

PODUZETNIŠTVO MLADIH U REPUBLICI HRVATSKOJ

Bitanga, Anita

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:218815>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-04**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

PODUZETNIŠTVO MLADIH U REPUBLICI HRVATSKOJ

**Mentor:
Prof. dr. sc. Vlatka Škokić**

**Studentica:
Anita Bitanga**

Split, rujan 2023.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Problem i predmet istraživanja	1
1.2. Svrha i cilj istraživanja	4
1.3. Istraživačko pitanje	5
1.4. Metode istraživanja	6
1.5. Doprinos istraživanja	7
1.6. Struktura diplomskog rada	8
2. PODUZETNIK I PODUZETNIŠTVO	9
2.1. Poduzetništvo	9
2.2. Poduzetnik	10
2.3. Poduzetnički proces	11
2.4. Karakteristike poduzetnika	12
3. MLADI PODUZETNICI	13
3.1. Definicija mladi poduzetnik	13
3.2. Tipovi mladih poduzetnika	15
3.3. Motivacija mladih za ulazak u poduzetništvo	17
3.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo	19
4. REPUBLIKA HRVATSKA I PODUZETNIŠTVO MLADIH	21
4.1. Poticanje mladih na zapošljavanje	21
4.2. Programi Europske unije i Republike Hrvatske za zapošljavanje mladih	24
4.3. Institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva	25
4.3.1. <i>Institucije na nacionalnoj razini Republike Hrvatske</i>	25
4.3.2. <i>Institucije na regionalnoj i lokalnoj razini Republike Hrvatske</i>	27
4.4. Poduzetničko obrazovanje djece i mladih u Republici Hrvatskoj	28
4.5. Programi i projekti za poticanje poduzetništva	29
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	30
5.1. Struktura intervjua i odabir uzorka	30
5.2. Analiza rezultata	32
6. RASPRAVA	44
7. ZAKLJUČAK	47
LITERATURA	49
SAŽETAK	54
SUMMARY	55
POPIS TABLICA	55

1. UVOD

1.1. Problem i predmet istraživanja

Ubrzaniji razvoj politika zapošljavanja, socijalne politike i borbe protiv siromaštva u Europskoj Uniji započeo je potpisivanjem Ugovora iz Maastrichta. Ugovor je potpisan 1992. godine, a na snagu je stupio 1993. godine (Europortal - UEU, n.d.). Od 1993. godine je aktiviran veliki broj programa za bitku protiv nezaposlenosti i mjera poticanja zapošljavanja, a među najbitnijima je oblikovanje Europske strategije zapošljavanja tj. Lisabonska strategija iz 2000. godine (Obadić, 2009). Lisabonska strategija je s vremenom postala sve složeniji program s višestrukim ciljevima i nejasnom raspodjelom odgovornosti. Zbog toga je strategija revidirana 2005. godine. Revizijom se smanjio broj ciljeva, a naglasak se stavio na poticanje rasta i porasta broja novih poslova. Tadašnja najnovija izvješća Vijeća Europske unije (Council of the European Union) ukazali su na pozitivne trendove na europskom tržištu rada. Tijekom 2006. godine došlo je do pozitivnog rasta zaposlenih prvi put u deset godina te je prosječna stopa zaposlenosti porasla na 64,3 posto (Obadić, 2009).

U Republici Hrvatskoj broj zaposlenih kontinuirano pada tijekom 1990-ih do 1997. godine kad je zabilježena najniža razina zaposlenih od hrvatske samostalnosti (Mrnjavac, 2022/2023). Republika Hrvatska se od svoga osamostaljenja susreće s velikom stopom nezaposlenih mladih osoba. Problem nezaposlenosti mladih nije prisutan samo u Republici Hrvatskoj već i u nekim zemljama EU kao što su Bugarska, Cipar, Grčka i Španjolska (Zrilić i Širola, 2013).

Prema Eurostatu iz 2022. godine u EU-u je 2021. više od dvije trećine ljudi u dobi od 15 do 64 godine bilo zaposleno. Za mlade je udio bio nešto ispod polovice, što odražava činjenicu da su mnogi mladi ljudi još uvijek uključeni u obrazovanje. Stopa zaposlenosti mladih u Nizozemskoj bila je više nego dvostruko veća od stope u Rumunjskoj, Španjolskoj, Bugarskoj, Italiji ili Grčkoj. Pandemija COVID-19 utjecala je na tržišta rada diljem svijeta. Stopa zaposlenosti mladih pala je za 2,3 % između 2019. i 2020., ali je nadoknadila neke od tih gubitaka 2021., što je povećanje od 1,6%. Stopa zaposlenosti mladih u 2021. bila je 0,7 bodova ispod razine prije pandemije. Pet država članica EU-a zabilježilo je više stope zaposlenosti mladih u 2021. nego u 2019.: Nizozemska, Francuska, Irska, Njemačka i Danska. Najveći udio samozapošljavanja među mladima imale su Slovačka, Italija i Grčka, dok je najmanji Njemačka. Prema Eurostatu u Republici Hrvatskoj u 2020. je bilo 41,3% zaposlenih mladih osoba u dobi od 15 do 29 godina. U 2022. godini zabilježen je porast zaposlenih mladih na 44,6%.

Otto (2014) navodi kako postoji uska veza između obrazovnih ustanova i programa za zapošljavanje mladih, dok ne postoji dovoljna usmjerenost na razvoj i stjecanje praktičnih vještina. Prema iskustvima nekolicine zemalja Danske, Austrije, Belgije i Rumunjske vidljivo je da se obrazovanje može uskladiti s osposobljavanjem i zapošljavanjem (prema Bejaković i Mrnjavac, 2016).

Obadić (2017) drži da tijekom obrazovanja mladi iz Hrvatske gotovo nikako ne stupaju u radne odnose i ne izlaze na tržište rada. Također navodi da je to razlog što mladi ljudi nemaju dostatne vještine prilikom prvog zapošljavanja. Nažalost, u Republici Hrvatskoj se potrebe na tržištu rada ne poklapaju sa školskim programima, a veliki broj poduzeća nije zainteresirana za organiziranje školske/studentske prakse. Organiziranje prakse od strane raznih poduzeća uključilo bi mlade na tržište rada još za vrijeme srednjeg strukovnog školovanja i visokog obrazovanja. Slično zaključuju autori Llisterra, Kantis, Angelelli, Tejerina (2006), a vezano za razvoj vještina, navodeći da bi proaktivne mjere trebale biti usmjerene na razvoj poduzetništva, zvanja i vještina mladih dok su tinejdžeri ili čak i ranije, kako bi se povećala i smanjila njihova ranjivost i stopa neuspjeha.

Green (2013) smatra da je jedan od potencijalnih načina integracije mladih na tržište rada da se povećá broj mladih u poduzetništvu. Postati mladim poduzetnikom potencijalno ima niz mogućnosti i prednosti. Po mišljenju Green (2013) poduzetnici stvaraju radna mjesta, povećavaju inovativnost, povećavaju konkurenciju i reagiraju na promjene kod gospodarskih prilika i trendova. Mlada osoba koja osniva novi posao djelovala bih kao uzor drugim mladim ljudima. Također navodi kako bi moglo biti korisno u siromašnim zajednicama jer osnivanje novog poduzeća, osobito ako ono postane uspješno, može signalizirati da je poduzetništvo mehanizam za pomoć osobama u nepovoljnom položaju da se izvuku iz socijalne isključenosti.

Problem istraživanja ovog diplomskog rada bio bi utvrditi kroz koje postupke prolazi mlada osoba koja želi pokrenuti svoje poduzeće, te utvrditi na koje načine Republika Hrvatska potiče samozapošljavanje i pokretanje poduzeća. Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je poduzetništvo mladih u Republici Hrvatskoj. Ovim diplomskim radom prikazat će se važnost razvoja i poticanja poduzetništva mladih te koji su faktori koji utječu na ulazak u poduzetništvo. Tema poduzetništva mladih u Republici Hrvatskoj je tema o kojoj se danas nedovoljno govori i ne daje joj se na važnosti. Namjera za uključenjem u poduzetničku aktivnost temelji se na prepoznatoj prilici i procjeni vlastite pripravnosti za pokretanje poslovnog poduhvata. Prema GEM istraživanju iz 2021., u razdoblju od 2019. do 2021. godine, Hrvatska se svrstava među vodećim državama Europske unije koje su sudjelovale u GEM istraživanju s izraženim namjerama za pokretanje poslovnih pothvata, uz istovremeno stabilnu, ali visoku razinu straha od neuspjeha. Unatoč postojanju resursa i pojedinaca koji pružaju podršku mladima pri započinjanju

poduzetničkog puta u Republici Hrvatskoj, često ostaje neiskorišten veliki potencijal mladih poduzetnika.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Nakon što je definiran predmet i problem ovoga diplomskoga rada trebaju se definirati i ciljeve rada.

Ciljevi su:

- Otkriti što motivira mladu osobu na poduzetničku aktivnost
- Odrediti koji su programi Republike Hrvatske za samozapošljavanje mladih
- Istražiti razvoj poduzetničke infrastrukture usmjerene samozapošljavanju
- Utvrditi položaj poduzetništva mladih Republike Hrvatske

U empirijskom dijelu radu će se obraditi tri studije slučaja mladih poduzetnika s područja Splita i Dubrovnika. Ciljevi za empirijski dio istraživanja su:

- Ispitati kako je tekao proces samozapošljavanja
- Odrediti motivaciju za ulazak u poduzetništvo
- Razraditi prednosti i nedostatke samozapošljavanja
- Uvidjeti jesu li navedeni primjeri koristili državne potpore

1.3. Istraživačko pitanje

Nakon što je definiran predmet i problem, te svrhu i ciljeve ovog rada potrebno je definirati i istraživačko pitanje.

Temeljno istraživačko pitanje je:

IP1... Zašto se mladi odlučuju na poduzetništvo u Republici Hrvatskoj?

Ovo temeljno istraživačko pitanje rada ispitat će se pomoću pet sljedećih pitanja, i to:

IP1.1... Koja je motivacija mladih za samozapošljavanje?

IP1.2... Koji su programi Republike Hrvatske za samozapošljavanje?

IP1.3... Koje sve institucije postoje za potporu i poticanje poduzetništva u Republici Hrvatskoj?

IP1.4... Koriste li se uistinu potpore i programi koje nudi Republika Hrvatska ?

IP1.5... Koje su prednosti, a koji nedostaci samozapošljavanja?

1.4. Metode istraživanja

U ovom diplomskom radu će se koristiti sljedeće metode istraživanja (Zelenika, 2000):

Induktivna metoda - sistematska upotreba induktivnog zaključivanja temelji se na analizi pojedinačnih činjenica.

Deduktivna metoda - sistematska i dosljedna upotreba specifičnih i pojedinačnih zaključaka izvedenih iz općih stavova.

Metoda analize - Znanstveno-istraživački proces uključuje razbijanje složenih koncepata, prosudbi i zaključaka na njihove jednostavnije komponente i elemente.

Metoda sinteze - postupkom znanstvenog istraživanja i objašnjava se stvarnost tako da se sinteza jednostavnih sudova pretvara u složenije.

Metoda dokazivanja - njena je osnovna ideja utvrditi istinitost određene spoznaje, a označava izvršenje točnosti određenih stavova na temelju znanstveno utvrđenih činjenica.

Metoda opovrgavanja - kontradiktorna metodi dokazivanja, teze se odbacuju i pobijaju, a sastoji se od dokazivanja netočnosti teze te ju je moguće opovrgavati na izravan i neizravan način.

Metoda deskripcije - metoda predstavlja detaljno opisivanje činjenica i procesa dobivenih iz empirijskog dijela istraživanja rada.

Metoda kompilacije - preuzimanje rezultata znanstveno, istraživačkog rada iz drugih izvora, odnosno citiranje i navođenje tuđih spoznaja.

Metoda komparacije - postupak određivanja poveznica pojedinih činjenica, pojava, procesa i odnosa u njihovom ponašanju te različitosti između njih.

Metoda intervjua – svako prikupljanje podataka i informacija razgovorom u svrhu da se dobivene informacije iskoriste znanstvenih radova.

Metoda studije slučaja - proces kojim se proučava neki zaseban slučaj iz određenog znanstvenog područja.

1.5. Doprinos istraživanja

Nakon što je definiran predmet, problem, ciljevi, istraživačka pitanja i metoda istraživanja ovom radu nadodat će se i doprinos istraživanja. U ovom diplomskom radu bit će provedeno teorijsko i empirijsko istraživanje. Istraživanje će biti provedena na primjerima dva mlada poduzetnika i jedne poduzetnice pomoću intervjua i metode studije slučaja. Na temelju dobivenih rezultata stvorit će se slika o poduzetništvu mladih u Republici Hrvatskoj. Dobiti će se saznanja o primjenjivosti i važnosti državnih potpora i poticaja, te funkcioniranju poduzetničke infrastrukture. Rezultatima istraživanja će se prikazati proces samozapošljavanja te važnost motivacije za pokretanje poduzeća. Rad će prezentirati prednosti i nedostatke samozapošljavanja, najčešće greške prilikom pokretanja poduzeća i savjete za lakši ulazak u poduzetništvo. Ovo istraživanje bi doprinijelo tome da se potakne poduzetništvo mladih, motivira i ohrabri mlade na samozapošljavanje te naposljetku smanji nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj. Rezultati istraživanja mogu biti od važnosti mladim osobama koje se susreću s poteškoćama prilikom donošenja odluke treba li pristupiti procesu samozapošljavanja ili ne.

1.6. Struktura diplomskog rada

Rad će biti sastavljen od 6 dijelova.

Prvi dio rada se odnosi na uvodni dio. On će se sastojati od problema i predmeta istraživanja, svrhe i cilja istraživanja, istraživačkog pitanja, metoda istraživanja, doprinosa istraživanja i strukture rada.

U drugom dijelu rada bit će teorijski objašnjeni pojmovi kao što su poduzetnik i poduzetništvo. Kako se u teoriji pokreće poduzetnički pothvat, te koje osobine i karakteristike bi trebao imati jedan poduzetnik.

Treći dio će biti posvećen mladim poduzetnicima, definiciji, tipovima mladih poduzetnika. Analizirati će se motivi ulaska u poduzetništvo, točnije koji su prednosti, a koji nedostaci ulaska u poduzetnički pothvat.

U četvrtom dijelu će se istražiti koju ulogu ima Republika Hrvatska s poduzetništvom mladih. Istražit će se na koji način država potiče mlade na samozapošljavanje, koji su programi RH i EU za zapošljavanje i poticanje poduzetništva. Koje su institucije za potporu i kakvo poduzetničko obrazovanje postoji.

U petom dijelu će biti prikazani rezultati istraživanja provedeni metodom intervjua sa dva mlada poduzetnika i jedne mlade poduzetnice.

Šesti dio rada će sadržavati rasprava.

Sedmi dio rada će se sastojati od sveobuhvatnog zaključka, literature, sažetka i summary.

2. PODUZETNIK I PODUZETNIŠTVO

2.1. Poduzetništvo

Riječ "poduzetnik" potječe iz francuske riječi "dentreprise", što znači "poduzetnik". Prema definiciji izvedenoj iz riječi, poduzetnik je osoba koja preuzima rizik novog poduzeća. Evo pregleda evolucije poduzetništva kroz povijest (Vinšalek Stipić, 2023).

Najranija definicija poduzetnika kao posrednika pripisuje se Marku Polu u radnom razdoblju. On je pokušao uspostaviti trgovački put prema Dalekom istoku i potpisivao ugovore s investitorima rizičnog kapitala radi prodaje robe. Kapitalist je bio nositelj rizika, dok je trgovac pustolov preuzeo ulogu trgovanja. Nakon uspješne prodaje robe i završetka putovanja, dobit su dijelili kapitalist i trgovac. U srednjem vijeku pojam poduzetnika odnosio se na osobu koja bi vodila velike projekte. Ta osoba ne bi riskirala, već bi upravljala projektima koristeći osigurane resurse.

U 17. stoljeću poduzetnik je bio osoba koja je sklapala ugovor s vladom radi izvršenja usluga ili opskrbe određenom robom. Poduzetnik je prisvajao dobit, ali je snosio i gubitak. U 18. stoljeću pojam poduzetnika prvi put je upotrijebio Richard Cantillon, francuski ekonomist. Definirao je poduzetnika kao osobu koja kupuje faktorske usluge po određenim cijenama kako bi ih prodala po neizvjesnim cijenama u budućnosti. U 19. stoljeću poduzetnici se nisu razlikovali od menadžera. Gledali su se uglavnom iz ekonomske perspektive. Poduzetnik je preuzimao rizik, donosio vlastitu inicijativu i vještine te posjedovao vještine planiranja, organiziranja i vođenja vlastitog poduzeća. Tijekom ranog 20. stoljeća, Dewing je izjednačavao poduzetnika s poslovnim promotorom i promatrao promotora kao osobu koja je pretvorila ideje u profitabilan posao. Schumpeter je opisivao poduzetnika kao inovatora koji razvija neisprobane tehnologije. Poduzetnik kao pojedinac ne mora uvijek dolaziti s potpuno novom idejom ili započeti posao s potpuno novom idejom je temelj 21. stoljeća. Međutim, ako stvara dodanu vrijednost već postojećem proizvodu ili poslu, s pravom se može nazvati poduzetnikom.

S obzirom na brojne definicije poduzetništva, sam pojam poduzetništva nije tako jednostavno definirati i dati sveobuhvatnu definiciju. Svatko ima svoje osobne perspektive o prirodi poduzetništva i definira ga na različite načine. Poduzetništvo predstavlja mentalnu sklonost preuzimanju planiranih rizika s vjerom u postizanje unaprijed zacrtanih poslovnih ili industrijskih ciljeva. To podrazumijeva sposobnost pojedinca da se suoči s rizikom kroz pravilno donošenje odluka (Vinšalek Stipić, 2023).

2.2. Poduzetnik

Poduzetnici su pojedinci koji prepoznaju prilike tamo gdje drugi vide kaos, kontradikciju i zbrku. Oni su agresivni katalizatori promjena unutar tržišta. Uspoređivali su ih s olimpijskim sportašima koji sami sebe izazivaju srušiti nove barijere, s trkačima na duge staze koji se nose s mukom milja, s dirigentima simfonijskog orkestra koji balansiraju različite vještine i zvukove u kohezivnu cjelinu, i s vrhunskim pilotima koji neprestano guraju omotač brzine i odvažnosti (Frederick, O'Connor, Kuratko, 2019).

Bez obzira na njihovu strast, poduzetnici su najavljeni kao heroji današnjeg tržišta. Oni osnivaju poduzeća i stvaraju radna mjesta. Na njihovim naporima počiva globalna ekonomija. Svijet uvelike prihvaća slobodno poduzetništvo kao najznačajniju snagu gospodarskog razvoja. Strast i pogon poduzetnika pomiče svijet poslovanja unaprijed. Poduzetnici su agresivni pokretači promjena u poslovnom svijetu. Oni su neovisni mislioci koji se usuđuju biti drugačiji u pozadini uobičajenih događaja. Mnoga istraživanja otkrila su da mnogi poduzetnici imaju određene zajedničke karakteristike, uključujući sposobnost konsolidacije resursa, upravljačke vještine i želju za autonomijom i preuzimanjem rizika. Ostale karakteristike uključuju drskost, kompetitivnost, ponašanje usmjereno ka cilju, samopouzdanje, oportunističko ponašanje, intuitivnost, pragmatizam, sposobnost učenja na pogreškama i sposobnost korištenja vještina ljudskih odnosa (Frederick, O'Connor, Kuratko, 2019). Neophodno je reći da u poduzetničkom vrtu poduzetnicima uvijek ne cvjetaju ruže. Gledajući unatrag, od industrijske revolucije u kasnom osamnaestom i ranom devetnaestom stoljeću mnogi poslovni poduzetnici diljem svijeta pljačkali su i iskorištavali okoliš u neznanju ili bez razmišljanja o održivosti. Poduzetnici poput Thomasa Edisona i Henryja Forda odigrali su veliku ulogu u doprinosu klimatskoj krizi. Također, nije šala misliti da današnji poduzetnici poput Elona Muska mogu pomoći u ublažavanju problema. Poduzetničko ponašanje pojedinaca može imati transformativne utjecaje na našu ekonomiju i naše društvo. Zaključak je da oni koji stvaraju nove pothvate imaju odgovornost gledati u budućnost i preispitivati što rade i zašto to rade (Frederick, O'Connor, Kuratko, 2019).

2.3. Poduzetnički proces

Poduzetnički proces obuhvaća nekoliko ključnih faza koje vode do uspješnog poduzetničkog pothvata. Evo pregleda tih faza (Vinšalek Stipić, 2023):

1. Istraživanje poduzetničkog konteksta: Poduzetnici moraju biti svjesni realnosti nove ekonomije, društvenih zakona i propisa koji utječu na pravno okruženje i promjene u svijetu rada. Analizom okruženja, poduzetnici mogu otkriti potencijalne prilike koje nisu iskorištene i konkurentske prednosti koje im mogu omogućiti razvoj uspješnih poduzetničkih projekata..
2. Prepoznavanje prilika: Ključna komponenta poduzetničkog procesa je prepoznavanje prilika. Prilike su pozitivni trenutci, pozitivne vanjske promjene koje nude jedinstvene mogućnosti za inovacije. Poduzetnici trebaju tražiti profitabilne prilike i odabrati atraktivnu poslovnu priliku. Također je važno odrediti moguću konkurentske prednosti kako bi se osigurao dugoročni uspjeh i opstanak organizacije.
3. Pokretanje poduzetničkog pothvata: Nakon prepoznavanja prilika, poduzetnici moraju sagledati postoji li problem koji se može povezati s odabranom prilikom i započeti svoj poduzetnički pothvat. Ova faza uključuje istraživanje izvedivosti pothvata, planiranje, organiziranje i pokretanje. Potrebno je prikupiti financijske, fizičke i upravljačke resurse za uspješno pokretanje pothvata.
4. Upravljanje poduzetničkim pothvatom: Nakon pokretanja pothvata, sljedeći korak je učinkovito upravljanje pothvatom. Poduzetnik mora upravljati procesima, ljudima i rastom kako bi osigurao uspješno vođenje pothvata. Ova faza zahtijeva različite vještine vođenja, donošenja odluka, izvršavanja, kontroliranja te različite menadžerske vještine.
5. Odabir konkurentske strategije: Nakon što poduzetnički pothvat započne, posljednji korak u procesu je izbor konkurentske strategije. Peter Drucker je istaknuo nekoliko konkretnih poduzetničkih strategija, među kojima su: postizanje superiornosti u brzini i kvaliteti, kreativno imitiranje, primjena principa poduzetničkog juda, identificiranje i zauzimanje specijalizirane ekološke niše te prilagodba.

2.4. Karakteristike poduzetnika

Svaki poduzetnički pothvat slijedi svoj vlastiti put, ali poduzetnici dijele mnoge zajedničke osobine dok osnivaju svoje poslovanje. Oni obično grade organizacije od temelja, razvijajući poslovne planove koji prepoznaju potrebe tržišta koje namjeravaju zadovoljiti, te proizvode i isporučuju svoje proizvode ili usluge. Često se događa da poduzetnici djeluju s ograničenim financijskim sredstvima te mnogi započinju svoje poslovne operacije koristeći vlastiti kapital ili prikupljajući resurse od svojih bliskih osoba poput prijatelja i članova obitelji. Uspješni poduzetnici često pokazuju karakteristike poput ustrajnosti, borbenosti, kreativnosti, hrabrosti, unutarnjeg pogona i snalažljivosti. Tri ključna elementa koja definiraju poduzetnika su: stvaranje povećanog bogatstva, stvaranje vrijednosti i preuzimanje rizika. Njihovi proizvodi ili usluge mogu biti novi ili različiti, ali moraju sadržavati vrijednost koju poduzetnik dodaje (Vinšalek Stipić, 2023).

- traže nove poslovne prilike
- usmjereni su na budućnost i stalno se trude biti najbolji
- imaju liderske osobine i preuzimaju inicijativu
- imaju samopouzdanje u svoje postupke
- imaju realističnu procjenu okruženja i tako donose odluke
- autoritativne i integrirane osobe s maštovitim i vizionarskim pogledom
- spremni su naporno raditi i analitički razmišljati
- mogu brzo prepoznati prilike i opasnosti iz okruženja i prilagoditi se novim situacijama
- otvoreni su za preuzimanje rizika, nastupati javno i pokazuju prozirnost
- oni imaju osjećaj za planiranje poslova, otvoreni su za nove ideje i sistematični u rješavanju zadataka
- spremni su na odricanje kako bi ostvarili svoje ciljeve
- poduzetnici su ambiciozni, uvijek su spremni educirati se i prihvaćaju nove spoznaje i vještine
- iskazuju znatiželju te su vješti u rukovanju sa brojkama, podacima i informacijama
- ostaju u toku s aktualnim zbivanjima i imaju informatičke vještine
- vole raditi i prihvaćaju sve poslove te su ispunjeni životom i samopouzdanjem.

3. MLADI PODUZETNICI

3.1. Definicija mladi poduzetnik

Intenzivan razvoj poduzetništva mladih, posebice njegovog inovativnog tipa, ključna je odrednica modernizacije nacionalnog gospodarstva te investicijsko-inovacijske multiplikacije njegova rasta. Poduzetništvo mladih je (zbog socio-psiholoških karakteristika mladih kao najaktivnijeg, kreativnog, refleksivnog dijela društva) fleksibilnije i podložnije promjenama u vanjskom okruženju, što doprinosi realizaciji inovativnog potencijala gospodarstva, komercijalizacija inovacija i uvođenje inovativnih tehnologija (Zhartay, Khussainova, Yessengeldin , 2020).

Nova generacija mladih koja stupaju na tržište rada donosi sa sobom svježi pogled na svijet potaknut svakodnevnim upotrebom tehnologije. Najnovija generacija mladih koja bi se mogla naći u poduzetništvu je generacija Z (Šimunić Rod, 2020). Mladi rođeni iza 1995 godine smatraju se generacijom Z. Meister i Willyerd (2010) nazivaju generaciju Z i "Generacijom 2020" zbog očekivanog velikog broja visokoobrazovanih članova ove generacije koji će ući na tržište rada. Pripadnici ove generacije rođeni su u hiperumreženom svijetu. Oni su se susreli s društvenim mrežama prije početka osnovne škole (Meister i Willyerd, 2010).

Interesantno je napomenuti da generacija Z brzo apsorbira i obrađuje informacije, ali istovremeno zahtijeva jednostavan pristup tim informacijama. Ukratko, očekuje se da će sposobnosti i karakteristike generacije Z prema predviđanjima ekonomista rezultirati njihovim iznimnim uspjehom na tržištu rada. Oni bi mogli postati budući znanstvenici, istraživači i stručnjaci koji će oblikovati svijet prema vlastitim željama uz pomoć tehnologije (Reić, 2015).

Široko uključivanje mladih u poslovne aktivnosti jedan je od učinkovitih alata rješavanja problema nezaposlenosti i osiguranja pune zaposlenosti radne snage, što je posebno važno u uvjetima kriznog i post kriznog razdoblja razvoja nacionalnog gospodarstva i regije. Poslovna aktivnost mladih, s jedne strane, potiče jačanje materijalnog položaja mladih, a s druge strane omogućuje njihovu profesionalnu i osobnu realizaciju (Zhartay, Khussainova, Yessengeldin, 2020).

Izdvajanje poduzetništva mladih kao posebnog segmenta poslovanja uvjetovano je njegovim specifičnim obilježjima, posebnim karakteristikama jakih i slabih strana. Snage poduzetništva mladih: visoka inovativna aktivnost, inovativnost razmišljanja; visoka mobilnost, fleksibilnost pristupa, brzina reakcije na razvoj novih tržišta; visoka razina mogućnosti sustavnog ažuriranja poduzetničkih znanja i vještina prema promjenjivim zahtjevima proizvodnje i tržišta; potencijalna sposobnost mladih ljudi da održe povećanu radnu i živčanu napetost koja prati poslovnu aktivnost, osobito u njezinoj početnoj fazi; sklonost mladih riziku (Zhartay, Khussainova, Yessengeldin, 2020).

Poduzetništvo mladih se odnosi na različite oblike preduzetničke aktivnosti koje su karakteristične za dobne grupe koje se smatraju mladima. Ovaj termin uglavnom se koristi za opisivanje poduzetničkih inicijativa koje potiču iz populacije u dobi od 18 do 25 godina ili sličnih raspona starosne dobi. (Buble, Kružić, 2006).

3.2. Tipovi mladih poduzetnika

Iako dijele mnoge zajedničke karakteristike poput snalažljivosti, inicijative, motivacije, maštovitosti i ambicije, mladi se suočavaju s dodatnim izazovima u odnosu na odrasle poduzetnike kada je riječ o pokretanju i upravljanju novim poduhvatima. (Riahi, 2010) :

- manji pristup kapitalu, bilo da se radi o osobnoj štednji, ulaganjima obitelji i prijatelja ili pristupu zajmovima financijskih instituta
- manje iskustva i uži raspon iskustava
- nedostatak pristupa radnom prostoru
- manje opsežna mreža kontakata
- oslanjanje na jednostavne alate ili nikakvu opremu

Ti dodatni izazovi s kojima se suočavaju mladi poduzetnici trebali bi biti temelj i osmišljavanje programa poduzetništva i razvoja talenata mladih. Francis Chigunta je definirao tri tipa mladog poduzetnika:

1. Pred-Poduzetnici: Ovo su najmlađi i najzeleniji među mladim poduzetnicima. Obično imaju između 15 i 19 godina i još uvijek nemaju puno iskustva. Oni se obično nalaze u fazi istraživanja, testirajući buduće mogućnosti karijere. Potrebno im je razumijevanje poduzetništva i poslovnih startupova kao održivih opcija za karijeru, te moraju naučiti o različitim oblicima poduzetništva, uključujući društveno poduzetništvo, uslužne startupe i tehnološke projekte. Razvijanje svijesti u ovoj fazi, kao i ranije, ključno je za izgradnju poduzetničke kulture kao izbora za karijeru, a ne samo kao hobija.

2. Nadobudni poduzetnici: Ovo su mladi poduzetnici obično su u dobi od 20 do 24 godine i stekli su određeni kapital, povjerenje ili iskustvo potrebno za pokretanje vlastitog poduzeća. S obzirom na svoje ograničene resurse, poduzeća u ovoj fazi obično ostvaruju uspjeh, prestaju s poslovanjem ili zapnu u marginalnim aktivnostima. Izazov programa podrške u ovoj fazi je povećati stopu preživljavanja poduzeća putem ciljane obuke za razvoj poslovanja, pružanja uzora i mentora te osiguravanja pristupa financiranju i resursima.

3. Poduzetnici u razvoju: Ovi poduzetnici su najiskusniji među mladim poduzetnicima i imaju pristup većem kapitalu. Nakon što su pokrenuli svoje poslovanje, sada im je potrebno razvijati taktičke vještine za rast, koje se razlikuju od onih potrebnih za pokretanje novog poduhvata. Ovi poduzetnici trebaju ciljanu obuku za razvoj poslovanja, poslovno savjetovanje, mentore te pristup obrtnom kapitalu i operativnoj podršci.

Dok s druge strane znanstvenik Danhof (prema Prachi, n.d.) definirao je 4 kategorije poduzetništva mladih.

1. Inovativni poduzetnici su poznati kao takozvani mavericksi koji su sposobni razmišljati izvan okvira, primjenjujući nove metode, procese i stvarajući nove poslovne mogućnosti iz svojih inovativnih ideja.
2. Imitativni poduzetnici su većinom poduzetnici u zemljama u razvoju i pod razvijenim zemljama koji kući donose isprobane tehnologije iz razvijenog svijeta i uspostavljaju ih u matičnoj zemlji spadaju u ovu kategoriju.
3. Fabijski poduzetnici su oni mladi poduzetnici koji nasljeđuju poslovanje iz prethodne generacije i uspješno ga razvijaju, poboljšavajući učinkovitost, procese, opseg poslovanja itd., ali bez većih rizika odstupanja u nova područja.
4. Poduzetnici dronova su pioniri u industriji koji uspješno upravljaju poduzećem koje im je prepušteno, nastavljajući njegovu neometanu operaciju bez značajnih rizika. Ovakvi poduzetnici pokazuju osobine individualnog vodstva koje im omogućuju upravljanje naslijeđenim poslom na stabilan način.

3.3. Motivacija mladih za ulazak u poduzetništvo

Postoji niz faktora motivacije koji mogu potaknuti pojedinca da započne vlastiti poduzetnički pothvat. Iako ne postoji jedinstvena teorija koja bi obuhvatila sve aspekte poduzetničke motivacije ili specifičan razlog zbog kojeg se pojedinac odlučuje za pokretanje vlastitog poslovanja, svaka osoba koja ima tu unutarnju iskrú će se okušati u svijetu poduzetništva.

Prema Team ZenBusiness (2021) postoji deset ključnih faktora motivacije zbog kojih se mladi odlučuju na poduzetnički pothvat:

1. Biti vlastiti šef- Velik broj poduzetnika ističe potrebu za autonomijom i neovisnošću kao ključni pokretač za pokretanje vlastitog posla ili su frustrirani i nezadovoljni radom za nekoga, ili su oduvijek željeli raditi za sebe. Osjećaj slobode podrazumijeva veću kontrolu nad vlastitim životom i sposobnost usmjeravanja prema željenim ciljevima. Ovo istovremeno ne znači da poduzetnici ne vole surađivati s drugim ljudima, oni jednostavno vole stvari raditi na svoj način (Delić, Oberman Peterka, Perlić, n.d.).

2. Novac- Većina ljudi ulazi u poslovni svijet zbog mogućnosti ostvarivanja većeg prihoda. Kada radite za poslodavca, visina vaše plaće ovisi o njemu. Neki ljudi ne žele biti ograničeni tim i odlučuju se postati vlastiti šefovi. Neki mladi poduzetnici ostvaruju izvanredne prihode putem svojih poslovnih pothvata, dok drugi možda ne ostvaruju takav uspjeh. No, suština je u tome da vlasništvo nad vlastitom poduzećem pruža mogućnost da zaradite više (Delić, Oberman Peterka, Perlić, n.d.).

3. Bolja ravnoteža između poslovnog i privatnog života- Posjedovanje vlastitog može pružiti fleksibilniji životni stila koja je potrebna za studiranje na fakultetu ili podizanje obitelji, a istovremeno vam omogućuje uspješnu karijeru. Biti vlasnik poduzeća oslobađa vas ograničenja. Sami možete kreirati svoj raspored, postavljati ciljeve i odgovornosti prema vlastitim potrebama (Johansson, 2019).

4. Pesimistički pogled na tržište rada- Prema Team ZenBusiness (2021) studenti visokoškolskih ustanova smatraju da je poboljšanje svoje situacije na radnom mjestu značajan problem. Službena stopa nezaposlenosti ne uzima u obzir ljude koji aktivno traže posao niti one koji bi željeli imati bolje zaposlenje ili napredovati na višu poziciju. Vođenje vlastitog poduzeća, naravno, nosi sa sobom niz izazova, ali poduzetnici početnici smatraju to boljom alternativom od tradicionalnog zaposlenja jer time ne gube individualnosti i kreativnost.

5. Konkurentnost- Ovaj faktor je snažna motivacija za dvije vrste poduzetnika. Prvi tip obuhvaća one koji dolaze iz obitelji s poduzetničkom pozadinom. Oni su odabrali put poduzetništva kako bi zadržali

standardni stil života koji obično dolazi kao rezultat obiteljskog utjecaja. Drugi tip poduzetnika uključuje ljude natjecateljske prirode. Uvijek će se naći neko tko će vam reći da ne možete postići ono što želite (Team ZenBusiness, 2021).

6. Želja da se napravi razlika- Poznati poduzetnici su zaista ostavili svoj trag na svijetu. Iako je ambiciozno učiniti svijet potpuno boljim, i male promjene na bolje itekako su vrijedne. Ako potencijalni poduzetnik ima rješenje za neki problem koje može pomoći ljudima na bilo koji način, zašto ne bi to ostvario (Učilište Studium, 2015)?

7. Jačanje ekonomije - Poduzetništvo je ključni pokretač gospodarskog rasta. Poduzetnici pokreću vlastita poduzeća, a time se stvaraju nova radna mjesta. Zaposleni ljudi predstavljaju važne potrošače. Poduzetništvo može poticati gospodarski prosperitet regionalnih područja te služiti društvu jer doprinosi pronalaženju inovativnih rješenja za probleme i izazove s kojima se suočavamo (Team ZenBusiness, 2021).

8. Stjecanje novih vještina - Moderne poduzetnike odlikuje razvoj različitih vještina, uključujući razumijevanje kako poboljšati web stranicu i sadržaj, sposobnost upravljanja financijskim aspektima poslovanja, vještine povezane s digitalnim marketingom, uključujući strategije oglašavanja putem interneta, optimizaciju konverzija, upravljanje društvenim medijima i analitiku. Sposobnost stvaranja kvalitetnih tekstova i sadržaja koji privlače publiku, komuniciraju i potiču akciju (Hunjet, Kozina, Milković, 2012).

9. Društvena odgovornost - Društvena odgovornost ima značajno mjesto u vrijednostima mnogih korporacija i vlasnika poduzeća. Oni aktivno podržavaju dobrotvorne svrhe putem financijskih donacija, sudjeluju u humanitarnim aktivnostima i aktivno se angažiraju u rješavanju društvenih i ekoloških problema (Team ZenBusiness, 2021).

10 Težnja prema postignućima i priznanju – Težiti za postignućem često djeluje kao motivacija za stvaranje novog pothvata. Osobe koje uživaju u prihvaćanju novih izazova i ushićene su zbog mogućnosti postavljanja vlastitih ciljeva te ostvarenja istih svojim vlastitim naporima, uz kreativnost u pronalaženju inovativnih rješenja, imaju velike izgleda za uspjeh (Buble, 2006).

Važno je napomenuti da ovi faktori motivacije se mogu preklapati i varirati između pojedinaca. Svaka osoba ima jedinstvenu kombinaciju motiva koji ih potiču na poduzetništvo, a ključno je prepoznati i osnažiti te motivatore kako bi se ostvario uspjeh u poduzetničkom svijetu.

3.4. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

Ulazak u poduzetništvo nosi sa sobom brojne prednosti i nedostatke koji mogu biti ključni za donošenje odluke o pokretanju vlastitog posla. Poduzetništvo nudi ne samo slobodu i neovisnost, već i mogućnost ostvarivanja vlastitih ciljeva i snova. Međutim, sa sobom donosi i određene rizike i izazove koje treba uzeti u obzir. U nastavku će biti razmotrene neke od najznačajnijih prednosti i nedostataka ulaska u poduzetništvo.

Prednosti poduzetništva

Financijske nagrade- Jedna od primarnih prednosti poduzetništva je potencijal za financijski uspjeh. Poduzetnici imaju mogućnost stvaranja vlastitih tokova prihoda i izgradnje uspješnog poslovanja koje može generirati značajnu dobit (Nexford University, 2023).

Neovisnost- Poduzetništvo nudi priliku da budete sam svoj šef i radite pod vlastitim uvjetima. Ova sloboda i fleksibilnost mogu biti nevjerojatno privlačne pojedincima koji su umorni od ograničenja tradicionalnog zapošljavanja (Delić, Oberman Peterka, Perlić, n.d.).

Osobni razvoj- Pokretanje i vođenje poduzeća može biti značajna prilika za osobni rast. Poduzetnici moraju razviti vještine vođenja, sposobnosti rješavanja problema i sposobnost prilagodbe promjenjivim okolnostima (Nexford University, 2023).

Kreativnost- Obuhvaća sve što pojedinac čini i čega se dosjeti. No, kada to kreativno razmišljanje rezultira nečim potpuno originalnim, tada ulazimo u područje inovacije. Inovacija označava stvaranje nečeg novog, pretvaranje kreativnih zamisli u stvarnost (Glasser, 1997).

Odaberite s kim ćete raditi- Kada vodite vlastiti posao, gradite vlastiti tim. Možete se okružiti ljudima koji dijele vašu viziju i rade onako kako vi želite. Biti u mogućnosti njegovati nove talente i izvući najbolje iz svojih kolega jedna je od najzahvalnijih stvari kad ste poduzetnik (Kingston University London, 2021).

Nedostaci poduzetništva

Rizik (strah od propadanja)- Pokretanje novog posla uključuje značajnu količinu rizika. Ne postoji jamstvo uspjeha, a poduzetnici se mogu suočiti sa značajnim financijskim gubicima ako njihov poslovni pothvat propadne (Dračić, 2012).

Dugo radno vrijeme- Za pokretanje i vođenje poduzeća potrebno je značajno vrijeme. Poduzetnici često rade dugo i možda će morati žrtvovati svoje osobno vrijeme kako bi svoj poslovni pothvat učinili uspješnim (Nexford University, 2023).

Novčani tok- Novčani tok može biti značajan izazov za poduzetnike, posebno u početnim fazama pokretanja novog posla. Poduzeću će možda trebati vremena da stvori dosljedne tokove prihoda, a poduzetnici će se možda morati osloniti na osobnu uštedevinu ili zajmove kako bi financirali svoj poslovni pothvat (Nexford University, 2023).

Nerazvijena pravna regulativa- postoje nedostaci u zakonima, propisima ili regulativama koji bi trebali upravljati određenim pitanjem ili sektoru. Nema jasnih smjernica ili normi za ponašanje, što može dovesti do nesigurnosti, zloupotreba ili drugih problema (Rajsman, Petričević, Marjanović, 2013).

4. REPUBLIKA HRVATSKA I PODUZETNIŠTVO MLADIH

4.1. Poticanje mladih na zapošljavanje

Poduzetnički početci često nisu jednostavni, stoga je važno iskoristiti svaku priliku koja može olakšati taj proces. Jedna od takvih prilika je korištenje poticaja za samozapošljavanje. Ako se odlučite pokrenuti vlastiti posao, možete računati na podršku do iznosa od 20.000 eura. Ovi poticaji su dostupni svakoj osobi koja je nezaposlena i planira započeti samostalni posao te je prijavljena u evidenciju Zavoda. Bitno je napomenuti da je iznos poticaja za samozapošljavanje povećan do 20.000 eura za 2023. godinu. Poticaji se sastoje od fiksnog i varijabilnog dijela, pri čemu nije potrebno opravdavati fiksni iznos potpore s detaljnim troškovnikom. Također, važno je biti informiran o djelatnostima koje su kvalificirane za ove potpore, te imati na umu da je potrebno poslovati najmanje 24 mjeseca kako bi se izbjegla povratna sredstva. Osim toga, od 2023. godine smanjen je broj potrebnih dokumenata za prijavu, a udruživanje više korisnika poticaja za samozapošljavanje više nije dopušteno. Ipak, postoje određeni uvjeti pod kojima je moguće udruživanje s drugim osobama. (Cvitanović, 2023).

Poticaji za samozapošljavanje mogu se podijeliti u četiri skupine korisnika. (Cvitanović, 2023).

1. Skupina - Za primjenu potpora usmjerenih prema zelenim i digitalnim djelatnostima uz precizno definirane uvjete, dostupan je iznos do 20.000 eura. U okviru digitalnih djelatnosti, obuhvaćaju se radna područja poput programiranja, razvoja aplikacija, analize poslovanja u digitalnom okruženju, digitalnog marketinga i kreiranja sadržaja, digitalnog dizajna i vizualizacije informacija, upravljanja digitalnim proizvodima, analize podataka, oblikovanja korisničkog iskustva, robotike i sličnih povezanih oblasti.

2. Skupina - Osigurava se iznos do 15.000 eura za registraciju djelatnosti unutar prerađivačke industrije (odjeljci 25-33) i građevinarstva (odjeljci 41-43), pri čemu se potpora dodjeljuje za aktivnosti unutar ovih sektora.

3. Skupina - Za registraciju djelatnosti unutar prerađivačke industrije (odjeljci 10-24) i područja informacija i komunikacija, dodjeljuje se iznos do 10.000 eura kao podrška za pokretanje poslovanja.

4. Skupina - Za registraciju djelatnosti unutar određenih sektora, osigurava se iznos do 7.000 eura kako bi se olakšao početak poslovanja u tim područjima. razvrstana po NKD-u:

„– opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija (odjeljak 35);

- opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda i gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša (odjeljci 36-39);
- Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala (svi odjeljci osim 47.99);
- Prijevoz i skladištenje;
- Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane (samo odjeljak 56);
- Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (svi odjeljci osim: 69.1);
- Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi;
- Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti (svi odjeljci osim: 77, 78 i 79);
- Obrazovanje;
- Umjetnost, zabava i rekreacija (svi odjeljci osim 93.19);
- Ostale uslužne djelatnosti (svi odjeljci osim 94).“

Za koje se djelatnosti ne mogu odobriti poticaji za samozapošljavanje? (Cvitanović, 2021).

Poticaji za samozapošljavanje nisu dostupni za nekolicinu područja djelatnosti koja su kategorizirana prema NKD-u (Nacionalna klasifikacija djelatnosti) i smatraju se neprihvatljivima za financiranje. Ova ograničenja odnose se na sljedeće sektore i odjeljke:

1. Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo (odjeljci: 01-03)
2. Rudarstvo i vađenje (odjeljci 05-09)
3. Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala
4. Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane (odjeljak 55)
5. Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja (odjeljci: 64-66)
6. Poslovanje nekretninama (odjeljak 68)
7. Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (odjeljak 69.1 pravne djelatnosti)
8. Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti (77 Djelatnosti iznajmljivanja i davanja u zakup, 78 Djelatnosti zapošljavanja, 79 Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima)
9. Umjetnost, zabava i rekreacija: 93.19 Ostale sportske djelatnosti
10. Ostale uslužne djelatnosti (odjeljak 94)

U navedenim sektorima i odjeljcima, poticaji za samozapošljavanje nisu dostupni jer se smatraju neprikladnima za financiranje ili podršku.

Neki pojedinci koji nisu u mogućnosti koristiti mjeru samozapošljavanja su oni s blokiranim računima i nepodmirenim osnovama za plaćanje. To također uključuje osobe koje su nedavno zatvorile ili prenijele vlasništvo nad poslovnim subjektom. Također, osobe koje su nedavno završile radni odnos po vlastitoj inicijativi i žele se samozaposliti u istoj ili sličnoj djelatnosti, ali nisu bile dulje od 12 mjeseci nezaposlene ili izvan radne aktivnosti. Osim toga, ova kategorija uključuje i osobe koje su već jednom iskoristile poticaje za samozapošljavanje, kao i one koje planiraju preuzeti postojeći poslovni subjekt ili poslovanje, integrirajući ga kao temelj u novi poslovni subjekt (Cvitanović, 2023).

4.2. Programi Europske unije i Republike Hrvatske za zapošljavanje mladih

Europska unija i Republika Hrvatska imaju niz programa i inicijativa usmjerenih prema zapošljavanju mladih. Evo nekih od njih:

Inicijativa za zapošljavanje mladih (Youth Employment Initiative - YEI)- EU je pokrenula ovu inicijativu 2013. kako bi podržala zapošljavanje mladih u regijama s visokom stopom nezaposlenosti mladih. Inicijativa pruža financijska sredstva za različite mjere, kao što su naukovanje, stažiranje, zapošljavanje i daljnje obrazovanje mladih (Europska komisija, n.d.).

Garancija za mlade predstavlja inicijativu Europske unije (EU) koja ima za svrhu osigurati da svaki mladi građanin Europe do svoje 25. godine dobije kvalitetnu ponudu za zaposlenje, obrazovanje, stažiranje ili naukovanje u razdoblju od četiri mjeseca nakon završetka školovanja ili gubitka posla. Države članice EU-a su odgovorne za provedbu mjera koje će omogućiti ostvarenje ove garancije za mlade, osiguravajući im tako priliku za daljnji osobni i profesionalni razvoj (Europska komisija, n.d.).

Europski socijalni fond (ESF+) je jedan od strukturnih fondova EU-a koji pruža financijsku podršku za različite programe zapošljavanja, obrazovanja i osposobljavanja, uključujući programe usmjerene prema mladima. U okviru ESF-a postoje sredstva dostupna za poticanje zapošljavanja mladih i razvoj njihovih vještina (Europska komisija, n.d.).

Nacionalni programi zapošljavanja mladih u Hrvatskoj- Republika Hrvatska također ima vlastite programe i inicijative usmjerene prema zapošljavanju mladih. Primjeri takvih programa uključuju "Zaželi" program za zapošljavanje mladih žena u ruralnim područjima i "Mladi za mlade" program koji pruža potporu za samozapošljavanje mladih.

Ovi programi i inicijative imaju za cilj potaknuti zapošljavanje mladih, pružiti podršku njihovom obrazovanju i razvoju vještina te smanjiti stopu nezaposlenosti mladih. Mladi ljudi mogu se informirati o tim programima putem relevantnih institucija, nacionalnih agencija za zapošljavanje ili putem službenih web stranica EU-a i Ministarstva rada i mirovinskoga sustava u Hrvatskoj.

4.3. Institucije za potporu i poticanje razvoja poduzetništva

4.3.1. Institucije na nacionalnoj razini Republike Hrvatske

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) ima za cilj poticati stvaranje i razvoj malih gospodarskih subjekata, poticati ulaganja i olakšati pristup kreditima. Agencija osigurava jamstva za kredite i pruža financijsku podršku kroz subvencije za kamate na kredite. Također, HAMAG-BICRO provodi javne natječaje za prodaju ili zakup nekretnina te podržava otvaranje novih radnih mjesta i napredak u suvremenim tehnologijama (HAMAG-BICRO, n.d.).

Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR) je financijska institucija posvećena poticanju napretka hrvatskog gospodarstva. Njena glavna svrha je pružanje podrške ekonomskom razvoju putem kreditiranja poduzetnika, ulaganja u rizični kapital, osiguranja od političkih i komercijalnih rizika te pružanja garancija i poslovnog savjetovanja. (HBOR, 2023).

Hrvatska gospodarska komora (HGK) promiče, zastupa i usklađuje zajedničke interese svojih članova kod državnih i drugih tijela, kako u Hrvatskoj, tako i u inozemstvu. Pruža poduzetnicima razna savjetovanja, edukacije, financiranje i mogućnost sudjelovanja na sajmovima. Također, informira poduzetnike o izvorima financiranja i drugim relevantnim novostima (HGK, n.d.).

Hrvatska obrtnička komora (HOK) pruža razne privilegije članovima, uključujući pogodnosti kod dobavljača s kojima ima potpisan ugovor o suradnji putem projekta "HOK Obrtnik plus". Također, pruža informacije, savjete, edukacije te pomoć u rješavanju potencijalnih sudskih sporova. Kroz HOK je moguće licencirati radionice, položiti majstorski ispit i dobiti druge oblike pomoći vezane uz poslovanje (HOK, n.d.).

Hrvatska udruga poslodavaca (HUP) predstavlja organizaciju koja okuplja različite poslodavce širom Hrvatske. Njena uloga obuhvaća zastupanje interesa poslodavaca u raznim sektorima gospodarstva, promicanje boljih uvjeta poslovanja, sudjelovanje u oblikovanju ekonomske politike te pružanje podrške razvoju i konkurentnosti hrvatskih poduzeća. HUP je ključni subjekt u ostvarivanju dijaloga između poslodavaca, vlade i drugih relevantnih dionika kako bi se stvorili povoljni uvjeti za gospodarski rast i održivi razvoj. (HUP, n.d.).

Hrvatski savez zadruga (HSZ) predstavlja organizaciju koja okuplja različite zadruge diljem Hrvatske. Njegova svrha je promicanje i podrška zadrugarstvu kao modelu udruživanja ljudi u ekonomske organizacije radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva. Hrvatski savez zadruga pruža resurse, informacije, edukaciju i zastupanje interesa zadruga u raznim sektorima gospodarstva i društva. (HSZ, n.d.).

Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ) ima ulogu posrednika na tržištu rada, povezujući poslodavce i potencijalne zaposlenike. Njegova svrha je osigurati potrebnu radnu snagu za postizanje pune zaposlenosti i pružiti podršku nezaposlenima tijekom razdoblja nezaposlenosti (HZZ, n.d.).

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (MINGOR) je institucija koja ima za zadaću nadziranje i vođenje aktivnosti u vezi s ekonomskim sektorom i održivim razvojem unutar zemlje. Njegova funkcija obuhvaća nadgledanje poslovnog okruženja, promicanje konkurentnosti, poticanje inovacija i podršku razvoju gospodarstva. Ministarstvo također ima ulogu u kreiranju politika i strategija koje potiču održivi razvoj u skladu s društvenim i ekološkim ciljevima, pridonoseći tako dugoročnom prosperitetu države (MINGOR, n.d.).

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije (MRRFEU) svoj naglasak stavlja na unapređenje slabije razvijenih regija u Hrvatskoj s ciljem smanjenja regionalnih dispariteta u razvoju. Njegova uloga obuhvaća koordinaciju aktivnosti vezanih za regionalne razvojne politike te osiguravanje procesa programiranja, upravljanja i financiranja regionalnog napretka. (MRRFEU, n.d.)

4.3.2. Institucije na regionalnoj i lokalnoj razini Republike Hrvatske

Razvojne agencije imaju za cilj provođenje operativnih mjera usmjerenih na poticanje gospodarskog razvoja i poduzetništva, kako na lokalnoj (regionalnoj) tako i nacionalnoj razini. Njihov glavni fokus usmjeren je na privlačenje investicija te na inicijaciju i implementaciju projekata. Poduzetnički centri predstavljaju pravne entitete koji aktivno promoviraju poduzetništvo u okruženju u kojem djeluju. Oni djeluju kao stručna i edukativna središta te pružaju podršku poduzetnicima. Poduzetnički inkubatori su također pravne osobe koje pružaju podršku poduzetnicima u ranim fazama razvoja njihovih projekata. Oni nude širok spektar poslovnih usluga i resursa, uključujući povoljne poslovne prostore, posebno prilagođene novim poduzetnicima. Inkubatori za nove tehnologije usmjereni su na potporu inovativnom poduzetništvu i kroz svoje inkubacijske programe pružaju resurse i profesionalne usluge za nova inovativna poduzeća. Poduzetnički akceleratori su pravne organizacije koje pružaju podršku poduzetnicima u fazama razvoja i širenja poslovanja. Poslovni parkovi, također registrirane pravne osobe, imaju za cilj privlačenje investicija i pružaju fizičke prostore i resurse za smještaj poduzetnika na komercijalnoj osnovi. Znanstveno-tehnološki parkovi imaju zadaću komercijalizaciju rezultata znanstvenih istraživanja putem poticanja suradnje između znanstvenika i poslovnih stručnjaka. Centri kompetencije su posebno specijalizirani subjekti koji se bave razvojnim i primijenjenim istraživanjima, s naglaskom na komercijalizaciju tih istraživanja i jačanje intelektualnog vlasništva u specifičnim tematskim područjima i granama kompetencije (Morić Milovanović, Tutić, 2021).

4.4. Poduzetničko obrazovanje djece i mladih u Republici Hrvatskoj

Dana 14. siječnja 2019. godine, ministrica prof. dr. sc. Blaženka Divjak donijela je odluku o uvođenju kurikuluma za predmet Poduzetništvo u osnovne i srednje škole Republike Hrvatske. Odgajatelji, učitelji, stručni suradnici iz svih institucija vezanih za odgojno-obrazovanje imaju ključnu ulogu u podržavanju stvaranja poticajnog okružja za razvoj poduzetničke kompetencije. Stvaranje suradnje između škola, gospodarstva, tržišta rada i lokalnih/regionalnih zajednica jako je važno. Već od vrtićke dobi, važno je da djeca razvijaju inicijativu i poduzetnički duh te stječu znanja, vještine i stavove koji potiču poduzetničko razmišljanje i djelovanje. Odgojno-obrazovni sustav bi trebao poticati proces usvajanja poduzetničkog načina razmišljanja i djelovanja (Narodne novine, 2019).

Ova među predmetna tema promiče otvorenu komunikaciju između odgojno-obrazovnih radnika i učenika, potiče suradničko učenje i druge oblike rada, uz međusobno poštovanje i ohrabivanje. Učenici uče o aktivnom i odgovornom sudjelovanju u društvu, a učenje o poduzetništvu otvara im vrata raznim životnim mogućnostima i perspektivama (Narodne novine, 2019).

Svrha ove odluke koje je donesena 2019. godine je da bude poticaj na poduzetnički način razmišljanja i ponašanje u svakodnevnom životu i radu. Trebalo bi razviti radne navike i osobine poduzetne osobe. To uključuje odgovornost, samostalnost, marljivost, inicijativnost, kreativnost, inovativnost, sposobnost donošenja odluka, samopouzdanje, odlučnost u djelovanju, spremnost na razuman rizik i upravljanje rizikom, mobilnost, fleksibilnost i druge osobine. Sve te karakteristike su zapravo karakteristike jednog poduzetnika. Na taj način, učenici će biti osposobljeni prepoznati prilike i mogućnosti za vlastiti razvoj. Ministrica Božena Divjak vjeruje da će ovim oblikom obrazovanja učenici razviti organizacijske i upravljačke sposobnosti, te vještine donošenja odluka, postavljanja ciljeva, rješavanja problema, timskog rada i vođenja. Također, vjeruje da će razviti komunikacijske vještine, razumijevanje pravila rada i učenja u međukulturnom okruženju, otvorenost za nove ideje i mogućnosti, te sposobnost stvaranja inovativnih, konkurentnih i kreativnih rješenja. Ona vjeruje da će uz korikulum postići povećanju broja mladih poduzetnika (Narodne novine, 2019).

4.5. Programi i projekti za poticanje poduzetništva

U poglavlju 4.3.1. su navedene institucije na nacionalnoj razini Republike Hrvatske. Sve te institucije ne samo da potiču razvoj, već i provode programe poticaja za poduzetništvo. Državni poticaji namijenjeni su olakšavanju ulaska u poduzetništvo i prikupljanju financijskih sredstava. Oni mogu uključivati nepovratne potpore, subvencioniranje kamata na kredite, kamatne poticaje, zajedničke garancijske programe i slično. Iz sredstava centralnog proračuna ili proračuna lokalnih samouprava mogu se financirati državni poticaji. Poticaji se odnose na financijska sredstva koja su dodjeljena iz proračuna Europske unije. Srednja i mala poduzeća dobivaju najveći udio tih poticaja jer takva poduzeća imaju poteškoće u prikupljanju financijskih sredstava. Najveći broj zaposlenika u Hrvatskoj i Europi radi upravo u poduzećima male i srednje veličine. Prilikom prijave poduzetnika za neki od poticajnih programa, poduzetnik mora djelovati kao pravna osoba jer fizičke osobe same po sebi nisu kvalificirane za ostvarivanje poticaja. Postoji mogućnost da natječaj bude otvoren za fizičke osobe, ali i tada te osobe moraju biti registrirane kao obrt ili poduzeće. Uz opće programe za poduzetnike, postoje i posebni programi. Ti programi su namjenjeni posebnim kategorijama poduzetnika, kao što su žene poduzetnice ili početnici u poduzetništvu. Ove kategorije poduzetnika mogu dobiti dodatne bodove prilikom svojih prijava. No, s obzirom na veći rizik povezan s novoosnovanim poduzećem, poduzetnici u početnoj fazi rijetko dobivaju bespovratna financijska sredstva. Umjesto toga, podrška se često temelji na jamstvima i programima kreditiranja, pružajući tako određenu sigurnost i olakšavajući pristup financiranju (Bujan, Lupić, 2010).

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

5.1. Struktura intervjua i odabir uzorka

U cilju istraživanja zašto se mladi odlučuju na poduzetništvo u Republici Hrvatskoj, te procjene valjanosti programa i institucija za samozapošljavanje, proveden je intervjua s ukupno 3 sugovornika. Odabrani su mladi poduzetnici koji su se odlučili samostalno osnovati vlastiti poduzetnički poduhvat. Neki od njih su odabrali poduzetništvo kao svoj prvi posao, dok su drugi već imali drugi izvor prihoda prije nego što su se odlučili na samostalno poduzetništvo.

Svi ispitanici su početnici u poduzetništvu te nemaju prethodnog iskustva ni stručnog znanja u samostalnom poslovanju. Izabrani su mladi poduzetnici koji se bave različitim djelatnostima, kako bi se osigurala raznolikost uzoraka i dobili reprezentativni rezultati.

Prije početka intervjua, sugovornicima je detaljno objašnjen cilj i svrha istraživanja. Naglašeno je da se radi o anonimnom istraživanju u svrhu izrade diplomskog rada. Svaki sugovornik je dobio kodnu oznaku kako bi se osigurala anonimnost. Osnovni podaci o svakom ispitaniku navedeni su u tablici 1 pod oznakama S1 do S3.

Intervjui su se provodili direktnim kontaktom licem u lice i provedeni su u srpnju 2023. godine. Prosječno vrijeme trajanja svakog intervjua je 30 minuta. Intervju se može vizualno podijeliti u dva dijela. Prvi dio su opći odnosno osnovni podatci sugovornika, dok su u drugom dijelu pitanja vezana za temu istraživanja. Prilikom intervjua bilo je postavljeno dvanaest pitanja, pri čemu su se pitanja prilagođavala ovisno o odgovorima svakog sugovornika. Pitanja i odgovori iz intervjua su interpretirani u analizi rezultata.

Tablica 1 Osnovni podatci o sugovornicima

Sugovornik	Spol	Dob	Godina pokretanja samostalnog poslovanja	djelatnost
S1	Ž	24	2022	djelatnosti agenata i posrednika osiguranja
S2	M	32	2014	fotokopiranje, priprema dokumenata i ostale specijalizirane uredske pomoćne djelatnosti
S3	M	29	2017	iznajmljivanje i davanje u zakup (leasing) plovnih prijevoznih sredstava

Izvor: Izradila autorica

5.2. Analiza rezultata

Trajanje intervjua je bilo prosječno 30 minuta. Prije započinjanja intervjua, sudionicima je najprije objašnjena svrha istraživanja. Također, nastojalo se stvoriti ugodnu i opuštenu atmosferu kako bi se osigurala maksimalna istinitost i autentičnost njihovih odgovora. Tablica 1 prikazuje osnovne informacije mladih poduzetnika koji su sudjelovali u istraživanju. Svi sudionici imaju visoku stručnu spremu i nemaju prethodnog poduzetničkog iskustva u financijama, računovodstvu, marketingu i vođenju. Dodjeljena su kodna imena S1, S2 i S3. Poduzetnici S1 i S3 nemaju zaposlenih djelatnika u poduzeću, dok sugovornik S2 ima dvije zaposlenice.

Odluka o samozapošljavanju je važan korak koji zahtijeva pažljivo razmatranje, planiranje i pripremu. Treba razmisliti o svojim vještinama, interesima, strastima i iskustvu. Sudionici S1 i S3 su naveli želju za novcem i želju za neovisnošću kao motivaciju, dok S2 u momentu otvaranja poduzeća nije imao niti jedan motivacijski faktor koji bi se mogao povezati sa teorijom.

Završila sam ekonomsku školu i ekonomski fakultet. Svakodnevno sam se susretala sa terminom poduzetništva. Smatrala sam da imam sve potrebne osobine koje mi trebaju za pokretanje poduzeća. Moj najveći motivi su bili sloboda točnije autonomija i neovisnost, kao i novac jer smatram da je veća mogućnosti ostvarivanja većeg prihoda.

(S1)

Moje malo poduzeće je osnovano u nepunih 12 sati. Otac je došao sa idejom, imao je priliku, svu potrebnu opremu, samo me je pitao hoćeš li ili nećeš. A ja, obzirom da sam studirao, a nisam volio učiti, pristao sam jer sam na to gledao kao na bijeg od knjige. Zapravo moj prvi motiv je bio pobjeći od knjige, nisam uspio.

(S2)

Živim u Dubrovniku, jako lijep grad. Svako ljeto sve više i više posjetitelja. Te 2017. godine kada sam otvorio poduzeće najam plovila je bio poprilično tražena usluga. Moglo bi se reći da mi je motivacija bila ponuditi nešto novo, do tada rijetko viđeno. Nažalost, danas konkurencije ima jako puno. U ovih sedam godina od kad poslujem svakim danom ima sve više i više poduzeća sa istim ili sličnim uslugama. Motivacija mi je bio novac, neovisnost i ravnoteža između poslovnog i privatnog života.

(S3)

Pokretanje vlastitog posla nosi sa sobom niz izazova i nesigurnosti koje poduzetnici moraju prevladati kako bi uspješno upravljali svojim poslovanjem. Neki rizici s kojima se poduzetnici često susreću su financijski rizik, rizik od neuspjeha, nesigurnost tržišta i slično. Svi ti rizici često stvaraju stres u poduzetništvu. Pokretanje i vođenje vlastitog posla često donosi različite vrste pritisaka koji mogu utjecati na fizičko i mentalno zdravlje. Potpora prilikom suočavanja s pritiskom i stresom u poduzetništvu iznimno je važna. Obitelj igra važnu ulogu u podršci pojedincima koji se suočavaju sa stresom. Svi sugovornici su naglasili važnosti potpore obitelji i prijatelja prilikom ulaska u poduzetništvo. Objasnili su reakcije obitelji i prijatelja, te njihovu ulogu u procesu samozapošljavanja:

Obzirom da moja mama nikad nije voljela riskirati odlučila sam to preuzeti na sebe. Ona 15 godina radi kao posrednik u osiguranju, a sada to radimo zajedno. Ja za svoje poduzeće, a ona za poduzeće drugog vlasnika. Najveća mi je podrška u tome, bila mi je i financijska potpora prilikom otvaranja poduzeća. Svi moji prijatelji i ostatak obitelji su moji klijenti tako da smatram to velikom podrškom.

(S1)

Moj otac popravlja fotokopirne aparate, a djelatnost moga poduzeća je usko povezana s njegovom djelatnosti. On mi je osigurao ideju, mjesto, financije, opremu i ostavio me da sve ostalo učim sam. Moja najveća podrška je moja djevojka koja već 7 godina radi u kopirnici, a sada ju je na neki način preuzela jer ja više nisam zaposlen tu.

(S2)

Roditelji su mi bili velika podrška. Otac je bez razmišljanja podržao moju ideju, dok je moja majka bila malo sumnjičava. Često me je znala pitati jesam li siguran u svoju ideju? Na kraju je shvatila da sam ozbiljan i da znam što radim. Prijatelji su bili oduševljeni idejom, stvarno su mi bili velika podrška u ovih sedam godina. Često preporučuju moje usluge svojim gostima, a kada je sezona na izmaku provozam njih turu i svi zajedno uživamo.

(S3)

Poduzetnički proces često započinje s idejom. Ideja je temeljni kamen svakog poduzetničkog pothvata. No važno je shvatiti da ideja samo predstavlja početak, a uspješno vođenje poduzetničkog procesa zahtijeva mnogo više od same ideje. Neki od izvora su problemi u svakodnevnom životu, trendovi i tehnologija, hobi i strasti, putovanja i kultura, globalni izazovi... Sugovornici su koristili neke od navedenih izvora kako bi generirali nove poslovne koncepte:

Puno vremena sam provodila u uredu moje mame. Tijekom studiranja imala bih vremena između predavanja, a obzirom da živim izvan grada, dolazila bi joj pomoći da iskoristim vrijeme. Najčešće su to bili poslovi kopiranja, unosa podataka klijenata, odlazak na FINU i slično. Naučila sam kako funkcionira ta djelatnost, a obzirom da imam poduzetnički duh spojila sam sve u jedno.

(S1)

Kao što sam već rekao, ideja je očeva, a ne moja. Tada, 2014 godine, otac je dobio poziv od svog dugogodišnjeg klijenta, servisirao mu je fotokopirne aparate. Čovjek je odlučio prodati svu opremu i cijelu bazu podataka, knjige, skripte i ostale dokumente, a otac obzirom da već ima svoje poduzeće odlučio je to prepustiti meni.

(S2)

Oduvijek sam volio more i brodove. Završio sam pomorsku školu, a studirao sam i na pomorskom fakultetu u Dubrovniku. Radio sam jednu sezonu na iznajmljivanju kajaka, osluškivao sam želje i potrebe naših gostiju koji nam dolaze. Moji roditelji su imali mali brod, nisu ga koristili, jednostavno sam odlučio uložiti u njega i ponuditi gostima nešto novo.

(S3)

Nakon što se definira poslovna ideja nastavlja se poslovni proces kroz faze. Pokretanje poduzetničkog pothvata može se definirati kao proces pokretanja i uspostavljanja nove poslovne aktivnosti ili projekta s ciljem ostvarivanja profita ili društvene vrijednosti. Ovaj proces uključuje niz koraka i aktivnosti koje poduzetnik poduzima kako bi pretvorio svoju poslovnu ideju u stvarnost. Sudionici su imali različita iskustva prilikom pokretanja poduzeća. Za sugovornicu S1 ovo je bio najkompleksniji dio otvaranja poduzeća jer se susrela sa nedovoljno informiranim administratorima Republike Hrvatske:

Moje poduzeće je društvo sa ograničenom odgovornošću i prilikom procesa otvaranja poduzeća sam imala poteškoća. Taj proces je započeo kod javnog bilježnika gdje sam morala napraviti izjave o otvaranju poduzeća. Potom je uslijedilo otvaranje bankovnog računa. Nakon što sam prikupila potrebne dokumente odnijela sam ih na FINU Hitro.hr. Hitro.hr je servis Vlade Republike Hrvatske za brže komuniciranje između građana, poslovnih subjekata i državne uprave. Također sam morala i osmisliti ime poduzeća koje ne smije postojati u sudskom registru. S obzirom da je u registru postojalo slično ime uporno su mi odbijali ime poduzeća. Paralelno sa bitkom oko imena, HANFA mi je odobrila dokumente i dozvolila rad poduzeća. Kad sam dobila sve dozvole za rad dozvolili su mi i da koristim željeni naziv poduzeća. Nakon toga dolazi opet do poteškoća u sustavu gdje su me uvjerali da je temeljni kapital za otvaranje d.o.o. 100.000,00HRK. Prilikom svog školovanja sam naučila da je za d.o.o. temeljni kapital 20.000,00HRK i na sve načine sam im pokušala dokazati da sam ja u pravu. Cijeli ovaj proces je trajao dva mjeseca pa sam sa radom započela tek u lipnju 2022.godine.

(S1)

Moglo bi se reći da nisam imao konkretan problem prilikom pokretanje poduzetničkog pothvata u procesu samozapošljavanja. Obzirom da tada nisam imao završen fakultet imao sam samo završenu gimnaziju i položenu državnu maturu to je bio jedini problem. Kada završiš gimnaziju i nemaš struku po NKD-u si jako ograničen prilikom odabira djelatnosti za poslovanje. Administratorica u županiji, koja mi je otvarala obrt, potrudila se naći djelatnost koju mogu obavljati bez majstorskog stručnog ispita.

(S2)

Nisam imao većih poteškoća prilikom pokretanje poduzetničkog pothvata u procesu samozapošljavanja. Zapravo mi je trebalo najviše vremena kako bih sakupio svu potrebnu dokumentaciju. Toga ima stvarno previše, čuo sam da su sada smanjili broj potrebnih dokumenata, nadam se da je sada proces otvaranja poduzeća bar malo jednostavniji. Moram naglasiti da mi je zapravo bio najveći problem dobiti dozvolu za korištenje plovila. Cijeli proces je trajao možda mjesec dana.

(S3)

Otvoriti poduzeće zahtijeva širok spektar znanja i vještina kako biste uspješno upravljali svim aspektima poslovanja. S obzirom da su se ispitanici suočili sa nedovoljno informiranim administratorima ali i sa onima koji imaju potrebna znanja za obavljanje svoje dužnosti. Zanimalo nas je nešto više o ekonomskom znanju sudionika.

Kao što sam već spomenula, završila sam ekonomsku školu i ekonomski fakultet tako da sam imala neko osnovno znanje za pokretanje poduzeća. S obzirom da sam se odlučila na djelatnost distribucije osiguranja morala sam položiti ispit za provjeru stručnih znanja potrebnih za obavljanje poslova distribucije osiguranja i/ili distribucije reosiguranja. Taj ispit je obavezan po zakonu o osiguranju i provodi ga HANFA.

(S1)

Prije nego što sam postao poduzetnik nisam imao osnovnog ekonomskog znanja. Nisam imao ni radnog iskustva, radio sam samo na benzinskoj pumpi, prao prozore na automobilima. Nisam se znao koristiti opremom koju sam kupio. Sve sam sam učio. Dok su moje studentske kolege ispijali kavu ja sam proučavao kako i što napraviti. Puno mi je pomogla moja računovotkinja, dobra računovotkinja zlata vrijedi.

(S2)

Ekonomskog znanja nisam imao, ali djelatnost mog poduzeća je vezana za pomorstvo, a to znanje sam imao. Kako bi mogao upravljati plovilima i za najam plovila bez posade potrebno je imati važeću dozvolu za upravljanje plovilom i dozvolu za rukovanje radijskom postajom (VHF certifikat). Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture organizira ispite za dobivanje tih potrebnih dozvola. Ja sam svoje dozvole dobio nekoliko godina prije osnivanja poduzeća.

(S3)

Znanje i informiranje je također bitno prilikom korištenja poticaja koje Republika Hrvatska nudi. Poticaji se koriste na početku poslovanja. Poduzetnici često koriste poticaje kako bi dobili financijsku podršku za osnivanje svog poduzeća. To može uključivati potpore za samozapošljavanje, subvencije za troškove registracije i osnivanja poduzeća te druge oblike potpore za inicijalne troškove.

Ja sam stvarno htjela iskoristiti sve što država nudi, ali nisam imala pravo na to. Pripremila sam sve potrebne papire, otišla sam ih predati. Nisam proučila zakone. Naime moja djelatnost spada u onu skupinu djelatnosti po NKD koje nemaju pravo na financijsku potporu od RH. To je skupina financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja (odjeljci: 64-66).

(S1)

Imao sam pravo na financijske državnu poticaje. Kada sam ja otvarao svoje poduzeće, iznosi su bili nešto manji nego sada. Ja nisam htio koristiti državne poticaje. Jedini razlog zbog kojeg nisam iskoristio pravo na poticaje je što je potrebno poslovati najmanje 24 mjeseca kako bi se spriječio povrat dobivenih sredstava. Bio sam mlad, nisam znao hoću li uspjet, nisam htio riskirati i biti dužan državi u slučaju neuspjeha.

(S2)

Imao sam pravo na državni poticaj. Iskoristio sam te poticaje. Postoje zamke prilikom uzimanja poticaja od države za koje ja nisam znao. Imao sam pravo na 35000,00 HRK. PDV sam trebao platiti iz svoga džepa. To nisam znao. Također, jedan dio poticaja sam morao vratiti državi možda nekih 5%, mislim svakako sam iskoristio 95% poticaja. Nisam znao sva pravila korištenja poticaja, treba paziti.

(S3)

Koliko je važna informiranost prije ulaska u poduzetnički svijet ukazuje i to kako sugovornici nisu znali za programe Europske unije i Republike Hrvatske. Programi i inicijative imaju za cilj potaknuti zapošljavanje mladih, pružiti podršku njihovom obrazovanju i razvoju vještina te time smanjiti stopu nezaposlenosti mladih. Mladi ljudi mogu se informirati o tim programima putem relevantnih institucija, nacionalnih agencija za zapošljavanje ili putem službenih web stranica EU-a i Ministarstva rada i mirovinskoga sustava u Hrvatskoj. Daljnjim razgovorom sa sudionicima zaključeno je da ove navedene institucije i još neke druge institucije navedene ranije u radu sudionici nisu koristili prilikom samozapošljavanja. Sugovornici S2 i S3 su istaknuli samo Hrvatski zavod za zapošljavanje, dok je sugovornica S1 istaknula financijsku agenciju i Hrvatsku agenciju za nadzor financijskih usluga. Sugovornici nisu koristili institucije na regionalnoj i lokalnoj razini koje su također navedene u prijašnjem dijelu rada.

Nakon što je utvrđeno da sva poduzeća i dalje posluju bez obzira koristili se poticaji i potpore Republike Hrvatske ili ne, trebalo je razmotriti koliko su sugovornici zadovoljni dosadašnjim poslovanjem. Važno je napomenuti da je zadovoljstvo za poduzetnika subjektivno i može se razlikovati od osobe do osobe. Neki poduzetnici mogu se osjećati zadovoljno brzim rastom i ostvarenim profitom, dok drugi mogu cijeliti ravnotežu između poslovnog i privatnog života više od financijskih dobitaka. Ključno je pronaći ravnotežu između različitih aspekata poslovanja kako bi se postiglo održivo zadovoljstvo na duže staze. Zadovoljstvo može biti podjeljeno u tri različite vrste: s obzirom na prihode, psihološko blagostanje i slobodno vrijeme. Zadovoljstvo prihodom posebno je važno za poduzetnike koji započinju pothvat kako bi zaradili za život ili radi financijskog uspjeha. Poduzetnička karijera može biti stresna, osobito u fazi pokretanja poduzeća. Psihološko blagostanje proučavano je kao važan ishod karijere za samozaposlene. Konačno, pojedinci se mogu razlikovati u pogledu zadovoljstva slobodnim vremenom. Dohodak i slobodno vrijeme dva su tradicionalna glavna izvora korisnosti u ekonomiji. Neki pojedinci pokreću posao kako bi spojili kućanske i poslovne obveze i imali fleksibilnije radno vrijeme. Drugi pokreću posao s ciljem da ga prerastu u multimilijunsko poduzeće, posvećujući dugo radno vrijeme pothvatu, ograničavajući broj sati dostupnih za druge slobodne aktivnosti. Dugotrajna ulaganja u posao također mogu doći nauštrb obiteljske situacije jer često dovode do viših razina sukoba između posla i obitelji.

Na početku je bilo jako teško, sve novo i nepoznato. Na mjestu gdje sam ja otvorio fotokopirnicu nema konkurencije tako da su svi usmjereni na nas. Moja fotokopirnica je pokraj jednog fakulteta pa poslovanje dosta ovisi o posjećenosti tog fakulteta. Tijekom pandemije Covid 19 nismo mogli poslovati, zapravo cijelo vrijeme dok je nastava bila online nismo poslovali. Mogu reći da je to bio najteži period za moje poduzeće. Sada kada se sve vratilo u normalu zadovoljan sam sa poslovanjem poduzeća.

(S2)

Zadovoljan sam kako posluje poduzeće. Poslovanje poduzeća uvelike ovisi o dolasku turista u Dubrovnik tako da zapravo poduzeće posluje samo tijekom ljetnih mjeseci. Tijekom pandemije Covid 19 osjetio se lagani pad poslovanja, no na kraju je i ta sezona 2020. godine dobro završila jer je tijekom kolovoza bilo dosta posla. Moja procjena je da je svaka nova sezona bolja od one prethodne. Osjeti se pozitivan rast.

(S3)

Zadovoljstvo poslovanjem može imati snažan utjecaj na motivaciju i postavljanje novih ciljeva poduzetnika. Kada poduzetnik osjeća zadovoljstvo zbog postignuća i uspjeha svog poslovnog pothvata, to može potaknuti sljedeće:

Moje poslovanje je i dalje na početku ali imam nove ciljeve. Osluškujem potrebe klijenata. U ovom kratkom razdoblju od godinu dana sam shvatila da bi uskoro trebala ponuditi možda online kupnju osiguranja. Već sam se raspitivala o tome i u razgovoru sa klijentima shvatila da je njima nekad nezgodno doći do mene iako sam na skroz dobroj lokaciji. Užurban način života, a sve bi se moglo riješiti u dva klika. Također razmišljam i o ulaganjima u promociju. U poduzeću sam zaposlena samo ja, a poslovanje dobro ide i voljela bi još nekoga zaposliti uskoro. Iz mog odgovora je vidljivo da je motivacija prisutna, želim pomest konkurenciju.

(S1)

Od nedavno sam u ponudu usluga ubacio najam kalkulatora. Mnogima je to bilo jako smješno. A zašto? Student ide na kolokvij ili ispit i zaboravi ponijeti kalkulator, dođe kod mene i iznajmi ga, kasnije ga vrati. Slušamo želje i potrebe klijenata i pokušavamo im ponuditi sve što nam je u mogućnosti. Obzirom da sam trenutno i suvlasnik u očevom poduzeću koje je puno veće od ovog mog malog obrta pokušavam sve održati ovako kakvo je i do sada. Motivacija mi više nije na razini na kojoj je prije bila jer su mi se prioritete promijenili.

(S2)

Imam i dalje motivaciju, ništa se nije promijenilo. Nemam neke nove ciljeve. Jedini sam zaposlenik u poduzeću i nemam namjeru zapošljavati još osoblja. Nemam namjeru ni širiti svoje poslovanje. Sa ovim što sam postigao sam jako zadovoljan i želim nastaviti ovako dalje. Htio bi možda poraditi na sebi i osigurati si dozvolu za upravljanjem većim plovilom od ovoga kojeg trenutno imam. To zahtjeva veliko odricanje i puno učenja tako da sam još uvijek neodlučan.

(S3)

Nakon što je kroz dosadašnju analizu rezultata objašnjen cijeli proces samozapošljavanja te utvrđeno zadovoljstvo dosadašnjim poslovanjem sudionici su pojasnili kako oni gledaju na proces samozapošljavanja. Pokretanje poduzeća nosi sa sobom niz prednosti i nedostataka te ovisi o individualnim ciljevima, preferencijama i okolnostima poduzetnika. Poduzetništvo podrazumijeva prevladavanje prepreka kako bi se stvorila perspektiva rasta i skup vještina. Pruža informacije i iskustvo iz prve ruke koji pomažu u razvoju sposobnosti vodstva i upravljanja. "Dobit" je najznačajnija korist kada postanete poduzetnik. Možete investirati i ostvariti značajan povrat ako ste poduzetnik. Od vas se više ne traži da "nekoga učinite bogatim". Prednosti samozapošljavanja uključuju učenje vrijednosti strpljenja i discipline. Biti poduzetnik pomaže vam da se osobno i profesionalno razvijate na mnogo načina. Poduzetnici mogu izabrati ljude koje žele u svom timu, svoje kupce i svoje poslovne partnere. Također, pokretanje i održavanje posla omogućuje vam da pozitivno doprinesete. Bilo da se radi o poboljšanju društva, stvaranju radnih mjesta u vašem području ili postavljanju primjera u održivom poslovanju i demonstraciji kako zaštititi okoliš. Jedan od najznačajnijih nedostataka poduzetništva je da ne možete nadmudriti tržište. Tržište određuje vašu sudbinu, bez obzira na to koliko su vaši sustavi učinkovito povezani ili koliko je vaše osoblje talentirano. Radno opterećenje je značajan nedostatak za početnike. Morate se pobrinuti za sve dok osnivate poduzeće, uključujući upravljanje zaposlenicima, novcem i prodajom. Morat ćete raditi daleko duže nego na klasičnom poslu, što će vam ostavljati malo vremena za obitelj i društveni život.

Velika prednost je proširivanje znanja i kreativnosti, kao i upoznavanje mladih divnih osoba koje dođu koristiti naše usluge. Nema dana kada ja ne sretnem nekoga na ulici ko me poznaje iz kopirnice i to mi je stvarno jako lijepo. Nekada studenti budu pod velikim stresom nakon ispita, svrate kod nas, ispričaju se sa nama. Drago mi je što imaju toliko povjerenje i što u nama vide prijatelje. Kao nedostatak bi naveo radno vrijeme. Radno vrijeme kopirnice je od 8 do 20 sati. Mi ne nudimo samo usluge sitnih kopiranja i printanja knjiga i skripti. Budu tu i puno veći poslovi, letci, pozivnice za vjenčanja, podsjetnice, plakati od dizajniranja i osmišljavanja izgleda i boja. Svi ti veći poslovi se rade iza 20 sati navečer. Iako nisam zaposlen više u svom poduzeću često moram doći pomoći svojim zaposlenicima kako bi svi klijenti dobili svoje narudžbe na vrijeme.

(S2)

Velika prednost je što imam ravnoteža između poslovnog i privatnog života. Radno vrijeme mi je od 8 do 20 sati tijekom sezone. Kad kažem tijekom sezone to uključuje mjesece svibanj, lipanj, srpanj, kolovoz i rujan. Radim na poziv unutar navedenog vremenskog intervala, ukoliko neko želi samo unajmiti plovilo na nekoliko sati ja sam tu samo da sve objasnim i uputim u proces. Stvarno imam jako puno vremena za sebe iako naravno tijekom sezone ima i jako napornih dana. Negativna strana je taj rizik koji postoji. Jako puno stvari utječe na dolazak turista, kao što je bio na primjer Covid 19. Neizvjesnost, ne znaš hoćeš li se tijekom sezone uspjeti održati poslovanje i pokriti svi troškovi.

(S3)

Poput svake značajne aktivnosti u ljudskom životu, i pokretanje vlastitog poslovnog poduhvata nosi sa sobom svoj niz prednosti i nedostataka. U današnjem društvu, obilježenom ekonomskim izazovima, često se naglašavaju samo negativni aspekti, poput ograničenih financijskih resursa. Ipak, važno je prepoznati da postoji niz pozitivnih aspekata koje donosi pokretanje vlastitog posla. Sudionici ovog istraživanja su uglavnom navodili pozitivne strane samozapošljavanja i time zaključili da se isplati ući u poduzetništvo. Biti uspješan poduzetnik zahtijeva puno rada, puno odricanja ciljeva, volje i ustrajnosti.

Sudionici su podijelili savjete za mlade poduzetnike koji su na početku ili se razmišljaju o ulasku u poduzetništvo. Navedeni savjeti se temelje na iskustvu, znanju osobe koja ih pruža. Često su namijenjeni podršci i usmjeravanju osobe koja traži pomoć. Važno je razmotriti različite savjete, uzeti u obzir vlastitu situaciju i prilagoditi ih vlastitim potrebama i vrijednostima prije donošenja odluke ili djelovanja. Stvaranje uspješnog poslovanja zahtijeva kreativnost i strast. Tijekom faze planiranja, trebalo bi razmisliti o svojim idejama i potaknuti kreativnost osmišljavanjem inspirativnog okruženja. Kada imate ideju oko koje ste strastveni, možete istražiti trenutne tržišne trendove. Istraživanjem drugih dostupnih proizvoda i usluga moglo bi vam pomoći da poboljšate svoju poslovnu strategiju. Pokretanje novog posla zahtijeva pažljivo planiranje i financiranje. Trebali biste razmislite o tome koliko novca želite imati na raspolaganju kada pokrećete posao. Uzmite u obzir troškove stvaranja i slanja proizvoda, zapošljavanja zaposlenika i plaćanja računa. Zatim razmislite o svojim izvorima financiranja. Prvi korak u stvaranju uspješnog poslovanja je izrada učinkovitog poslovnog plana koji ocrtava sve ciljeve i strategije. Također može uključivati opis proizvoda i usluga te detaljan marketinški plan. Uspješan poduzetnik bi se trebao umrežavati. Što je vaša mreža šira, to imate više mogućnosti za kontaktiranje investitora, mentora i profesionalne odnose u svom području. Mladi poduzetnici mogu upoznati nove mrežne veze pohađanjem događaja, pridruživanjem lokalnim grupama ili susretima s lokalnim vlasnicima tvrtki. Kada pokrenete tvrtku, možete prilagoditi svoje proizvode ili usluge kako bi bolje odgovarali potrebama kupaca. Razmislite o promjeni poslovnog plana kako biste zadovoljili nove zahtjeve.

Smatram da je najbitnije da osoba koja ulazi u proces samozapošljavanja dobro istraži tržište što se tiče grane djelatnosti kojom se želi baviti. Trebao bi imati znanja o djelatnosti kojom se želi baviti jer će uspjeti samo ukoliko jako dobro razumije djelatnost.

Prilikom otvaranja poduzeća osoba treba biti spremna na prepreke i treba znati da ne ide sve tako glatko što je vezano za Hrvatske zakone i birokraciju.

Mlada osoba treba biti spremna na poteškoća koje će se događati prvih godinu dana, kao što je općenito rad i rad na više od osam sati dnevno.

Smatram da bi osoba trebala znati i činjenicu da teorija koja se uči u školi/fakultetu nije uvijek primjenjiva i u praksi. Moglo bi se reći da bi osoba trebala biti otvorena za konstantno učenje i obnavljanje znanja i vještina.

I na kraju želim spomenuti da se psihički i emocionalno trebate održati. Nekad će biti jako teško pridobiti povjerenje klijenata i biti će potrebno vrijeme.

(S1)

Nema potrebe da ponavljam neke standardne stvari kao što su da osoba mora vjerovat u sebe, da osoba jednostavno mora riskirati i da mora voljeti djelatnost kojom se želi baviti. Ja smatram da je najvažnija podrška. Ja sam imao jako veliku podršku roditelja i prijatelja. Može se sam, ali za stabilnost i jakost karaktera ipak je potreban oslonac. U mom slučaju je to bila obitelj.

(S3)

6. RASPRAVA

Za prikupljanje informacija od potencijalnih korisnika tijekom istraživanja potrebnog za izradu poslovnog plana, poduzetnik može iskoristiti različite resurse. U ovom su istraživanju ključno sredstvo za dobivanje informacija bili intervjui. Nakon što su u prethodnom poglavlju navedeni i analizirani rezultati istraživanja sada će ti isti rezultati biti i prokomentirani.

Da se prisjetimo, glavni cilj ovoga istraživanja bio je utvrditi zašto se mladi u Republici Hrvatskoj odlučuju na samozapošljavanje. Bio je fokus na cijelom procesu samozapošljavanja mlade osobe u Republici Hrvatskoj te utvrditi koriste li se sve mogućnosti koje država nudi. Sugovornici su se odlučili na samozapošljavanje kako bi ostvarili veći ekonomski uspjeh i veću kontrolu nad vlastitim financijskim situacijama. Postoji još puno različitih faktora koji mogu potaknuti mlade na samozapošljavanje kao što je nedostatak radnih mjesta, poduzetnički duh, fleksibilnost i autonomija, želja za novim znanjima i vještinama i slično. No, sugovornici su naglasili financijski uspjeh najvećim motivatorom za pokretanje poduzeća. Svi sugovornici su imali podršku od svojih roditelja i bliskih ljudi, a dva sugovornika su čak dobili ideju za poslovanje iz obiteljskih izvora.

Svaki poduzetnički proces započinje sa fazom istraživanja poduzetničkog konteksta. U tu fazu spada istraživanje i identificiranje neiskorištene prilike. Druga faza je prepoznavanje prilika. Za sugovornike S1 i S3 moglo bi se reći da su prošli ovu fazu procesa te da je faza primjenjiva u praksi. Sugovornica S1 je prilikom pomaganja svojoj mami uvidjela priliku koju njena mama radi rizika nije primjećivala. Također, sugovornica je navela kako je primijetila rast broja novoregistriranih automobila što bi se također moglo navesti kao prilika obzirom da se bavi distribucijom osiguranja. Sugovornik S3 prilikom sezonskog rada je osluškivao želje turista i prepoznao je priliku, također je naveo da te godine nije bilo konkurencije u toj djelatnosti. Treća faza je pokretanje poduzetničkog pothvata. Najviše vremena prilikom provođenja intervjua bilo je posvećeno baš ovoj fazi. Prema rezultatima istraživanja može se uvidjeti da je prilikom ove faze potrebno jako dobro istražiti mogućnosti koje nudi Republika Hrvatska. U ovoj fazi sugovornici su morali odlučiti za pravnu formu poduzeća. Iz odgovora sugovornice S1 može se vidjeti da ni svi administratori ne znaju pravila za određenu formu poduzeća. To je manjkavost sustava. Preporuka je informiranje putem ekonomskih članaka prije same odluke o pravnoj formi poduzeća. U ovoj fazi se i registrira svoj poslovni identitet i osiguraju sve potrebne dozvole i licence. Sugovornici S2 i S3 su naveli da prilikom registracije nisu imali većih problema, dok je sugovornica S1 navela sve prepreke na koje je naišla prilikom registracije. Ova faza obuhvaća određivanje izvora financiranja i traženje investicija ili kredita. Sugovornicima S1 i S2 su roditelji pomogli prilikom financiranja, dok je sugovornik S3 imao pravo na poticaje za samozapošljavanje. U ovoj fazi sugovornici su imali pravo korištenja državnih institucija za potporu, te regionalnih i lokalnih. Prilikom razgovora

sa sudionicima bile su im navedene neke od regionalnih i lokalnih institucija. Sugovornici uglavnom nisu bili upoznati sa tim institucijama za potporu. Sudionik S2 se koristio državnom institucijom HZZ prilikom zapošljavanja djelatnika, dok je sugovornik koristio mjere koje HZZ nudi kao financijski poticaj za samozapošljavanje. Sugovornica S1 je prilikom intervjua navela dvije državne institucije financijsku agenciju i Hrvatsku agenciju za nadzor financijskih usluga. Može se zaključiti da se više koriste državne institucije nego regionalne i lokalne. Prilikom ove faze sugovornici su imali pravo koristiti programe RH i EU za zapošljavanje. Ti programi i inicijative imaju za cilj potaknuti zapošljavanje mladih, pružiti podršku njihovom obrazovanju i razvoju vještina. Sugovornici nisu koristili navedene programe Republike Hrvatske i Europske unije.

Treća faza je upravljanje poduzetničkim pothvatom i četvrta faza je odabir konkurentske strategije. Ove dvije faze nisu bile razrađene prilikom razgovora sa sudionicima. Prilikom ovog istraživanja utvrđeno je da mladi nisu dovoljno informirani o svim mogućnostima koje nudi Republika Hrvatska. Također, utvrđen je strah od rizika prilikom korištenja mogućnosti za koje su znali. Sugovornici su naglasili složenost prikupljanja dokumentacije, te manjkavosti sustava. Svi sudionici i dalje posluju na području Republike Hrvatske. Zadovoljni su sa poslovanjem svojih poduzeća i uspješni su u vođenju. Imaju neke nove ciljeve i motivaciju za daljnji samostalni rad u Republici Hrvatskoj.

Ovo istraživanje može potaknuti poduzetništvo mladih, može motivirati i ohrabri mlade na samozapošljavanje te naposljetku smanjiti nezaposlenost mladih u Republici Hrvatskoj. Rezultati istraživanja mogu biti od važnosti mladim osobama koje se susreću s poteškoćama prilikom donošenja odluke treba li pristupiti procesu samozapošljavanja ili ne. Sudionici su naveli savjete za mlade kako bi ih ohrabрили. Uz klasične savjete koji su navedeni u rezultatima istraživanja izdvojila bi važnost potpore obitelji i prijatelja. Suprotno popularnom mitu o usamljenom poduzetniku, mladi ljudi ne pokreću posao sami. Umjesto toga, oni su ugrađeni u mrežu odnosa, od kojih je najraniji i najneposredniji njihova obitelj. Obitelji mladim poduzetnicima pružaju instrumentalnu društvenu podršku u obliku društvenog i financijskog kapitala. Kroz intervju sam spoznala koliko je važna podrška obitelji i prijatelja prilikom pokretanja poduzeća u Hrvatskoj. Emocionalna podrška obitelji i prijatelja može biti neprocjenjiva. Ohrabrenje, motivacija i pozitivna podrška mogu pomoći mladim poduzetnicima da se osjećaju sigurnijima i manje samima tijekom procesa otvaranja poduzeća. Obitelj i prijatelji mogu pružiti početni kapital ili investiciju kako bi poduzetnik započeo posao. Ovo može biti od velike pomoći u pokrivanju početnih troškova, nabavi opreme ili financiranju marketinških kampanja. Ako članovi obitelji ili prijatelji imaju iskustva u poslovanju, njihovo znanje može biti neprocjenjivo. Mogu pružiti savjete, dijeliti iskustva i pomoći u donošenju poslovnih odluka. Obitelj i prijatelji mogu imati vlastite mreže kontakata koje mogu dijeliti s poduzetnikom. Ovo može olakšati uspostavljanje poslovnih veza,

pronalaženje potencijalnih klijenata ili partnera. Obitelj i prijatelji mogu biti vaši prvi zagovornici. Oni vas mogu promovirati putem usmenih preporuka, društvenih medija i ostalih kanala komunikacije.

7. ZAKLJUČAK

Poticanje samozapošljavanja, kao ključnog faktora razvoja općeg gospodarstva, treba biti osnovni cilj Republike Hrvatske. Osim što bi se unaprijedilo cjelokupno gospodarstvo, ovo bi potaknulo veću slobodu samozapošljavanja za kreativne i inovativne pojedince. Rezultat toga bi bio ravnomjeran regionalan napredak, poboljšana poduzetnička infrastruktura, manje administrativne prepreke te povećanje konkurentnosti. Republika Hrvatska se opredijelila za poslovni okvir koji minimizira uplitanje, obvezujući se time stvoriti poticajno okruženje za poduzetnike, umjesto da ih koči. U Hrvatskoj, postoje nekoliko institucija odgovornih za podršku i razvoj gospodarstva. Te uključuju Ministarstvo rada, gospodarstva i poduzetništva (MINGORP), Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO), Hrvatsku agenciju za malo gospodarstvo (HAMAG) i Hrvatska obrtnička komora (HOK). Ove institucije ne samo da podržavaju razvoj, već također upravljaju programima poticaja za poduzetništvo. Ovi poticaji pomažu olakšati ulazak u poduzetništvo i osigurati potrebna financijska sredstva. Mogu se manifestirati kao nepovratne potpore, subvencioniranje kamata na kredite, kamatne subvencije, zajednički garancijski programi i slično. Kako bi poduzetnici bili kandidati za ove poticaje, često moraju djelovati kao pravne osobe, što znači da moraju biti registrirani kao obrtnici ili vlasnici poduzeća. Osim općih uvjeta, postoje posebni programi i sredstva za određene skupine poduzetnika, kao što su žene poduzetnice i početnici. Ipak, zbog većeg rizika koji prati nova poduzeća, početnici rijetko dobivaju bespovratna sredstva, dok se njihova podrška često temelji na jamstvima i poticajnim programima za financiranje. Za pristup financijskoj podršci kroz različite poticajne programe, poduzetnici su dužni razviti detaljne poslovne planove i podnijeti ih tijekom otvorenih natječajnih rokova. Pripreme za prijavu ovise o vrsti podrške koju poduzetnik traži. Za poticajne kredite ili jamstva, pripreme se mogu obaviti unutar mjesec dana, dok se za bespovratna sredstva često zahtijeva dostava niza dokumenata koji detaljno opisuju poslovanje, što može trajati nekoliko mjeseci. Kada poduzetnik dobije podršku, preuzima određene obveze koje treba ispuniti unutar određenih rokova. To uključuje realizaciju projekta u predviđenom vremenskom okviru, provođenje neovisnih revizija za veće projekte, zadržavanje vlasništva nad određenom opremom ili imovinom minimalno tri do pet godina te redovno izvješćivanje donatora o poslovnom napretku. Rezultati istraživanja su pokazali kako mladi poduzetnici prilikom samozapošljavanja ne iskorištavaju prilike Republike Hrvatske. Republika Hrvatska nudi institucije za potporu i poticaje. Navedene institucije na regionalnoj i lokalnoj razini sugovornici nisu koristili prilikom samozapošljavanja. Također, Europska unija i Republika Hrvatska imaju niz programa i inicijativa usmjerenih prema zapošljavanju mladih. Sugovornici nisu bili dio programa i inicijativa usmjerenih na zapošljavanje mladih. Sugovornici su se složili oko činjenice da se ne dobiju uvijek iste informacije o vrstama poticaja, te da su tu najraznovrsnije informacije. Moglo bih se reći da su sugovornici bili motivirani tijekom pokretanja

poduzeća, te da im je motivacija i dalje na visokoj razini. Prema GEM istraživanju, u Hrvatskoj je motivacijski indeks u 2022. (1,66) neznatno niži u usporedbi s 2021. (1,8). To ukazuje da i dalje postoji značajan broj osoba koje ulaze u samozapošljavanje iz nužde. Nositelji vladinih politika, programi te institucije profesionalne infrastrukture bi trebali uzeti to u obzir. Osobe koje se upuštaju u poduzetničke aktivnosti iz nužde često nisu dovoljno pripremljene za poduzetništvo i često vide to kao privremeno rješenje. Sugovornici ističu da poduzetničko okruženje u Hrvatskoj više ograničava nego potiče poduzetničku aktivnost, što potkrepljuju i rezultati GEM istraživanja te Kompozitni indeks NECI koji ocjenjuje snagu nacionalnog poduzetničkog okvira i pozicionira Hrvatsku na nižem mjestu. Sveukupno gledajući može se reći da se mladi često odlučuju za samozapošljavanje kako bi postigli veći financijski neovisnost. Poduzetnička kompetencija je jedna od osam ključnih vještina potrebnih u životu i važno je da svi, posebno mladi, insistiraju na tome da formalno obrazovanje pruži priliku za razvoj te vještine, počevši od osnovne škole pa do visokog obrazovanja. Mladi, učitelji i profesori te roditelji trebali bi aktivno sudjelovati u ovom procesu.

LITERATURA

1. Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj u 2021. (2022).- <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29256> pristupljeno 20.03.2023.
2. Bejaković, P. & Mrnjavac, Ž. (2016). *Nezaposlenost mladih i mjere za njezino ublažavanje u Hrvatskoj. Političke analize*, 7 (27), 32-38.
3. Buble, M. (2006). Menadžment, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakulte
4. Buble, M. & Kružić, D. (2006). Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Zagreb: RRiF Plus
5. Chigunta, F., Schnurr, J., James-Wilson, D. & Torres, V. (2005). Being “Real” about Youth Entrepreneurship in Eastern and Southern Africa Implications for Adults, Institutions and Sector Structures
6. Cvitanović, B. (2023). Kako se mogu iskoristiti poticaji za samozapošljavanje kod otvaranja posla? <https://brojevi.hr/poticaji-za-samozaposljavanje/> pristupljeno 27.06.2023.
7. Cvitanović, B. (2021). Kako se mogu iskoristiti poticaji za samozapošljavanje kod otvaranja posla? <https://www.poduzetnistvo.org/news/kako-se-mogu-iskoristiti-poticaji-za-samozaposljavanje-kod-otvaranja-posla> pristupljeno 27.06.2023.
8. Delić, A., Oberman Peterka, S., & Perić, J. (n. d.). Želim postati poduzetnik.
9. Dračić, I. (2012). Poslovanje poduzeća i poduzetničko okruženje.
10. Employment and entrepreneurship (n.d.). https://youth.europa.eu/strategy/employmententrepreneurship_en pristupljeno 24.03.2023.
11. Europska komisija (n.d.). Garancija za mlade <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1079&langId=hr> pristupljeno 30.06.2023.
12. Europska komisija (n.d.). Europski socijalni fondovi <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&langId=hr&> pristupljeno 30.06.2023.
13. Europska komisija, (n.d.). Youth Employment Initiative – YEI <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=hr&catId=1176> pristupljeno 30.06.2023.
14. Furlong, A. & Cartmel, F. (1997). Young People and Social Change. Buckingham: Open University Press.
15. Frederick, H., O’Connor, A. & Kuratko, D. F. (2019). Entrepreneurship: Theory/ Process/ Practice 5th Edition

16. Glasser, W. (1997). Teorija kontrole. Zagreb, Alinea.
17. Green, F. (2013). *YOUTH ENTREPRENEURSHIP*. Paris, France.
18. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije [HAMAG-BICRO] (n.d.). O Agenciji. <https://www.rijeka.hr teme-za-gradane/biznis-i-investicije/financiranje-i-potporna-2/potporne-institucije-i-infrastruktura/potporne-institucije-2/hrvatska-agencija-za-malo-gospodarstvo-inovacije-i-investicije-hamag-bicro/> pristupljeno 29.06.2023.
19. Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (2023). Opći kriteriji prihvatljivosti. <https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2019/04/Opci-kriteriji-prihvatljivosti-6-2023.pdf> pristupljeno 29.06.2023.
20. Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (n.d.). Kreditni program za poduzetništvo mladih, žena i početnika. https://www.hbor.hr/kreditni_program/poduzetnistvo-mladih-zena-i-pocetnika/ pristupljeno 29.06.2023.
21. Hrvatska banka za obnovu i razvitak [HBOR] (n.d.). O Banci. <https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/o-nama/> pristupljeno 29.06.2023.
22. Hrvatska gospodarska komora [HGK] (n.d.). O Komori. <https://www.hgk.hr/hrvatska-gospodarska-komora/onama> pristupljeno 29.06.2023.
23. Hrvatska obrtnička komora [HOK] (n.d.). O uslugama Komore. <https://www.hok.hr/o-hok-u/nase-usluge> pristupljeno 29.06.2023.
24. Hrvatska udruga poslodavaca [HUP] (n.d.). O Udruzi. <https://www.hup.hr/o-nama.aspx> pristupljeno 29.06.2023.
25. Hrvatski savez zadruga [HSZ] (n.d.). O Zadruzi. <http://www.zadruga.obz.hr/index.php/hrvatski-savez-zadruga> pristupljeno 29.06.2023.
26. Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (2023). Statistički prikaz nezaposlenosti mladih u periodu 2004.-2023 <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1n> pristupljeno 29.06.2023.
27. Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (2023). Potpora za samozapošljavanje. <https://mjere.hr/mjere/potporna-za-zaposljavanje-2023/> pristupljeno 29.06.2023.
28. Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (n.d.). O Zavodu. <https://www.hzz.hr/o-hzz/> pristupljeno 29.06.2023.
29. Hunjet, A., Kozina, G. & Milković, M. (2012). Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu

30. IGRA Razvojna agencija (n.d.). „Razvoj usluga Razvojne agencije IGRA s ciljem unaprjeđenja informiranja za poduzetnike”. <https://www.ra-igra.hr/ppi/> pristupljeno 29.06.2023.
31. Ilišin, V. & Radin, F. (2007). Mladi: problem ili resurs, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Zagreb.
32. Johansson, A. (2019). Zašto ste poduzetnik? (I zašto je to važno znati.)- <https://poduzetnik.biz/novi-poduzetnik/zasto-ste-poduzetnik-i-zasto-je-to-vazno-znati/>
33. Kingston Universiti London (2021). Benefits of becoming an entrepreneur. <https://www.kingstonisc.com/blog/benefits-of-becoming-an-entrepreneur>
34. Llisterri, J. J., Kantis, H., Angelelli, P. & Tejerina, L. (2006). Is Youth Entrepreneurship a Necessity or an Opportunity?
35. Mandarić, B. M. (2009). Mladi: integrirani i(li) marginalizirani, Glas Koncila, Zagreb.
36. Meister, J. C. & Willyerd, K. (2010). 2020 Workplace, New York: Harper Business.
37. Mendonça, M. (2013). Youth Entrepreneurship in Portugal and the UK, Keele University
38. Miliša, Z. (2006). Manipuliranje potrebama mladih, MarkoM usluge d.o.o., Zagreb.
39. Morić Milovanović, B. i Tutić, Ž., (2021). Poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke potporne institucije u Hrvatskoj
40. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja [MINGOR] (n.d.). O ministarstvu <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/1065> pristupljeno 28.06.2023.
41. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije [MRRFEU] (n.d.). O ministarstvu pristupljeno 29.06.2023
42. Morić Milovanović, B. & Tutić, Ž. (2021). Poduzetnički inkubatori kao oblik poduzetničke potporne institucije u Hrvatskoj
43. Mrnjavec, Ž. (2022/2023). Nastavni materijali kolegija Gospodarstvo Hrvatske: Tržište rada, Ekonomski fakultet u Splitu.
44. Narodne novine (2019). Odluka o donošenju kurikuluma za međupredmetnu temu Poduzetništvo za osnovne i srednje škole u Republici Hrvatskoj https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_157.html pristupljeno 30.05.2023.

45. Nexford University (2023). Advantages and Disadvantages of Entrepreneurship-
<https://www.nexford.org/insights/advantages-and-disadvantages-of-entrepreneurship> pristupljeno
26.06.2023.
46. Obadić, A. (2017). *Nezaposlenost mladih i usklađenost obrazovnog sustava s potrebama tržišta rada // Ekonomska misao i praksa: časopis Sveučilista u Dubrovniku*, 129.-150.
47. Obadić, A. (2009). *Trendovi i novi koncepti politika zapošljavanja u Europskoj uniji i Hrvatskoj, // Rad u Hrvatskoj: pred izazovima budućnosti / Franičević, V., Puljiz, V., Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu*, 49.-80.
48. Prachi, J. (n.d.) Different Types of Youth Entrepreneurship-
<https://www.managementstudyguide.com/different-types-of-youth-entrepreneurship.htm>
pristupljeno 24.06.2023.
49. Rajsman, M., Petričević, N. & Marjanović, V. (2013). Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj.
50. Rančić, N. i Durbić, J. (2016). *Uzroci nezaposlenosti i utjecaj na smanjenje nezaposlenosti kroz institucionalno-strukturne reforme u Republici Hrvatskoj*, 39.-54.
51. Riahi, S. (2010). Youth Entrepreneurship: Ottawa's Portfolio in Talent Development
52. Reić, A. (2015). Nova generacija mladih – generacija Z, Portal Europeo de la Juventud
53. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. & Oberman Peterka, S. (2021). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR CROATIA, Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?
54. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011). Poduzetništvo. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o
55. Šimunić Rod, V. (2020). NOVA GENERACIJA PODUZETNIKA; GENERACIJA Z
56. Team ZenBusiness (2021). 10 Reasons For Young Entrepreneurs To Get Motivated,
<https://www.zenbusiness.com/blog/10-reasons-young-entrepreneurs-get-motivated/> pristupljeno
25.06.2023.
57. UČILIŠTE STUDIUM (2015). Od poslovne ideje do osnivanja vlastitog start-up poduzeća, Vukovar
58. Ugovor o Europskoj uniji (UEU) / Ugovor iz Maastrichta (n.d.). -
<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/hr/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/maastricht-treaty> pristupljeno 24.04.2023
59. Vinšalek Stipić, V. (2023). Poduzetničko planiranje i poslovni plan, Gospić

60. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela*, Rijeka, Ekonomski fakultet u Rijeci.
61. Zhartay, Z., Khussainova Z. & Yessengeldin B. (2020). DEVELOPMENT OF THE YOUTH ENTREPRENEURSHIP: EXAMPLE OF KAZAKHSTAN, Academician Ye.A. Buketov Karaganda State University, Karaganda, Kazakhstan
62. Zrilić, N. & Širola, D. (2013). *Razvoj poduzetništva mladih – Neiskorišteni potencijal Hrvatske*, Veleučilište u Rijeci, 95.-111.

SAŽETAK

Glavni cilj ovog diplomskog rada bio je istražiti zašto se mladi odlučuju na poduzetništvo u Republici Hrvatskoj. Utvrditi koja je motivacija mladih, te što sve Republika Hrvatska nudi mladima prilikom samozapošljavanja. Prvi dio rada obuhvaća uvodni dio. On se sastojati od problema i predmeta istraživanja, svrhe i cilja istraživanja, istraživačkog pitanja, metoda istraživanja, doprinosa istraživanja i strukture rada. U drugom dijelu rada su teorijski objašnjeni pojmovi kao što su poduzetnik i poduzetništvo. Kako se u teoriji pokreće poduzetnički pothvat, te koje osobine i karakteristike bi trebao imati jedan poduzetnik. Treći dio rada posvećen je mladim poduzetnicima, definiciji i tipovima mladih poduzetnika. Analizirani su najčešći motivi ulaska u poduzetništvo, točnije koji su prednosti, a koji nedostaci ulaska u poduzetnički pothvat. U četvrtom dijelu je provedeno istraživanje metodom intervjua. Istraživala se uloga Republike Hrvatske u poduzetništvu mladih. Istražilo se na koji način država potiče mlade na samozapošljavanje. U radu su navedeni programi Republike Hrvatske i Europske unije za zapošljavanje i poticanje poduzetništva. Navedene su sve poznatije institucije za potporu. Objašnjeno je i kako Republika Hrvatska pokušava djecu i mlade poduzetnički obrazovati. Uvođenjem ekonomskih predmeta u osnovne i srednje škole. Sljedeći dio rada je peti dio. U tom dijelu rada su prikazani rezultati istraživanja. Istraživanje je provedeno metodom intervjua. Intervjuirani su dva mlada poduzetnika i jedna mlada poduzetnica. Prilikom intervjua bilo im je postavljeno 12 različitih pitanja. Svi sugovornici su postali poduzetnici u svojim ranim dvadesetim godinama što znači da ih možemo svrstati u kategoriju nadobudnih poduzetnika. Također, svim sugovornicima je ovo prvi samostalni pothvat i prije pokretanja poduzeća nisu imali znanja i iskustva u tome. Sugovornici se bave potpuno različitim djelatnostima, no imaju iste poduzetničke karakteristike upornost, strast i sposobnost pretvaranja ideje u djelo. U šestom dijelu rada se nalazi rasprava u kojem su sažeti, komentirani i interpretirani rezultati istraživanja. Posljednji dio rada sadržava zaključak rada. U zaključku je objedinjen cijeli rad i u njemu se nalaze odgovori na postavljena istraživačka pitanja iz uvodnog dijela rada. U ovom djelu se također nalazi i literatura te popis slika i tablica.

Ključne riječi: poduzetništvo mladih, motivacija, programi i poticaju

SUMMARY

The main goal of this thesis is to investigate why young people decide to become entrepreneurs in the Republic of Croatia and what the Republic of Croatia offers to the young people to incentivise them to become self-employed. The first part of this paper illustrates the problem and the object of the research, expanding on the purpose and goal of the research by looking at the research question, methods to analyse the question, outputs of the research and the structure of the work. In the second part of this paper, concepts such as entrepreneur and entrepreneurship are theoretically analysed, looking at ways of how to start an entrepreneurial venture and what qualities and characteristics an entrepreneur should have. The third part of this paper is dedicated to young entrepreneurs, definitions, types of young entrepreneurs. In this section, the most common motives for entering into entrepreneurship have been analysed, specifically the advantages and disadvantages. In the fourth section, research was conducted via interviews with young entrepreneurs, investigating the supporting role of the Republic of Croatia as part of the interview questioning to understand how the state encourages these young people to become self-employed. The paper lists the programs from the Republic of Croatia and the European Union for employment and their encouragement of entrepreneurship. All known support institutions are listed. This fourth section explains how the Republic of Croatia tries to educate children and young people in entrepreneurship through the introduction of economic subjects in primary and secondary schools. The fifth part of the paper presents the results of the research. This research was conducted using the interview method. Two young male entrepreneurs and one female entrepreneur were interviewed. During the interview, they were all asked 12 questions. All interviewees became entrepreneurs in their early twenties, which means that we can classify them as budding entrepreneurs. For all of the interlocutors, this is their first independent venture and they had no prior knowledge or experience before starting their companies. The interlocutors were engaged in completely different ventures, but all possessed the same entrepreneurial characteristics, most notably: persistence, passion and the ability to turn an idea into an action. The sixth part of the paper contains a discussion in which the research results are summarised, analysed and interpreted. Finally, the last part of the paper contains the conclusion of the paper. In the conclusion, the entire paper is combined and answers connecting back to the introductory part of the paper are found. This work contains literature and a list of figures and tables.

Keywords: youth entrepreneurship, motivation, programs and incentives

POPIS TABLICA

Tablica 1 Osnovni podatci o sugovornicima	31
--	-----------