može dobiti. Kada se natječe za neku vrstu potpore ili poticaja, poduzetnik treba imati dobro izrađen poslovni plan kojeg treba dostaviti u vremenu kada traje natječaj za određeni poticaj, odnosno potporu. Ukoliko osoba/poduzetnik prima financijska sredstva za određenu potporu/poticaj time stječe obveze koje je dužna/dužan izvršiti u propisanom roku. Poduzetnici moraju sve svoje projekte za koje traže potporu/poticaj, realizirati u određenom vremenskom periodu, moraju proći nezavisne revizije koje su iznad određene veličine, moraju obavezno zadržati vlasništvo nad određenom vrstom opreme ili nekim drugim predmetima najmanje 3-5 godina. Uz sve navedeno, poduzetnici moraju kontinuirano izvješćivati o uspješnosti poslovanja svog subjekta davateljima financijskih sredstava (Bujan, Lupić, 2010, str. 74).

„Brojni programi i projekti koji potiču poduzetništvo usmjereni su na:

- stvaranje pozitivne poduzetničke klime,
- izgradnju poduzetničke infrastrukture,
- izobrazbu i stručnu pomoć poduzetnicima,
- tehnološki razvoj, inovacije i nove proizvodne programe i
- poticanje poduzetništva ciljanih skupina,

dok sve to poduzetnicima omogućuje:

- kreditiranje pod povoljnim uvjetima,
- dobivanje jamstava za kredite,
- pomoć pri uvođenju novih tehnologija i inovacija,
- pomoć pri nastupu na stranim tržištima,
- dobivanje poduzetnički i strukovno obrazovanih kadrova,
- subvencioniranje kamata na kredite,
- subvencioniranje dijela troškova,
- različite oblike potpora,
- donacije u novcu i
- dobivanje stručne podrške (Buble i Kružić, 2006, str. 204).“

4.3.1. Hrvatska banka za obnovu i razvitak

„**Hrvatska banka za obnovu i razvitak** (HBOR) definira u „Općim kriterijima prihvatljivosti“ mladog poduzetnika kao poslovnog subjekta u kojem minimalno 1 ili više mladih u dobi do navršениh 40 godina u trenutku kada podnosi zahtjev za kredit, zajedno posjeduju vlasništvo veće od 50%. Poduzetnike početnike definira kao poduzetnike koji po prvi puta osnivaju subjekt ili subjekt mikro, malog i srednjeg poduzetništva koji posluje manje od 2 godine u trenutku kada podnosi zahtjev za kredit. Uz uvjet da, nisu u ranijim godinama kao ni sada, suvlasnici ili vlasnici drugog subjekta s udjelom koji je veći od 30%. **Korisnici kredita** mogu biti subjekti privatnog sektora (zadruga, OPG, trgovačka društva, obrtnici, ustanove) koji su start-up poduzetnici (poduzetnici početnici), žene poduzetnice i mladi poduzetnici te subjekti privatnog sektora koji ulažu za oporavak od posljedica potresa i poticanje gospodarskog razvoja Sisačko-moslavačke županije, no HBOR uz navedenu županiju može razmotriti i zahtjeve subjekata privatnog sektora koji žele ulagati na područje Karlovačke i Zagrebačke županije. Što se **namjene kredita** tiče, ona se odnosi na ulaganja u osnovna sredstva (nematerijalna i materijalna imovina) s ciljem da se pokrene i modernizira poslovanje (uvođenje nove tehnologije, povećanje kapaciteta), te s ciljem da se Sisačko-moslavačka županije

oporavi od posljedica potresa i da se potiče gospodarski razvoj iste. Uz to, obrtna sredstva se mogu najviše kreditirati do 30% ugovorenog iznosa navedenog kredita, može se financirati i prirodni kapital u sklopu NCFE (Natural Capital Financing Facility, što predstavlja očuvanje i prilagodbu eko sustava kroz projekte zelene infrastrukture, poduzetništva zelenog i raznih kompenzacijskih mjera za štete u okolišu. **Način kreditiranja se provodi** u zajedničkoj suradnji sa poslovnim bankama gdje korisnik Zahtjev i dokumentaciju podnosi određenoj poslovnoj banci ili po modelu podjele rizika ili izravnim kreditiranjem korisnika kredita (izuzevši OPG-ove koji nisu u sustavu PDV-a i udruge) gdje korisnik Zahtjev uz dokumentaciju podnosi HBOR-u. **Iznos kredita** ne smije biti niži od 200.000,00 kuna, odnosno najviše iznositi može 2.000.000,00 kuna (sve ovisi o kreditnoj sposobnosti i specifičnostima korisnika kao i namjeni i strukturi samog ulaganja), pri tome se kreditirati može do maksimalno 85% predračunske vrijednosti bez PDV-a. **Valuta** može biti iskazana u kunama ili kunama uz valutnu klauzulu vezanu za EUR. **Kamatna stopa** od 2% je godišnja i fiksna uz sniženje za 0,2 postotna boda za zapošljavanje mladih; do 2 postotna boda uz subvenciju Županije ili Grada ili Općine dok se smanjit do 1 postotni bod može uz NCFE financiranje prirodnog kapitala. S druge strane, 1% godišnje i fiksno može biti samo za subjekte koji ulažu u oporavaka od posljedica potresa i gospodarski rast Sisačko-moslavačke županije uz smanjenje od 0,2 postotna boda za zapošljavanje mladih, te 0,1 postotni bod uz NCFE financiranje prirodnog kapitala. U nekim slučajevima, stopa može biti i viša, a to ovisi o propisima za dodjelu državnih potpora i/ili potpora neke manje vrijednosti. **Naknada** za obradu kreditnog zahtjeva iznosi 0,50% od ugovorenog iznosa kredita, a 0,40% za obradu zahtjeva iz NCFE financiranja prirodnog kapitala, odnosno 0,25% od ugovorenog, a neiskorištenog kredita za rezervaciju sredstava, dok za rezervaciju sredstava iz NCFE financiranja prirodnog kapitala ne naplaćuje naknada. Za kredite koji se odnose na oporavak od posljedica potresa i gospodarskog rasta Sisačko-moslavačke županije, naknade se ne naplaćuju, eventualno prijevremeni povrat refinanciranjem kredita banke (0,50% od iznosa prijevremene otplaćene glavnice, a najmanje mora iznositi 500,00 kuna). **Rok korištenja** kredita je do 12 mjeseci te kredit uplaćuje u pravilu isplatom na račun, jedino za kredite koji se odnose na oporavak od posljedica potresa i gospodarski rast Sisačko-moslavačke županije gdje je dozvoljena refundacija ulaganja korisnika kredita provedenih nakon samog potresa do podnošenja zahtjeva. Ovisno o samoj namjeni i strukturi ulaganja **rok otplate** je do 12 godina uz uključujući 3 godine počeka. Ukoliko se podiže i/ili obnavljaju dugogodišnji nasadi u poljoprivredi rok otplate može biti do 14 godina uključujući početak do 5 godina, ili ukoliko se ulaže u turizam ili ako investicijska studija ukaže na potrebu za duljom ročnošću i/ili počekom, rok otplate može biti do godina uključujući početak do 4 godine. **Način otplate** je u jednakim mjesečnim, tromjesečnim ili polugodišnjim ratama (HBOR, bez dat.).“

4.3.2. Erasmus za mlade poduzetnike

Erasmus za mlade poduzetnike pomaže europskim poduzetnika kod usvajanja potrebnih vještina za pokretanje i/ili uspješno vođenje nekog manjeg poduzeća u Europi. Navedeni poduzetnici usvajaju i razmjenjuju znanje kao i poslovne ideje s iskusnim poduzetnikom kod kojeg borave i s kojim također surađuju u roku od 1 do 6 mjeseci, taj boravak im Europska komisija financira jednim dijelom. Navedeni projekt ima prednosti za novog poduzetnika jer mu pruža pogodnost edukacije kroz posao u srednjem ili malom poduzeću u inozemstvu u zemlji koja sudjeluje u projektu. To uvelike olakšava pokretanje novog ili jačanje postojećeg poduzeća. Uz navedeno, pruža pogodnost kod pristupa novim tržištima, međunarodne suradnje i potencijalne prilike za suradnju s inozemnim partnerima. Dok s druge strane, poduzetniku koji je domaćin, pruža se pogodnost profitiranja od novih ideja koje u njegovo poduzeće donosi novi motivirani poduzetnik koji se imati možda neke posebne vještine i znanja iz područja kojeg poduzetnik domaćin nema, a koja se mogu nadopuniti sa njegovim vještinama i znanjem. Kao što je i ranije navedeno, projekt djelomično financira Europska komisija, a prisutan je u mnogim zemljama u kojima mu pomažu lokalne kontakt točke koje također pružaju i stručnu poslovnu podršku (inkubatori, start-up centri, gospodarske komore). Aktivnostima koordinira Ured za podršku programa na europskoj razini. O projektu se zaključno može reći da su kod njega svi na dobitku, odnosno, i poduzetnik domaćin i novi poduzetnik jer im daje mogućnost upoznavanja europskog tržišta uz dugoročnu korist zbog velikih mogućnosti za uspostavljanjem kontakata i nastavka poslovne suradnje kao što su zajednički projekti, uloga izvođač radova-isporučitelj i slični (Erasmus for Young Entrepreneurs, bez dat.).

4.3.3. Plavi ured

Službeni naziv programa Plavi ured je Zagrebački inovacijski centar d.o.o. poslovna jedinica Poduzetnički centar koji predstavlja dodirnu točku i sjecište interesa kreatora gospodarske politike i potpornih mjera kao i korisnika tih politika i mjera. Pokretanje navedenog projekta inicirao je Grad Zagreb kao ideju pružanja besplatne pomoći poduzetnicima na području Zagreba i razvoja gospodarske infrastrukture također grada Zagreba. Što se aktivnosti tiče, one uključuju edukaciju, programe potpore i promicanja poduzetničke kulture te savjetovanje. Prioritet programa je da će to biti mjesto podrške uz stalni razvoj usluga, odnosno, mjesto za srednje i male poduzetnike, obrtnike, sve zainteresirane i buduće poduzetnike (Plavi ured, bez dat.).

4.3.4. Mladi u EU (Udruga mladih)

Udruga mladih „Mladi u Europskoj uniji“ je nevladina i neprofitna udruga osnovana kao mjesto gdje će se okupljati mladi, iznoseći svoje ideje i misli te zajednički poboljšati kvalitetu života mladih na području Šibenika i okolice. Sama udruga organizira slobodno vrijeme za mlade, savjetuje i informira ih, uključuje ih u razvoj civilnog društva, pokreće razne projekte važne za mlade i razvoj zajednice, bori se protiv svih oblika ovisnosti, potiče volonterstvo i inicijative volonterstva te razvija socijalno poduzetništvo za mlade. Korisnici navedene udruge mogu biti sve nacionalne manjine koje žive na području Republike Hrvatske, osobe koje su u nepovoljnom položaju, osobe koje nisu ostvarile svoja Ustavna prava, studenti, nezaposleni, mladi poduzetnici, mlade osobe s invaliditetom, opća populacija mladih, mladi s poteškoćama socijalnog karaktera, mladi s poremećajem u ponašanju te mladi s problemima ovisnosti i nasilja (Mladi u EU, bez dat.).

4.3.5. Udruga poduzetni

Udruga poduzetni osnovana je s ciljem unapređenja i promicanja značaja cjeloživotnog obrazovanja i pružaju mogućnost zainteresiranim osobama da kroz određena savjetovanja, predavanja, tečajeve, seminare, tribine, radionice i druge stručne skupove, usavrše svoje znanje. Uz navedeno, sudjeluju u potpori i jačanju razvoja poduzetništva s naglaskom na poduzetništvo žena da se poveća udio žena koje pokreću vlastiti posao. Cilj im je da pomognu mladima, nezaposlenima, ženama poduzetnicama, studentima, umirovljenicima i svima ostalima kojima je potrebno dodatno educiranje i obrazovanje na putu do samoga uspjeha kao i izgradnje ekonomskog blagostanja (Udruga poduzetni, bez dat.).

5. Istraživanje stavova mladih za ulazak u poduzetništvo

U nastavku će biti iznesena analiza ankete kojom se željelo ispitati stavove mladih za njihov ulazak u poduzetništvo. Bit će analizirano da li su mladi već ušli ili planiraju ući u poduzetništvo i uz to vezano koju vrstu posla su pokrenuli ili misle pokrenuti. Kakvo im je iskustvo u vrsti posla kojeg žele pokrenuti, pristup novim radnim zadacima, sklonost prema riziku, odnos prema projektu/pothvatu. Nadalje, koji su razlozi zašto bi ušli u poduzetništvo, elementi koji bi ih motivirali da uđu u poduzetništvo kao i nedostaci zašto ne bi ušli, te koje osobine smatraju da bi trebao imati svaki uspješan poduzetnik.

5.1. Cilj istraživanja

Online anketa pod nazivom „*Ispitivanje stavova mladih za ulazak u poduzetništvo u Republici Hrvatskoj*“ izrađena putem Google obrasci, korištena je u svrhu prikupljanja primarnih podataka. Cilj ove ankete je bio da se sazna koliko su mladi zainteresirani za ulazak u poduzetništvo u RH, da li su pokrenuli već posao ili razmišljaju o pokretanju posla.

5.2. Izvori podataka i vrsta istraživanja

Koristili su se sekundarni izvori podataka dobiveni istraživanjem koje je provedeno deskriptivno na uzorku u svrhu saznanja kakav stav imaju mladi za ulazak u poduzetništvo, odnosno jesu li i planiraju li pokrenuti vlastiti posao.

5.3. Provedba istraživanja

Opisno, odnosno kvantitativno istraživanje provedeno je na način da su se podaci prikupljali putem ankete u obliku upitnika koja je bila izrađena pomoću Google obrasca te je bila javno podijeljena na društvenoj mreži Facebook i Instagram u razdoblju od 03. travnja 2022. godine do 25. svibnja 2022. godine. Anketa se sastojala od 15 pitanja na koja su obavezno morali odgovoriti kod kojih su ispitanici mogli odabrati jedan, odnosno više odgovora. 3 pitanja su bila neobavezna obzirom da su se odnosila na to da ispitanici ukratko napišu čime se bave, odnosno čime se misle baviti u budućnosti kada pokrenu svoj vlastiti posao. Korištena je Likertova skala za pitanja koja su se odnosila na iskustva ispitanika u vrsti posla kojeg bi pokrenuli, njihovim pristupom novim radnim zadacima, sklonost prema riziku, odnos prema

pothvatu/projektu na kojem rade, razloge zašto bi ušli u poduzetništvo, elemente koji bi ih motivirali na ulazak u poduzetništvo, nedostaci zašto ne bi ušli u poduzetništvo i osobine koje smatraju da su važne da ih ima svaki poduzetnik. Svi prikupljeni podaci dobiveni od strane ispitanika koristili su se za izradu ovog završnog rada. Istraživanje je bilo dobrovoljno i anonimno, te je samo ispunjavanje ankete trajalo prosječno 5 minuta.

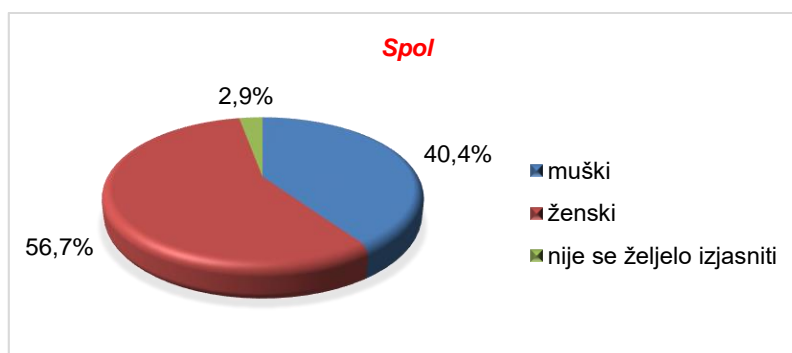
5.4. Uzorak istraživanja

Za istraživanje korišten je namjerni prigodni uzorak zbog načina slanja i pristupa ankete. Uzorak istraživanja čini 104 ispitanika, od kojeg je 59 ženskih ispitanica, 42 muških ispitanika, te 3 ispitanika koja se nisu željela izjasniti kojeg su spola. Svi navedeni ispitanici, njih 104 dali su odgovore na sva postavljena pitanja, odnosno ona koja su bila obavezna obzirom na njihove odgovore. Fokus je bio na mladima koji su iz područja Varaždinske županije, a idu u srednju školu ili studiraju na području Županije ili izvan nje, te na mladima koji već rade.

5.5. Rezultati istraživanja

Na grafikonu 2 može se vidjeti da je 56,7% ženskog spola (59 ispitanika), dok je 40,4% muškog spola (42 ispitanika), te 2,9% se nije željelo izjasniti (3 ispitanika). Shodno tome, zaključak je da je anketi pristupilo više ženskih ispitanica negoli muških ispitanika.

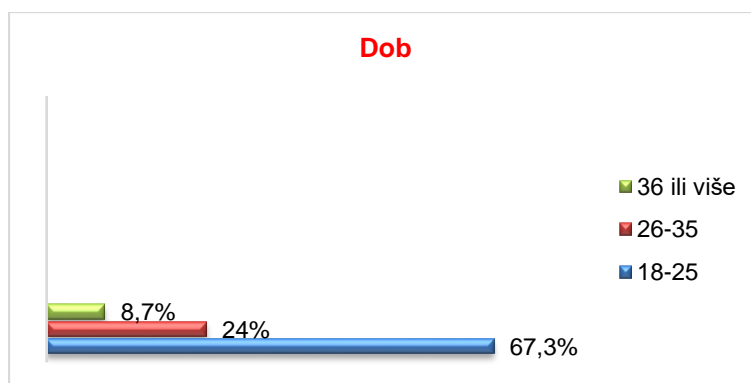
Grafikon 2. Spol ispitanika



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 3 može se vidjeti dobna skupina ispitanika. Vidi se kako najviše ima ispitanika 18-25 godine što čini 67,3%. Zatim slijede ispitanici u rasponu 36-35 godine što čini 24%. Nadalje, ispitanici u razdoblju 36 ili više godina čine 8,7%.

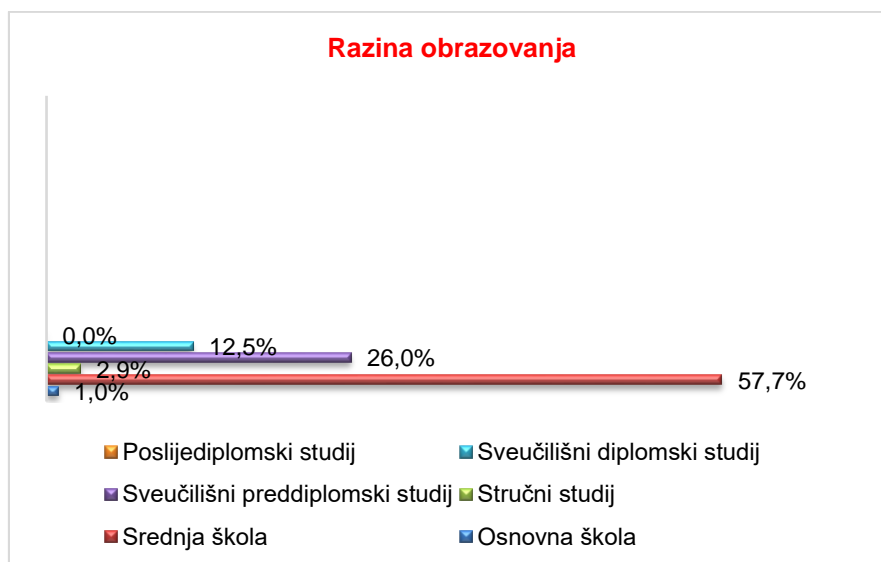
Grafikon 3. Dob ispitanika



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 4 može se vidjeti razina obrazovanja ispitanika. Vidi se kako najviše njih 57,7% ima srednju školu, 26% sveučilišno preddiplomski studij, 12,5% sveučilišni diplomski studij, 2,9% stručni studij, te 1% samo osnovnu školu.

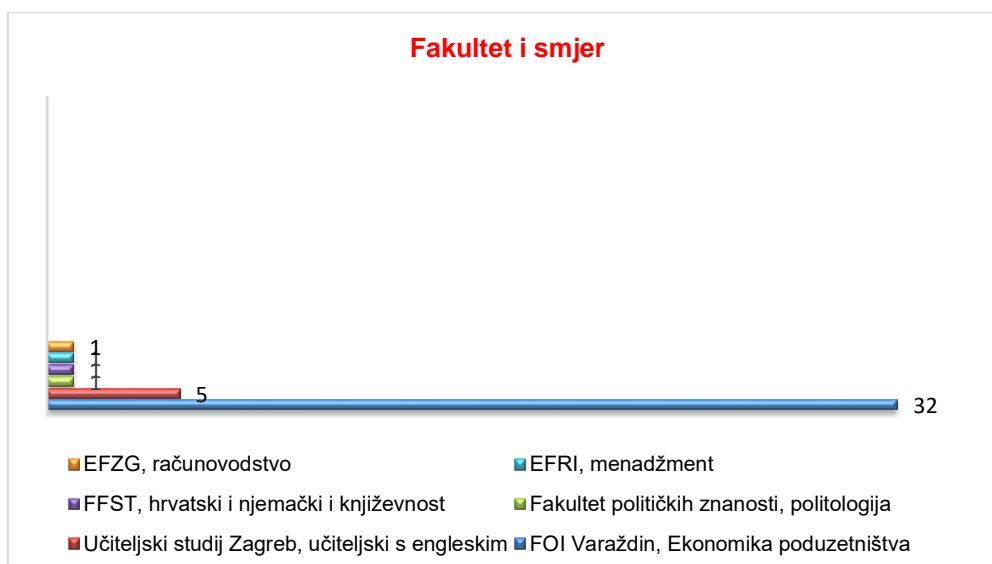
Grafikon 4. Razina obrazovanja ispitanika



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 5 vidljivo je na kojem fakultetu i koji smjer studiraju ispitanici. Njih najviše studira na FOI-ju, odnosno 32 ispitanika, njih 5 studira na Učiteljskom studiju Zagreb smjera učiteljskog s engleskim, dok po 1 ispitanik studira na Fakultetu političkih znanosti smjera politologija, EFRI smjera menadžment, FFST smjera hrvatski i njemački jezik i književnost, te EFZG smjer računovodstvo.

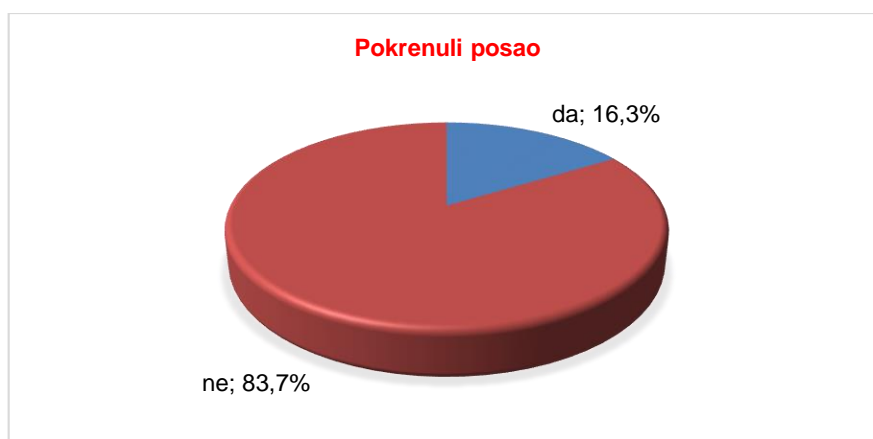
Grafikon 5. Fakultet i smjer studiranja ispitanika



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 6 vidljivo je koliko je ispitanika već pokrenulo posao. Njih najviše 83,7% (87 ispitanika) nije pokrenulo posao, dok ih je 16,3% pokrenulo (17 ispitanika). Zaključak je da je najviše onih koji nisu pokrenuli posao obzirom da su uzorak ispitivanja učenici i studenti, odnosno mladi koji još nemaju dovoljno znanja da pokrenu posao.

Grafikon 6. Već pokrenuli posao



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na tablici 4 vidljivo je kakav posao i koliko je ispitanika pokrenuli određeni posao. Može se zaključiti da se uglavnom većina njih bavi poljoprivredom, odnosno njih čak 5, dok se ostali bave različitim poslovima. Zaključak je da su se mladi okrenuli poljoprivredi obzirom da je inflacija u posljednjim mjesecima jako izražena, pa će oni u sklopu svojih OPG-ova proizvoditi

proizvode kojima će olakšati ovaj udar na cijene u trgovinama jer će koristiti svoje domaće, a ne kupovno.

Tablica 8. Posao kojeg je pokrenuo određeni ispitanik

VRSTA POSLA	BROJ ISPITANIKA U POSLU
Kafić	2
Kreativni posao	1
Trgovina za prodaju balona za razne prigode	1
Knjigovodstveni biro	1
Šivanje unikatnih poklon, tj. jastuci s imenom i platnene vrećice s imenom	1
OPG	1
OPG – uzgoj i prodaja kukuruza	1
Uzgoj i prodaja voća	1
Preuzeti OPG od roditelja koji je preminuo – uzgoj i prodaja žitarica	1
Trgovina auto dijelova	1
Prodaja kućanskih aparata	1
Salon za uljepšavanja pasa	1
Restoran brze hrane	1
Ne želim to iznijeti.	1
Uzgoj i prodaja sadnica cvijeća	1

(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 7 vidljivo je tko od ispitanika u budućnosti planira pokrenuti vlastiti posao. Zanimljivo je da je jednaki udio onih koji planiraju, odnosno ne planiraju pokrenuti vlastiti posao koji čine 31,7% (33 ih planira pokrenuti vlastiti posao i 33 ih ne planira otvoriti vlastiti posao). Dok s druge strane, njih 36,5% nije razmišljalo da pokrene vlastiti posao, odnosno 38 ispitanika.

Grafikon 7. Pokretanje vlastitog posla u budućnosti



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz tablice 5 vidljivo je koju vrstu posla planira otvoriti 28 ispitanika. Uočljivo je da dvoje planira otvoriti računovodstveni servis, a ostali bi uglavnom nešto vezano uz rukotvorine ili marketing. Teško je odrediti čime bi se uglavnom ispitanici željeli baviti ukoliko bi pokrenuli vlastiti posao jer su različite vrste posla navedene, ali pretpostavka je da će ispitanici koji studiraju na Fakultetu organizacije i informatike Varaždin vjerojatno pokrenuti e-commerce, knjigovodstvo i shodne djelatnosti koje se oslanjaju na ekonomiju.

Tablica 9. Vrsta posla kojeg ispitanici planiraju otvoriti

VRSTA POSLA	BROJ ISPITANIKA
Ne znam još.	1
Posao koncipiran izradom i montažom određene vrste vrata	1
Obrt za rukotvorine i umjetničke radove	1
E commerce	1
Knjigovodstvo	2
Računovodstveni servis	1
Razne poklon košare za sve prigode	1
Posao s 3D printanjem	1
PR marketing	1
Konzultantska tvrtka za razvoj strategije i implementaciju društveno odgovornog poslovanja	1
Grafički i web dizajn	1
Izrada svijeća	1
Pekara	1
OPG s rukotvorinama	1
Restoran	1
Cvjećarna	1
Marketinška agencija	1
Proširenje poslovanja	1
Dom u koji bi stariji ljudi dolazili na druženja	1
Proširenje na uzgoj povrća ili voća te prodaja istih	1
Mala trgovina	1
Izrada nakita od gline	1
Još ne znam, ali nešto kao knjigovodstvo ili agencija za prodaju nekretnina	1
Još se dvoumim između udruge ili kafića	1
Dom za starije i nemoćne ili dom za djecu s teškoćama	1

(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 8 vidljivo je da 47,1% ispitanika zna što im je potrebno pri otvaranju obrta/tvrtke, dok ih ne zna 23,1%, a njih 29,8% zna djelomično ali će se još informirati. Pretpostavka je da ispitanici koji studiraju na Fakultetu organizacije i informatike Varaždin znaju djelomično što im je potrebno za otvaranje obrta/tvrtke obzirom da se tijekom studiranja unutar pojedinih kolegija dotaknu djelomično nekih podataka.

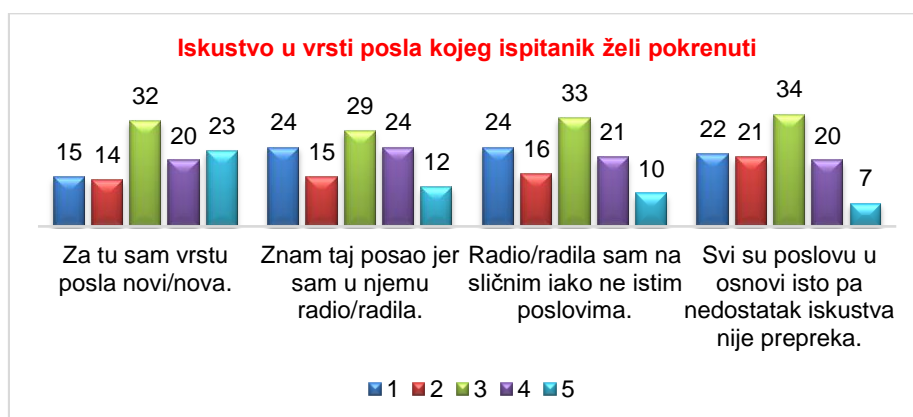
Grafikon 8. Znete li što Vam je potrebno za otvaranje vlastitog obrta/tvrtke?



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 9 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na iskustvo u vrsti posla kojeg želi pojedini ispitanik pokrenuti. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da su prosječno svi ispitanici najviše neutralni kod svake tvrdnje i ocjena pojedine ne odskaače već je tu negdje za svaku tvrdnju i ocjenu.

Grafikon 9. Iskustvo u vrsti posla kojeg ispitanik želi pokrenuti

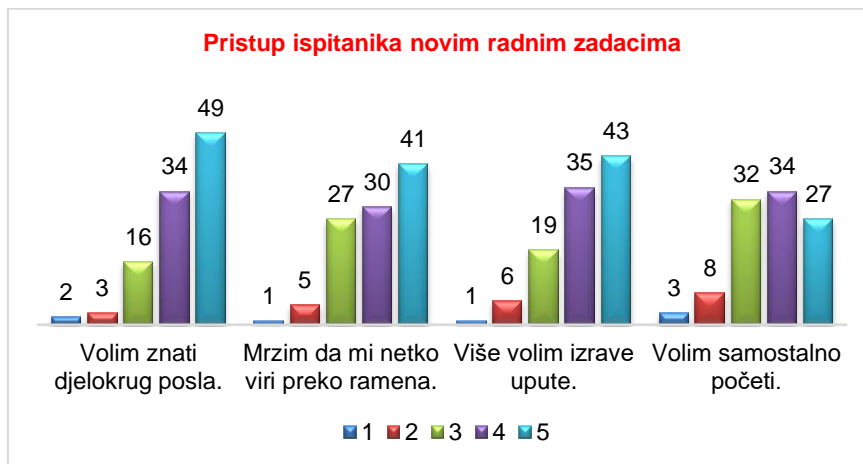


(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 10 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na pristup novim radnim zadacima. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže.

Uočljivo je da se prosječno svi ispitanici djelomično slažu s određenom tvrdnjom. Malo je zabrinjavajuće to što 1-3 ispitanika ne slaže s pojedinom tvrdnjom.

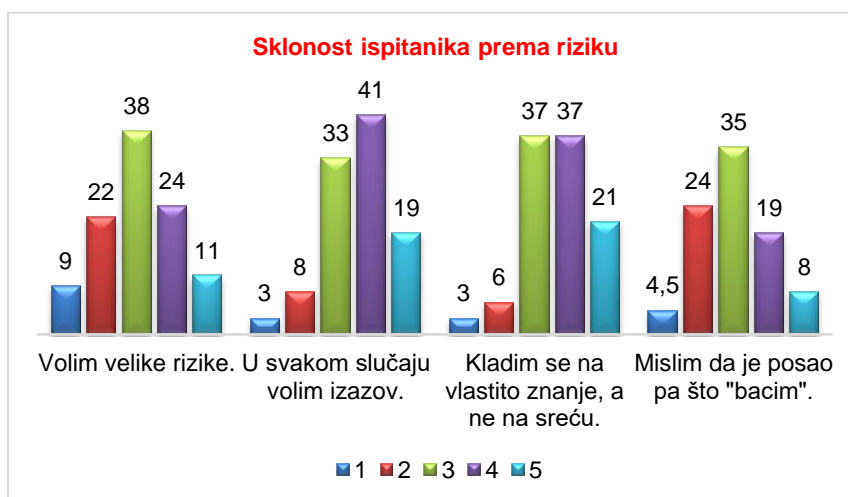
Grafikon 10. Pristup novim radnim zadacima



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 11 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na pristup novim radnim zadacima. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da se prosječno svi ispitanici neutralni i da se djelomično slažu s određenom tvrdnjom.

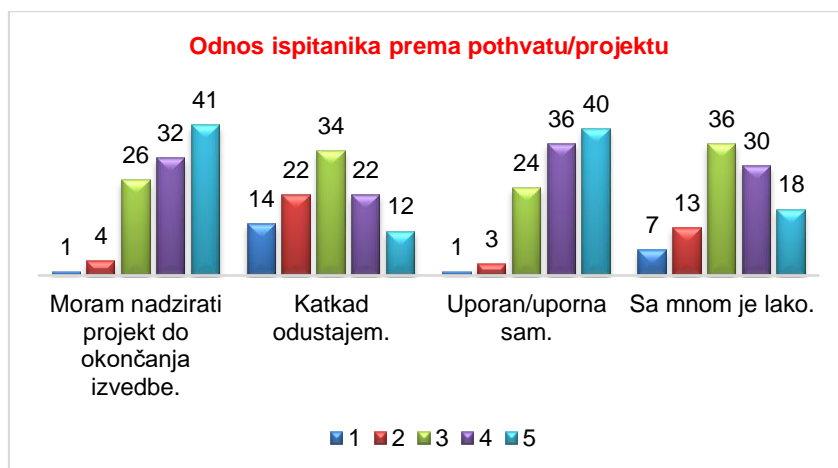
Grafikon 11. Sklonost prema riziku



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 12 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na pristup novim radnim zadacima. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da se prosječno svi ispitanici djelomično slažu s određenom tvrdnjom. Malo je zabrinjavajuće to što 1-14 ispitanika se ne slaže s svakom vrstom tvrdnje.

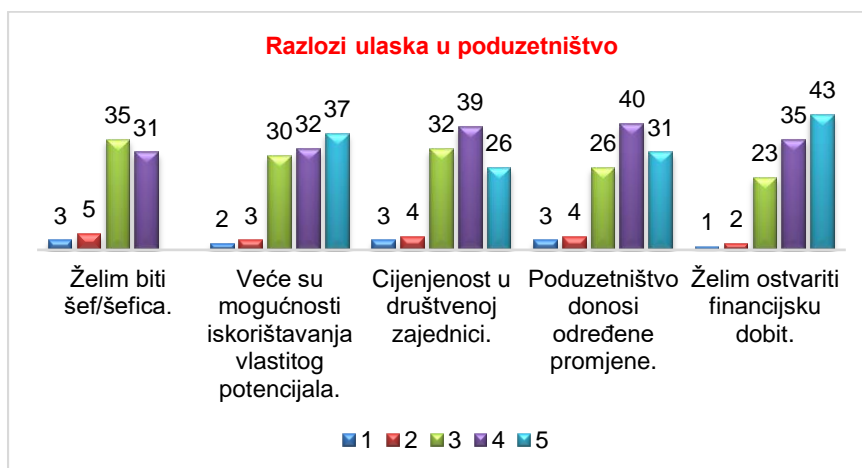
Grafikon 12. Odnos prema pothvatu/projektu



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 13 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na razloge ulaska u poduzetništvo. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da su prosječno svi ispitanici suglasni sa pojedinom tvrdnjom.

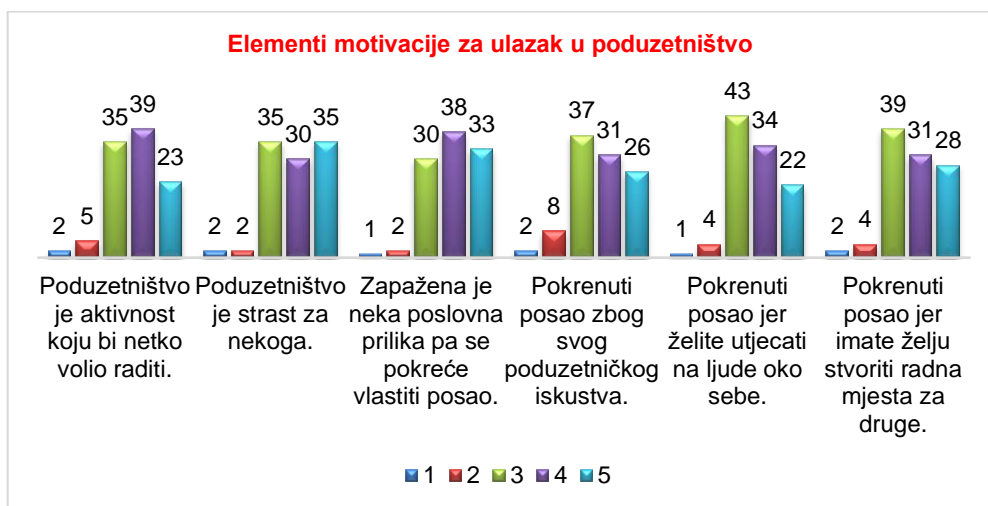
Grafikon 13. Razlozi ulaska u poduzetništvo



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 14 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na elemente motivacije za ulazak u poduzetništvo. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da su prosječno svi ispitanici suglasni sa pojedinom tvrdnjom.

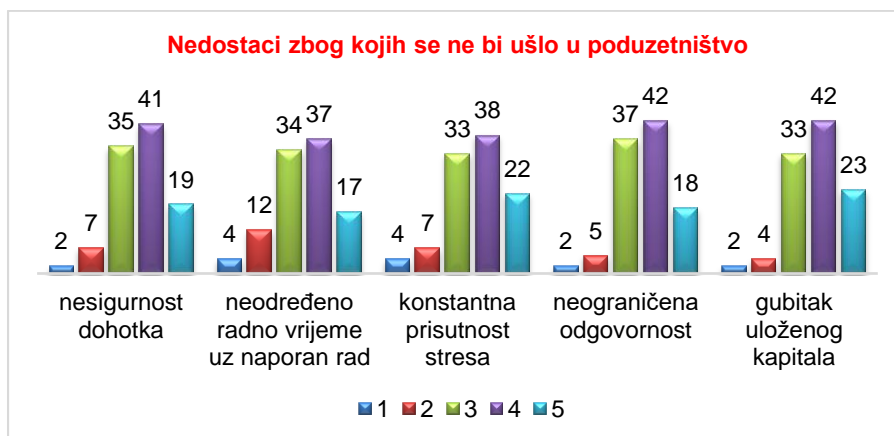
Grafikon 14. Elementi motivacije za ulazak u poduzetništvo



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 15 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na nedostatke zbog kojih se ne bi ušlo u poduzetništvo. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da su prosječno svi ispitanici suglasni sa pojedinom tvrdnjom.

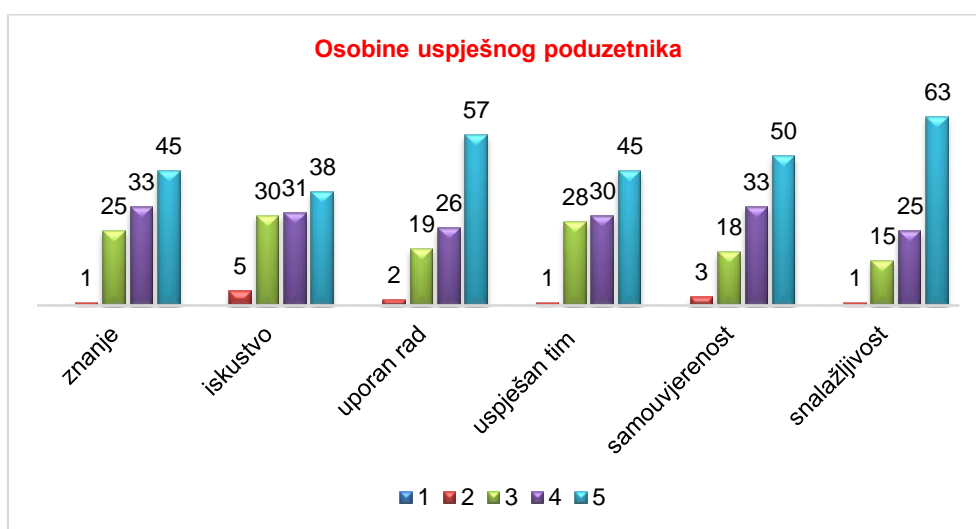
Grafikon 15. Nedostaci zbog kojih se ne bi ušlo u poduzetništvo



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Iz grafikona 16 vidljivo je koliko je ispitanika ocijenilo pojedinu vrstu tvrdnje koja se odnosi na osobine uspješnog poduzetnika. 1 označuje da se u potpunosti ne slaže, 2 da se djelomično ne slaže, 3 da se niti slaže niti ne slaže, 4 da se djelomično slaže i 5 da se u potpunosti slaže. Uočljivo je da su prosječno svi ispitanici suglasni sa pojedinom tvrdnjom.

Grafikon 16. Osobine uspješnog poduzetnika



(Izvor: vlastita izrada autorice)

Na grafikonu 17 vidljivo je da 68,3% ispitanika smatra da RH ne podupire dovoljno razvoj poduzetništva, 27,9% ih nije sigurno, dok ih samo 3,8% smatra da dovoljno podupire. Mladi očito nisu upoznati da RH zaista potpomaže mlade što se tiče pokretanja posla jer daje različite potpore i poticaje.

Grafikon 17. Smatrate li da RH dovoljno podupire razvoj poduzetništva?



(Izvor: vlastita izrada autorice)

5.6. Zaključak istraživanja

Zaključak istraživanja je da većina ispitanika nije pokrenulo posao, ali njih čak 33 planira u budućnosti pokrenuti posao što je prihvatljivo obzirom da većina ispitanika studira na Fakultetu organizacije i informatike te oni imaju puno znanja iz ekonomije i informatike, a to je zasigurno dobra podloga za neki novi početak, odnosno za pokretanje posla. Što se tiče odgovora vezanih uz iskustvo u vrsti posla kojeg ispitanici žele pokrenuti, uglavnom su za tu vrstu posla novi, znaju posao jer su u njemu radili, radili su na sličnim iako ne i istim poslovima, smatraju da nedostatak iskustva nije prepreka. Što se pristupa novim radnim zadacima tiče, oni uglavnom vole znati djelokrug svog posla, mrze kad im netko viri iznad ramena, vole izravne upute, te uglavnom vole sami započeti. Prosječno uglavnom vole velike rizike, djelomično vole u svakom slučaju izazove, djelomično rade vlastitim znanjem, a ne na sreću. Nadalje, što se tiče njihovog odnosa prema projektu/pothvatu kojeg rade, ne vole odustajati, moraju nadzirati rad do okončanja izvedbe, te s njima uglavnom nije lako raditi. Najviše ispitanika želi ući u poduzetništvo jer žele biti cijenjeni u društvenoj zajednici, jer poduzetništvo donosi određene promjene, te jer žele ostvariti financijsku dobit. Najviše bi ih motiviralo da uđu u poduzetništvo je strast jer oni smatraju da je poduzetništvo strast. U poduzetništvo ne bi htjeli ući zbog nesigurnosti dohotka i zbog gubitka uloženog kapitala. Najviše ispitanika smatra da su uporan rad, samouvjerenost i snalažljivost najbitnije osobine koje bi svaki uspješan poduzetnik trebao imati, dok su manje bitne znanje, uspješan tim i uporan rad. Većina ispitanika smatra da RH ne podupire dovoljno razvoj poduzetništva što baš i nije točno jer se mogu dobiti razni poticaji/potpore kao mladi poduzetnik, odnosno poduzetnica.

5.7. Ograničenja istraživanja

Analiziranjem rezultata provedene ankete važno je za istaknuti ograničenja istraživanja. Prvo ograničenje odnosi se na uzorak istraživanja. Obzirom da je na anketu pristupilo 104 ispitanika, to je premalen uzorak jer se ne mogu dobiti konkretni zaključci kao i stavovi za ulazak u poduzetništvo. Obzirom da se istraživanje provodilo samo na području Varaždinske županije, ne mogu se donositi zaključci o stavovima svih mladih na razini RH. Sljedeće ograničenje odnosi se na provođenje putem Interneta, a to je lošija vrsta istraživanja jer je ograničeno ispitanicima koji nemaju Internet, odnosno Facebook i Instagram. Neki od ispitanika možda nisu ni odgovorili iskreno i zbog toga se rezultati ne mogu smatrati da su 100% pouzdani. I zadnje ograničenje predstavlja prekratki vremenski interval u kojem je provedena anketa.

6. Zaključak

Poznata je i važna izreka da na mladima svijet ostaje, pa je tako i važno poticati i stvarati poduzetništvo i to mladih obzirom da se na taj način mogu stvoriti nova radna mjesta, povećati konkurentnost, mogu se stvoriti inovativni proizvodi i usluge jer su mladi u današnje vrijeme puni ideja, no ne znaju kako da svoje ideje provedu ili se ne usude riskirat. Nadalje, može se osnažiti društvena zajednica kao i kulturni identiteti i sve to uz stvaranje prihoda. Pitanje je kako poboljšati, odnosno kako poticati mlade poduzetnike. Važno je da im se pruži kvalitetna podrška, vještine, znanje i resursi da kada požele biti poduzetnici mogu biti što bolje i sigurnije pripremljeni. Na provedenom istraživanju o stavovima mladih, može se zaključiti da mladi uglavnom žele, a i ne žele ući u poduzetništvo jer se boje riskiranja, nesigurnosti dohotka, te gubitka uloženog kapitala. No, jedna od osobina koja je ključna za uspješnog poduzetnika je preuzimanje rizika jer nekada i u životu čovjek treba riskirati (npr. kod kupnje proizvoda koji puno košta, a ni sam ne zna da li će uopće biti dobar ili ne jer za njega daje veću svotu novaca), pa tako i potencijalni poduzetnik treba riskirati jer bolje da ne uspije jer iz toga može nešto naučiti i može se popraviti.

Uočeno je da bi mladi htjeli pokrenuti vlastiti posao i samim time ući u svijet poduzetništva, no postoji nešto što ih sprječava u tome, a to je nedostatak znanja, nedostatak novčanih sredstava, odnosno kapitala kojeg bi uložili kod samog pokretanja. Uz navedeno, sprječava ih i to što misle da Republika Hrvatska ne pomaže dovoljno mladima koji žele pokrenuti svoj vlastiti posao, no to nije istina jer kroz razne programe i poticaje, kao što je i ranije navedeno, može se javiti svaki poduzetnik koji ima određene uvjete za natječaj pojedinog programa potpore kako od strane Republike Hrvatske tako i od strane Europske unije. Bez obzira na navedene prepreke (predrasude), autorica rada smatra ukoliko mlada osoba ima stvarno dobru ideju koja bi se mogla realizirati, da ne posustane kod samog planiranja, već da cijelog sebe uloži u planiranje i konačnu realizaciju jer se može obratiti raznim stručnim osobama i samim zakonskim tijelima koji bi ih izveli na pravi put. Bez upornosti i ustrajnosti, ne postoji bolje sutra i zadovoljstvo pojedinca.

Popis literature

- Buble, M., Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRiF Plus
- Bujan, I., Lupić, M. (2017). *PODUZETNIŠTVO MLADIH – PRILIKE I PREPREKE: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 7 No. 1, 63-80
<https://hrcak.srce.hr/183416>
- Delić, A., Oberman, P. S., Perić, J. (2014). *Želim postati poduzetnik*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku. Preuzeto 14.02.2022. s
<https://www.hup.hr/EasyEdit/UserFiles/%C5%BDelim%20postati%20poduzetnik.pdf>
- Erasmus for Young Entrepreneurs (bez dat.). *O programu i njegovim prednostima*. Preuzeto 22.02.2022. s <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/page.php?cid=20>
- Ercegović, K., Grković, I., Ivanković Marić, K., Kobas Dešković, D., Kuran, M., Matić, I., Rendulić, K., Varlaj, I., (2017). *Od zaposlenice do poduzetnice: cjelovit vodič za uspješan prelazak u poduzetništvo – savjeti stručnjaka i praktični primjeri*. Zagreb: Matić savjetovanje d.o.o.
- Europska komisija/EACEA/Eurydice (2016). *Poduzetničko obrazovanje u školama u Europi*, [Izvešće Eurydicea]. Ured za publikacije Europske unije u Luksemburgu. Preuzeto 18.02.2022. s http://publications.europa.eu/resource/ellar/74a7d356-dc53-11e5-8fea-01aa75ed71a1.0013.01/DOC_1
- Europski parlament (05.07.2021.). *Mjere Europske unije za zapošljavanje mladih*. Preuzeto 18.02.2022. s <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/priorities/socijalna-ukljudenost/20171201STO89305/mjere-europske-unije-za-zaposljavanje-mladih>
- Grubišić, D. (2013). *Poslovna ekonomija* (3. izd.). Split: Ekonomski fakultet
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije [HAMAG-BICRO] (bez dat.). *O Agenciji*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://www.rijeka.hr teme-za-gradane/biznis-i-investicije/financiranje-i-potpورا-2/potporne-institucije-i-infrastruktura/potporne-institucije-2/hrvatska-agencija-za-malo-gospodarstvo-inovacije-i-investicije-hamag-bicro/>
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (2021). *Opći kriteriji prihvatljivosti*. Preuzeto 18.02.2022. s https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2021/12/Opci-kriteriji-prihvatljivosti_3.12.2021.pdf
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (bez dat.). *Kreditni program za poduzetništvo mladih, žena i početnika*. Preuzeto 18.02.2022. s
https://www.hbor.hr/kreditni_program/poduzetnistvo-mladih-zena-i-pocetnika/
- Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (bez dat.). *O Banci*. Preuzeto 17.02.2022. s
<https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/>

- Hrvatska gospodarska komora [HGK] (bez dat.). *O Komori*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://www.hgk.hr/hrvatska-gospodarska-komora/onama>
- Hrvatska obrtnička komora [HOK] (bez dat.). *O uslugama Komore*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://www.hok.hr/o-hok-u/nase-usluge>
- Hrvatska udruga poslodavaca [HUP] (bez dat.). *O Udruzi*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://www.hup.hr/o-nama.aspx>
- Hrvatski savez zadruga [HSZ] (bez dat.). *O Zadruzi*. Preuzeto 16.02.2022. s <http://www.zadruga.obz.hr/index.php/hrvatski-savez-zadruga>
- Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (2022). *Statistički prikaz nezaposlenosti mladih u periodu 2004.-2021.*. Preuzeto 06.05.2022. s <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tiplzvjestaja=1n>
- Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (2021). *Nove mjere aktivnog zapošljavanja za 2022. - Biram Hrvatsku te digitalne i zelene djelatnosti financirane iz Nacionalnog programa oporavka*. Preuzeto 18.02.2022. s <https://www.hzz.hr/novosti-priopcenja/mjere-aktivnog-zaposljavanja-2022-biram-hrvatsku-i-npo-digitalno-i-zeleno.php>
- Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (2022). *Potporna za samozapošljavanje*. Preuzeto 22.02.2022. s <https://mjere.hr/katalog-mjera/potporna-za-samozaposljavanje/>
- Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (bez dat.). *O Zavodu*. Preuzeto 18.02.2022. s <https://www.hzz.hr/o-hzz/>
- IGRA Razvojna agencija (bez dat.). „Razvoj usluga Razvojne agencije IGRA s ciljem unaprjeđenja informiranja za poduzetnike”. Preuzeto 22.05.2022. s <http://www.ra-igra.hr/dvadeset-savjeta-za-mlade-i-entuzijasticne-poduzetnike/>
- Kolaković, M. (2006). *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*. Zagreb: Sinergija nakladništvo
- Mikić, M., Škrtić, M. (2011). *Poduzetništvo* (2. izd.). Zagreb: Sinergija
- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja [MINGOR] (bez dat.). *O ministarstvu*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/1065>
- Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije [MRRFEU] (bez dat.). *O Ministarstvu*. Preuzeto 16.02.2022. s <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/110>
- Mladi u EU (bez dat.). *O udruzi*. Preuzeto 22.02.2022. s <http://mladi-eu.hr/o-udruzi/>
- Narodne novine (2013). *Strategija razvoja poduzetništva Republike Hrvatske 2013. - 2020.*. Preuzeto 18.02.2022. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2013_11_136_2926.html
- Oberman Peterka, S., Pfeifer, S., Singer, S., Šarlija, N. (2021). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?*. Zagreb, CEPOR (Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva).

- Patel, S. (bez dat.). *21 Success Tips for Young and Aspiring Entrepreneurs*, [Entrepreneur.EUROPE]. preuzeto 16.02.2022. s <https://www.entrepreneur.com/article/247540>
- Plavi ured (bez dat.). *O Plavom uredu*. Preuzeto 22.02.2022. s <https://plaviured.hr/tvrtka/>
- Prachi, J. (bez dat.). *Different Types of Youth Entrepreneurship*, [Management Study Guide]. Preuzeto 14.02.2022. s <https://www.managementstudyguide.com/different-types-of-youth-entrepreneurship.htm>
- Riahi, S. (2010). *Youth Entrepreneurship: Ottawa's Portfolio in Talent Development*, [Open Source Business Resource]. Preuzeto 14.02.2022.2022 s <http://timreview.ca/article/394>
- Senior, D., Singer, S. (2014). *Start-up nacija: Tajna izraelskog ekonomskog čuda*. Zagreb: Profil knjiga
- Sikavica, P., (1992). *Poduzeće, poduzetništvo, poduzetnik* (1.izd.). Zagreb: Informator
- Team ZenBusiness. (2021). *10 Reasons For Young Entrepreneurs To Get Motivated*, [Blog Post]. Preuzeto 16.02.2022. s <https://www.zenbusiness.com/blog/10-reasons-young-entrepreneurs-get-motivated/>
- Udruga poduzetni (bez dat.). *O udruzi*. Preuzeto 22.02.2022. s <http://udruga-poduzetni.hr/ona/>

Popis tablica

Tablica 1. Razlozi za ulazak u poduzetništvo	3
Tablica 2. Osobine uspješnog poduzetnika	4
Tablica 3. Savjeti za lakši prijelaz iz zaposlenika u poduzetnika	8
Tablica 4. Izvori ideja/motivacija za mlade poduzetnike	9
Tablica 5. Statistički prikaz nezaposlenosti mladih u periodu 2004.-2021.....	14
Tablica 6. Podjela potpornih institucija RH	19
Tablica 7. Vrste poduzetničkog obrazovanja	22
Tablica 8. Posao kojeg je pokrenuo određeni ispitanik	33
Tablica 9. Vrsta posla kojeg ispitanici planiraju otvoriti	34

Popis grafikona

Grafikon 1. Kretanje nezaposlenosti mladih u EU za 2013., 2019. i 2021. godinu	16
Grafikon 2. Spol ispitanika	30
Grafikon 3. Dob ispitanika.....	31
Grafikon 4. Razina obrazovanja ispitanika	31
Grafikon 5. Fakultet i smjer studiranja ispitanika.....	32
Grafikon 6. Već pokrenuli posao.....	32
Grafikon 7. Pokretanje vlastitog posla u budućnosti	33
Grafikon 8. Znate li što Vam je potrebno za otvaranje vlastitog obrta/tvrtke?	35
Grafikon 9. Iskustvo u vrsti posla kojeg ispitanik želi pokrenuti	35
Grafikon 10. Pristup novim radnim zadacima.....	36
Grafikon 11. Sklonost prema riziku.....	36
Grafikon 12. Odnos prema pothvatu/projektu	37
Grafikon 13. Razlozi ulaska u poduzetništvo	37
Grafikon 14. Elementi motivacije za ulazak u poduzetništvo	38
Grafikon 15. Nedostaci zbog kojih se ne bi ušlo u poduzetništvo.....	38

Grafikon 16. Osobine uspješnog poduzetnika.....	39
Grafikon 17. Smatrate li da RH dovoljno podupire razvoj poduzetništva?	39