

ANALIZA STAVOVA STUDENATA O AKADEMSKOM PODUZETNIŠTVU S POSEBNIM OSVRTOM NA STUDENTSKI PODUZETNIČKI INKUBATOR

Zovko, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

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:124:609819>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA STAVOVA STUDENATA O
AKADEMSKOM PODUZETNIŠTVU S POSEBNIM
OSVRTOM NA STUDENTSKI PODUZETNIČKI
INKUBATOR**

Mentor:

Doc. dr. sc. Marina Lovrinčević

Student:

Luka Zovko

Split, lipanj 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD	4
1.1. Definicija problema	4
1.2. Cilj rada	5
1.3. Metode rada.....	5
1.4. Struktura rada.....	6
2. TEORIJSKI OKVIR ZA ANALIZU STUDENTSKOG PODUZETNIŠTVA	8
2.1. Studiji i aktivno studiranje	8
2.2. Pojam poduzetnika i studenta poduzetnika	10
2.3. Definiranje hipoteza	12
3. ULOGA STUDENTSKIH PODUZETNIČKIH INKUBATORA U RAZVOJU STUDENTSKOG PODUZETNIŠTVA	16
3.1. Definicija poduzetničkog inkubatora	16
3.2. Poduzetnički inkubatori u Hrvatskoj	17
3.3. Vrste poduzetničkih inkubatora	19
3.4. Studentski poduzetnički inkubator.....	21
3.4.1. Uloga studentskih poduzetničkih inkubatora u razvoju studentskog poduzetništva	22
3.4.2. Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu	23
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA O AKADEMSKOM PODUZETNIŠTVU S POSEBNIM OSVRTOM NA STUDENTSKI PODUZETNIČKI INKUBATOR	27
4.1. Metodologija istraživanja	27
4.2. Empirijsko istraživanje stavova studenata	29

4.3. Prosudba istraživačkih hipoteza	43
5. ZAKLJUČAK	45
POPIS SLIKA	48
POPIS TABLICA.....	50
SAŽETAK	52
SUMMARY	53
LITERATURA	54

1. UVOD

Nepredvidivost tržišta rada navodi obrazovne institucije na smanjenje vremenskog jaza između ponude i potražnje. Visokoobrazovne institucije, odgovorile su na taj problem osnivanjem poduzetnički potpornih institucija u vidu studentskih poduzetničkih inkubatora. Studentski poduzetnički inkubatori su poveznica između ponude i potražnje znanja, odnosno, predstavnici su metodičko – didaktičkih metoda u učenju.

Osim što studentski poduzetnički inkubatori omogućuju primjenu teorijskih znanja, oni također pružaju osjećaj sigurnosti mladim poduzetnicima, većinom kroz mentorsku podršku, osiguravanja infrastrukture (ured, tehnika), kao i mogućnost umrežavanja (eng. networking), odnosno upoznavanja potencijalnih poslovnih partnera, investitora.

Upravo zbog nepredvidivosti tržišta rada, studenti se sve više okreću vlastitoj afirmaciji u poslovnom svijetu; moguće je uočiti pojavu *akademskog poduzetništva*, odnosno povećanje broja *poduzetnih studenata*. Studentski poduzetnički inkubatori preuzimaju ulogu generatora novih radnih mjesta, odnosno pokretača lokalnog ekonomskog rasta.

1.1. Definicija problema

Kroz ovaj će se rad upoznati sa stavovima studenata Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu o akademskom poduzetništvu te njihov interes za korištenjem usluga Studentskog poduzetničkog inkubatora na Ekonomskom fakultetu. Istražiti će se problematika razlike između spolova u preferencijama za bavljenje poduzetništvom, te razlike u preferencijama za bavljenje poduzetništvom između studenata različitih smjerova.

Deskriptivnim statističkim metodama istražiti će se problematika percepcije studenata o pojmovima *poduzetnik* i *poduzetništvo*, kao i njihovi stavovi vezani uz percipiranje Ekonomskog Fakulteta u Splitu, kao institucije koja je pokretač akademskog poduzetništva. Također, istražiti će se stavovi studenata vezanih uz poteškoće za koje smatraju, da će im potencijalno ometati poduzetnički proces.

Inferencijalnim statističkim metodama analizirati će se problematika razlika u stavovima studenata različitih vertikalna studija, vezanih uz poimanje poduzetničkih inkubatora, kao i

problematika razlike između spolova u preferencijama za bavljenje poduzetništvom, te razlike u preferencijama za bavljenje poduzetništvom između studenata različitih smjerova.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je dati uvid u postojeće stanje studentskog interesa za poduzetništvom, kao i njihovu percepciju poduzetničkih inkubatora, s naglaskom na Studentski poduzetnički inkubator pri Fakultetu.

Cilj je također i definirati poveznice i razlike u stavovima studenata različitih vertikalna studiranja, vezanih uz poimanje poduzetničkih inkubatora, te ambicijama za bavljenje poduzetništvom. Također, definirat će se razlike između studenata različitih smjerova u samoprocjeni poduzetničkog duha, te razlike u stavovima vezanim uz poduzetnički proces među spolovima.

Još jedan od ciljeva je da se istraživanjem pokaže postoje li razlike u poduzetničkim ambicijama, između studenata koji imaju poduzetnika u svojoj užoj okolini, te postoje li razlike u preferencijama između studenata različitih smjerova vezanim uz članstvo u Studentskom poduzetničkom inkubatoru, te uz potencijalne koristi od poduzetničkih inkubatora.

1.3. Metode rada

Metode rada koje su se ocijenile prikladnima pri izradi ovog završnog rada su analiza, sinteza, indukcija, dedukcija, komparacija, kompilacija, deskripcija, anketno istraživanje te statističke metode.

Metodom analize pojedini dijelovi uzorka istraživanja raščlanjeni su na jednostavnije sastane dijelove, primjerice u inferencijalnoj statističkoj obradi stavova studenata različitih usmjerenja o tvrdnjama vezanim uz poduzetničke inkubatore općenito, te Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Pojedini dijelovi uzorka spajani su u cjelinu metodom sinteze, pri primjeni deskriptivnih statističkih metoda, primjerice kod istraživanja percipiranja pojmova poduzetnik i poduzetništvo kod studenata.

Indukcija je kao metoda korištena pri uopćavanju pojedinačnih pojava, primjerice kod primjene statističkih testova pri istraživanju stavova studenata o poduzetničkim inkubatorima općenito, gdje se nekoliko ponuđenih tvrdnji uopćilo, primjenom aritmetičke sredine rangova ispitanika.

Metodom dedukcije od nekih općenitih sudova dolazilo do pojedinačnih, primjerice kod izoliranja rangova određenih tvrdnji kojima su se istražile razlike u preferencijama studenta različitih usmjerenja.

Metodom komparacije uspoređivalo se razlikovanje percepcija studenata stručnog studija *Managementa malog poduzeća* o akademskom poduzetništvu, sa studentima sveučilišnog preddiplomskog studija *Poslovne ekonomije*, usmjerenje *Poduzetništvo*.

Metoda kompilacije korištena je pri definiranju teorijskog okvira za istraživanje, u vidu korištenja rezultata istraživanja drugih autora.

Deskriptivna metoda je korištena pri opisivanju uzorka studenata nad kojima je provedeno istraživanje.

Anketnim istraživanjem su se dobili primarni podatci na kojima su primjenjivane prethodno navedene metode rada.

Statističke metode korištene su pri empirijskom istraživanju stavova studenata o akademskom poduzetništvu.

1.4. Struktura rada

Završni rad je strukturno podijeljen na pet poglavlja, koja se dalje dijele na potpoglavlja.

Prvo poglavlje je *Uvod*, slijedi *Teorijski okvir za analizu studentskog poduzetništva*, u kojem je obrađen aspekt aktivnog studiranja, te prilika i poteškoća s kojima se poduzetni studenti i studenti poduzetnici susreću na svojem poduzetničkom putu; u ovom su poglavlju definirane hipoteze.

Uloga studentskih poduzetničkih inkubatora u poticanju studentskog poduzetništva predstavlja treće poglavlje ovog rada; u njemu su obrađene vrste inkubatora, načini funkcioniranja inkubatora, uloge inkubatora u lokalnom razvoju, te ponuda usluga inkubatora.

Empirijsko istraživanje stavova studenata o akademskom poduzetništvu s posebnim osvrtom na Studentski poduzetnički inkubator, obuhvaća primjene metoda deskriptivne i inferencijalne statistike, koristeći podatke koji su prikupljeni anketnim istraživanjem.

Zaključak obuhvaća interpretaciju rezultata dobivenih primjenom statističkim metodama u empirijskom dijelu rada, metodološka ograničenja istraživanja, te preporuke za daljnja istraživanja.

Na kraju rada se nalazi popis literature, popis tablica, popis slika, kao i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. TEORIJSKI OKVIR ZA ANALIZU STUDENTSKOG PODUZETNIŠTVA

2.1. Studiji i aktivno studiranje

Studij je moguće pohađati na dvije različite vertikale – *sveučilišnoj i stručnoj*. Sveučilišni studij osposobljava studente za obavljanje poslova u znanosti, visokom obrazovanju, poslovnom svijetu, odnosno osposobljava studente za razvoj i primjenu znanstvenih, umjetničkih i stručnih dostignuća; stručni studij pruža studentima razinu znanja i vještina, koje omogućavaju obavljanje stručnih zanimanja, odnosno osposobljavanje za neposredno uključivanje u radni proces.¹ Razlike u vrstama studija, poslužiti će kao temelj za definiranje hipoteza.

Pojam aktivnog studiranja moguće je povezati s poduzetnim studentima. Imajući na umu dinamičnost tržišta rada, studenti se sve više okreću vannastavnim aktivnostima, kojima se usavršavaju, odnosno razvijaju nova znanja. Tijekom studija, nova znanja i vještine, moguće je izučiti u raznim studentskim organizacijama, neprofitnim udrugama, kao i praksama u poduzećima. Na taj je način moguće pratiti trend potražnje poslodavaca za kadrovima određene specijalizacije, stoga studenti svoje preferencije vezane uz obrazovanje, mogu prilagoditi potražnji.

Obzirom da su studenti u središtu obrazovnog procesa, očekuje se da posjeduju odgovoran pristup svojim obvezama, te se očekuje da primjenjuju aktivno studiranje, kako u usvajanju znanja i vještina, tako i u stvaranju novih spoznaja.²

Za vrijeme studiranja pri Sveučilištu u Splitu, moguće je sudjelovati u organizaciji događanja koja provode udruge, kao i svojim prisustvovanjem na njima. Studentske udruge koje djeluju na području Splita su redom: AIESEC, CroMSIC, ELSA, ESN Split, FISEC, HAZ, IAESTE, KUSUS, Lacerta, OCEANUS, SSU, Studenti za Studente, Sveučilišna športska udruga, Splitska

¹ Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta: Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju. *Narodne novine* 2/2007, čl. 69. st. 2. i st. 3.

² Divjak, B., Markučić, D., Bach-Rojecky, L., Battista Ilić, A., Boras, D., Grubišić, I., Kovač, I., Kučina-Softić, S., Milin-Šipuš, Ž., Pernar, R., Petrak, M. (2014.), Sveučilište u Zagrebu: Strategija studija i studiranja Sveučilišta u Zagrebu (2014.-2025.), str. 2.

debatna unija, USPUST, UPS, Udruga Livanjskih studenata u Splitu, Udruga studenata B.B., U.s.p. "Toma Arhiđakon", IMEF te Studentski đir.³

Student mođe, kroz članstvo i volontiranje u studentskim udrugama, ostvariti iskustvo u vidu osmišljavanja, planiranja, implementacije itd. raznih poslovnih rješenja. Također, mođe stjecati menadžerska iskustva, uspinjući se vertikalno kroz hijerarhiju udruge. Dosadašnja istraživanja kađu da „studenti članovi studentskih udruga ocjenjuju da postoji veća vjerojatnost da će pokrenuti vlastiti posao od studenata koji nisu članovi udruga.,⁴

Volontiranje ne pomađe samo jednostavnijem pronalasku plaćenog posla, već pruđa i širok spektar aktivnosti koje mogu biti temelj za izbor buduće subspecializacije u poslovnom svijetu. Također, volontiranje utječe i na razvoj međuljudskih odnosa i stvara kontakte koji, osim što mogu trajati cijeli život, pomađu u potrazi za poslom, daju preporuke za buduće poslodavce, pomađu u stvaranju novih stavova i perspektiva.⁵

Istrađivanje koje je proveo TimeBank nad 200 vodećih poslovnih lidera u Ujedinjenom Kraljevstvu pokazuje da⁶:

- 73% poslodavaca će prije zaposliti kandidata sa volonterskim iskustvom u odnosu na kandidata bez iskustva;
- 94% poslodavaca smatra da volontiranje mođe razviti nove vještine;
- 94% zaposlenika koji su volontirali kako bi razvili nove vještine, imali su koristi u vidu dobitka prvog posla, povećanja plaće i/ili napredovanja na poslu.

³ Studentski Zbor Sveučilišta u Splitu, dostupno na <http://www.szst.hr/#>, preuzeto 6.6.2016.

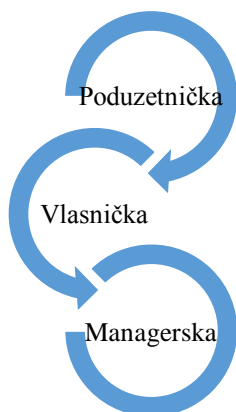
⁴ Sedlan König, J. (2012.): Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji poticanja poduzetničkog ponašanja, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 206.

⁵ Perić, J., Oberman Peterka, S. (2011.): How to build a base for professional career of students - case study of volunteering program of graduate program in Entrepreneurship, Faculty of Economics in Osijek, IRP - Institute for Entrepreneurship research, str. 167.-179.

⁶World Volunteer Web: Benefits of volunteering (2005.), [Internet] dostupno na <http://www.worldvolunteerweb.org/resources/how-to-guides/volunteer/doc/benefits-of-volunteering.html>, preuzeto 6.6.2016.

2.2. Pojam poduzetnika i studenta poduzetnika

Iako je pojam poduzetnika teško cjelovito definirati, izučavanjem literature moguće je doći do nekoliko različitih definicija koje su u srži slične ili jednake. Mnogo je lakše definirati osobine koje bi poduzetnik trebao posjedovati, nego ga pojmovno odrediti. Prema knjizi *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*: „Cantillon opisuje poduzetnika kao osobu koja kupuje po poznatim i prodaje po nepoznatim cijenama. J. B. Say poduzetnikom naziva osobu koja prikuplja, kombinira i razmješta proizvodne resurse u namjeri da većom proizvodnošću ostvari veći profit. Schumpeter definira poduzetnika kao vječnog inovatora.,”⁷

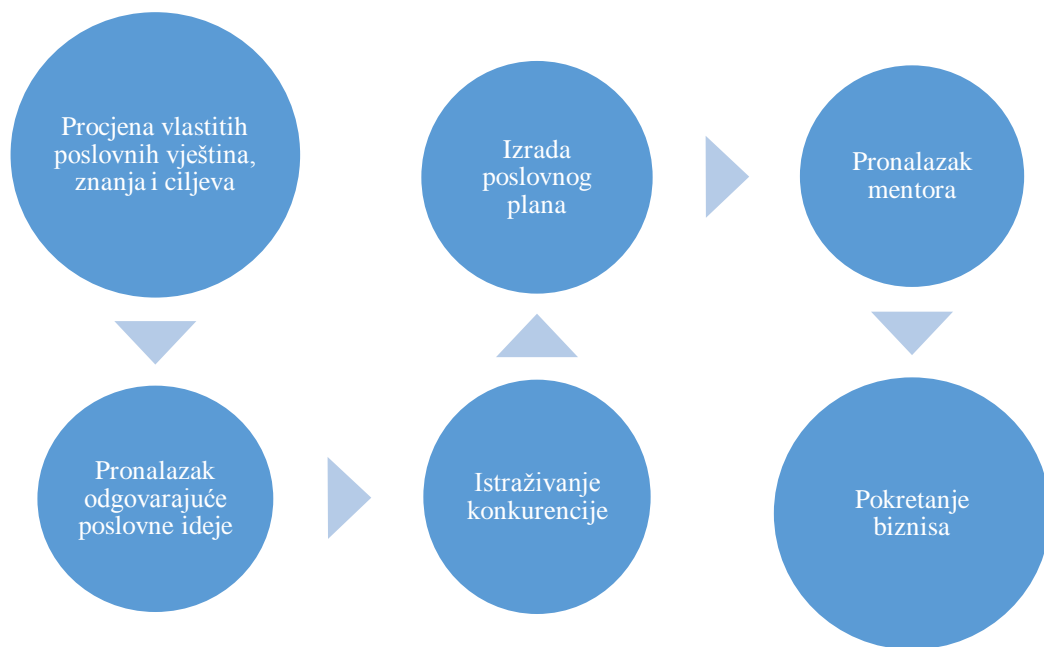


Slika 1: Funkcije Poduzetnika

Izvor: izradio autor

Studentima poduzetnicima smatraju se osobe koje svoje akademske obaveze ispunjavaju redovito, uz istovremeno vođenje vlastitog biznisa.

⁷ Kružić, D. (2008.): *Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, str. 8.



Slika 2: 6 koraka za uspješnost studenta poduzetnika, odnosno njihovog poslovnog pothvata⁸

Izvor: izradio autor

Pojava takve vrste studenata nije novost, naprotiv, Bill Gates, Mark Zuckerberg, Larry Page, Sergey Brin i mnogi drugi, svoje su poduzetničke pothvate započeli upravo za vrijeme studija.⁹

Student (potencijalno – student poduzetnik) treba:

- ovladati rizikom, odnosno razviti poduzetničke vještine procjene rizika;
- imati ideju za pothvat (lansiranje usluge, proizvoda) koju je moguće realizirati, te za koju je provjerena veličina potražnje;
- istražiti potencijalne konkurente;
- izraditi poslovni plan;
- pronaći mentora (opcionalno, za pomoć tijekom razvijanja pothvata) te pokrenuti posao.

⁸Entrepreneur: 6 steps to becoming a successful entrepreneur (2015.), [Internet] dostupno na <https://www.entrepreneur.com/article/245880>, preuzeto 6.6.2016.

⁹FastUpFront Small Business Blog: 19 Famous College Dorm Room Businesses that Made Millions (2010.), [Internet], dostupno na <https://www.fastupfront.com/blog/entrepreneurs/18-famous-college-dorm-room-businesses-that-made-millions/>, preuzeto 7.6.2016.

Nameće se pitanje: „Kako student može uskladiti svoje akademske obaveze i lansiranje poduzetničkog pothvata?“ – upravo uz pomoć studentskih poduzetničkih inkubatora, odnosno mentorske podrške koju pružaju.

Potencijalni problemi/poteškoće s kojima se studenti susreću pri pokretanju posla, jednaki su, ili su čak u većoj mjeri zastupljeni, kada je poduzetnik student, obzirom da uz poslovne, treba izvršavati i akademske obaveze. Loša generalna slika poduzetništva u javnosti, svakako ne pridonosi razvoju novih poduzetničkih entiteta na tržištu, te djeluje demotivirajuće na mlade, koji posjeduju ambiciju za bavljenje poduzetništvom.

Prema istraživanju Hrvatske udruge poslodavaca (HUP), objavljeni rezultati, na stranici Poslovni dnevnik, kažu da pozitivno mišljenje o poduzetnicima ima tek nešto više od 25% građana.¹⁰ Ista stranica, objavila je i rezultate istraživanja tvrtke Regus, u kojem je vidljivo kako stanje u gospodarstvu, kao prepreku doživljava 73% poduzetnika. Ispitanici su kao najveću prepreku pri otvaranju poduzeća naveli – birokraciju, i to čak njih 90%.¹¹ U empirijskom dijelu ovog rada, prikazati će se poteškoće za koje studenti, u najvećoj mjeri smatraju da im stoje na putu do uspjeha u svijetu poduzetništva.

2.3. Definiranje hipoteza

Hipoteze će se temeljiti na pretpostavkama razlike u stavovima između studenata stručnog i sveučilišnog studija na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu, odnosno na razlikama između spolova, te u konačnici – razlikama u užoj okolini (obitelj/rodbina/prijatelji) među članovima zahvaćenog istraživačkog uzorka.

¹⁰ Poslovni dnevnik: Pozitivno mišljenje o poduzetnicima ima tek nešto više od 25 % građana (2012.), [Internet] dostupno na <http://www.poslovni.hr/vijesti/pozitivno-misljenje-o-poduzetnicima-ima-tek-nesto-vise-od-25-graana-204822>, preuzeto 7.6.2016.

¹¹ Poslovni dnevnik: Čak 79% hrvatskih poduzetnika ponovno bi se upustilo u pokretanje tvrtke ili obrta (2013.), [Internet], dostupno na <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/cak-79-hrvatskih-poduzetnika-ponovno-bi-se-upustilo-u-pokretanje-tvrtke-ili-obrta-240840>, preuzeto 7.6.2016.

H₁

Ne postoji statistički značajna veza između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

Pretpostavka je da su se generalni stavovi javnosti izmijenili u moderno doba, stoga se žene ne pozicioniraju, promatrajući kroz prizmu poduzetništva, podređeno u odnosu na muškarce.

H₂

Ne postoji statistički značajna veza između studija kojeg pohađaju studenti i posjedovanja poslovne ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

Kao što je spomenuto u Uvodu, studenti stručnog studija, u većoj su mjeri usmjereni konkretnom obavljanju posla u privredi nego studenti sveučilišnog studija, koji su orijentirani znanosti, visokom obrazovanju i sl., no budući da se istraživanju radi o studentima sveučilišnog studija Poduzetništvo, ne očekuju se razlike.

H₃

Ne postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz koristi suradnje studenata poduzetnika (poduzetnih/aktivnih studenata) s poduzetničkim inkubatorima između studenata stručnog i sveučilišnog studija.

U teoriji bi studenti stručnog studija trebali biti više angažirani u razvoju poduzetničkih ideja, u odnosu na studente sveučilišnog studija, ali sličnosti u studijima ne uzrokuju razdiobu u mišljenjima između studenata na različitim vertikalama studija.

H₄

Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora znanstveno - nastavnog zvanja.

Pretpostavka je da će studenti sveučilišnog studija u većoj mjeri preferirati odabir mentora znanstveno – nastavnog zvanja pri pokretanju posla, u odnosu na studente stručnog studija, obzirom da su u teoriji, kao što je navedeno prije, studenti sveučilišnih studija u većoj mjeri orijentirani znanosti, u odnosu na studente stručnog studija.

H₅

Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora s iskustvom iz privrede

Pretpostavka je da će studenti stručnog studija u većoj mjeri preferirati odabir mentora s iskustvom iz privrede pri pokretanju posla, u odnosu na studente sveučilišnog studija, obzirom da su u teoriji, kao što je navedeno prije, studenti stručnih studija u većoj mjeri orijentirani privredi, u odnosu na studente sveučilišnog studija.

H₆

Postoji statistički značajna razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata koji imaju poduzetnika u svojoj užoj okolini, u odnosu prema onima koji nemaju.

Pretpostavka je da studenti koji imaju poduzetnika u užoj okolini, imaju uzora, prema kojem se žele afirmirati na tržištu rada; u pravilu su upoznati s obujmom obaveza, ali i koristima koje orijentacija poduzetništvu/samozapošljavanju donosi. Dosadašnja istraživanja kažu kako je vjerojatnije da djeca poduzetnika postanu poduzetnici, u odnosu na one koji to nisu.¹²

¹² Sieger P., Fueglistaller U. & Zellweger T. (2014.): Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St. Gallen, Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG), str. 31

H₇

Postoji razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata sveučilišnog i stručnog studija.

Kao što je spomenuto u Uvodu, od studenata stručnog studija (Management malog poduzeća), očekuje se prosječno veća ocjena poduzetničkog duha u odnosu na studente sveučilišnog studija (Poduzetništvo).

H₈

Postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu između studenata sveučilišnog i stručnog studija.

Pretpostavka je da će studenti stručnog studija preferirati uključ enje u aktivnosti Studentskog poduzetničkog inkubatora u većoj mjeri nego studenti sveučilišnog studija.

Testiranje hipoteza, kao i primjena metoda deskriptivne statistike nad ostatkom odgovora na pitanja iz anketnog upitnika, obraditi će se u empirijskom dijelu rada.

3. ULOGA STUDENTSKIH PODUZETNIČKIH INKUBATORA U RAZVOJU STUDENTSKOG PODUZETNIŠTVA

3.1. Definicija poduzetničkog inkubatora

Prema Europskoj komisiji, poduzetnički inkubatori predstavljaju “... ograničeni prostor na kojem se koncentriraju novostvorena poduzeća. Njihov cilj je unaprijediti mogućnost za rast i opstanak tih poduzeća pružajući im modularni prostor sa zajedničkom infrastrukturom (telefax, kompjutorska oprema, itd.) kao i s managerskom podrškom i ostalim uslugama. Glavni naglasak je na lokalnom razvoju i zapošljavanju nove radne snage”¹³

U istom dokumentu, stoji i definicija poduzetničkih inkubatora definirana od strane Hrvatske: “Cilj poduzetničkih inkubatora je da pomogne uspostaviti veći broj inovativnih malih i srednjih poduzeća. Inkubatoru pomažu novim poduzećima da prežive u prvih nekoliko godina postojanja, rasta, sve dok ne steknu toliku snagu i razinu konkurentnosti s kojom mogu ući na nova tržišta s jasnim poslovnim konceptom i managementom. Takva poduzeća se potom izvlače iz inkubatora na tržište, čime se stvara prostor za nova mlada poduzeća.”¹⁴

Iste definicije mogu se primijeniti i za studentske poduzetničke inkubatore; razlika je u korisnicima usluga inkubatora – studentski poduzetnički inkubatori stoje na usluzi studentima.¹⁵ Studentski poduzetnički inkubatori predstavljaju poveznicu između (visokog) obrazovanja i gospodarstva (privrede).

Općeprihvaćeni podatci o prvom inkubatoru kažu da on datira još u 1959. godini, kao odgovor stanovnika grada Batavia (New York, SAD), u suradnji s organima lokalne samouprave, na zatvaranje proizvodnog pogona u gradu, na način da je prostor napuštenih pogona prenamijenjen u poduzetnički inkubator. 1970-ih i 1980-ih su se tim primjerom poveli i ostali dijelovi zemlje, pružajući tako otpor ekonomskoj krizi zbog deindustrijalizacije. Od 1975. do 1985., broj poduzetničkih inkubatora povećao se s otprilike 20 na 150, geografski – po cijeloj zemlji, najčešće na područjima gdje je postojala industrija.

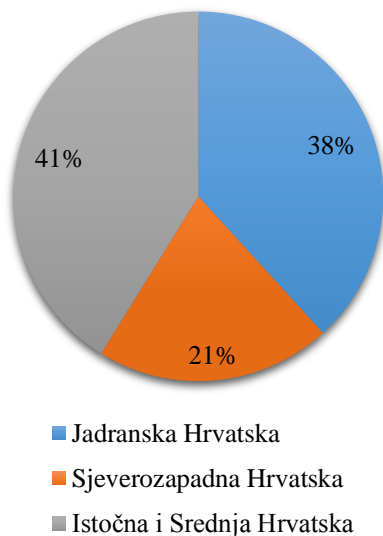
¹³ Economic Commission for Europe, Geneva: Best practise in business incubation (2001.), str. 8.

¹⁴ Economic Commission for Europe, Geneva: Best practise in business incubation (2001.), str. 9.

¹⁵ Lewis, D.A. (2001.): Does Technology Incubation Work? A Critical Review, The National Center for Neighborhood and Brownfields Redevelopment Edward J. Bloustein School of Planning and Public Policy, str. 7.

3.2. Poduzetnički inkubatori u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj, prema Ministarstvu poduzetništva i obrta, postoje registrirana 34 poslovna inkubatora.¹⁶ No međutim, tu nisu uračunati inkubatori koji postoje pri sveučilištima i veleučilištima, stoga je za očekivati, kako je realni broj inkubatora u Hrvatskoj nedvojbeno veći.



Slika 3: Udio poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj

Izvor: izradio autor

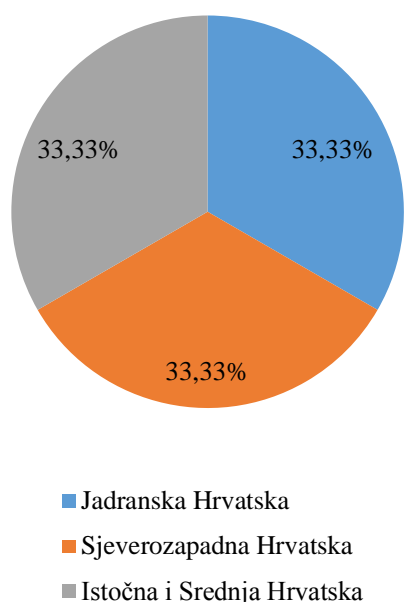
Kako je vidljivo iz Slike 3 u grafičkom prikazu, Jadranska Hrvatska te Istočna i Srednja Hrvatska, broje najviše poduzetničkih inkubatora. Sjeverozapadna Hrvatska evidentno zaostaje za prethodne dvije regije (promatrano kroz prizmu broja inkubatora po regijama). Ovakav je podatak čak i iznenađujući, obzirom na i dalje velik stupanj centralizacije poslovnih aktivnosti u glavnom gradu - Zagrebu, odnosno za pretpostaviti je da većina poslovnih aktivnosti gravitira Zagrebu.

U Hrvatskoj je do danas prepoznat značaj poduzetničkih inkubatora od strane resornog ministarstva, visokoobrazovnih institucija kao i samih studenata. Takva situacija ogleda se kroz

¹⁶Ministarstvo poduzetništva i obrta: Poslovni inkubatori, [Internet] dostupno na <https://poduzetnistvo.gov.hr/arhiva/stranice/poduzetnicke-potporne-institucije/poslovni-inkubatori/151>, preuzeto 8.6.2016.

broj studentskih poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj, količinu poticaja koji inkubatori dobivaju, te na kraju i samom potražnjom studenata za uslugama inkubatora.

U Hrvatskoj je do srpnja 2014. otvoreno 8 studentskih poduzetničkih inkubatora.¹⁷ Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu, otvoren je u studenom 2015¹⁸, stoga se ukupna broja studentskih poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj može zaključiti na ukupno 9 inkubatora.



Slika 4: Udio studentskih poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj

Izvor: izradio autor

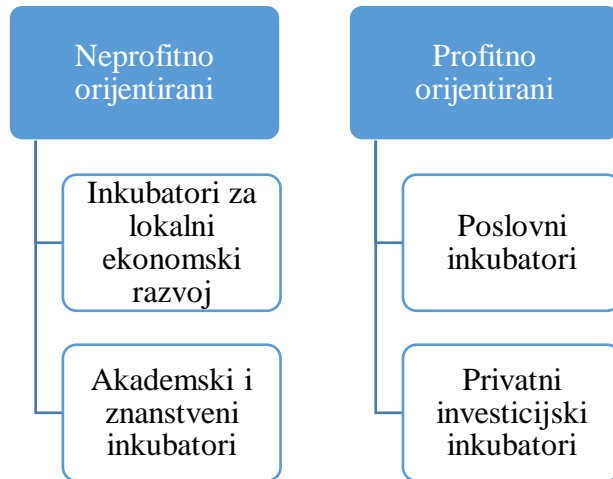
Kako je vidljivo iz Slike 4 na grafu, studentski poduzetnički inkubatori ravnomjerno su raspoređeni po regijama.

¹⁷ Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015.): Studentski poduzetnički inkubator: Institucionalna perspektiva novih poduzetničkih pothvata, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol.5, str. 48. – 53.

¹⁸ Sveučilište u Splitu (2015.): Svečano otvoren Studentski poduzetnički inkubator, [Internet] dostupno na <http://www.unist.hr/studiranje-u-splitu/projekt-postakadenskog-zaposljavanja/novosti/svec%CC%8Cano-otvoren-studentski-poduzetnic%CC%8Cki-inkubator-32496>, preuzeto 10.6.2016.

3.3. Vrste poduzetničkih inkubatora

Rahul Patwardhan, direktor IndiaCo inkubatora, podijelio je poduzetničke inkubatore na dvije neprofitno orijentirane vrste i dvije profitno orijentirane vrste¹⁹, vidljivo u Slici 5.



Slika 5: Vrste poduzetničkih inkubatora

Izvor: izradio autor

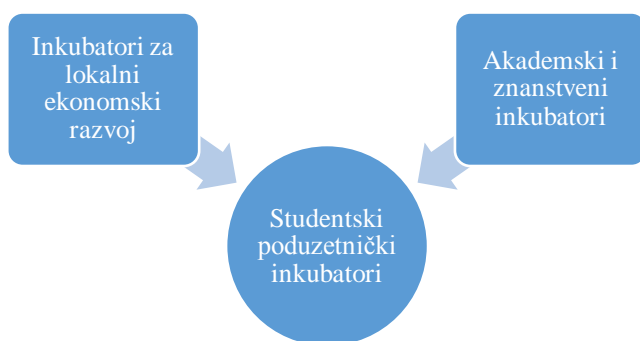
Promatrajući s aspekta ciljeva, može se reći da studentski poduzetnički inkubatori pripadaju domeni neprofitno orijentiranih inkubatora, ali je teže definirati kojoj vrsti specifično. Svakako je jasno da studentski poduzetnički inkubatori postoje kako bi se potakao *lokalni ekonomski razvoj*, odnosno razvoj malog i srednjeg poduzetništva, pružila podrška ciljnim skupinama (studenti), smanjila stopa nezaposlenosti i sl.

S druge strane, može se reći i kako studentski poduzetnički inkubatori pripadaju i skupini *akademskih i znanstvenih inkubatora*, samim time što egzistiraju na sveučilištima i veleučilištima. Također, dijele slične ciljeve kao što su razvoj poduzetničke okoline, razvoj društvene odgovornosti, otkrivanje alternativnih izvora financiranja, te na kraju i razvoj imagea institucije na kojoj djeluje inkubator, a i podizanje imagea samog inkubatora. Još jedna poveznica

¹⁹ Patwardhan, R. (2001.): Best Practices for Managing Incubators, IndiaCo, str. 7. - 8., dostupno na http://www.1000ventures.com/business_guide/biz_incubator_best_practices_by_indiaco.doc, preuzeto 29.6.2016.

Studentskih poduzetničkih inkubatora te akademskih i znanstvenih inkubatora jest u ponudi mentora (op.a. u studentskim poduzetničkim inkubatorima nailazimo na mentore znanstveno – nastavnog zvanja).

Shodno prethodnome, na Slici 6 moguće je uočiti položaj studentskih poduzetničkih inkubatora u podjeli vrsta inkubatora općenito.



Slika 6. Položaj studentskih poduzetničkih inkubatora u podjelama

Izvor: izradio autor

Prema anketi koju je UN proveo na području Hrvatske nad stručnjacima i direktorima poduzetničkih inkubatora, definirani su ciljevi poduzetničkih inkubatora (i tehnoloških parkova) u Hrvatskoj: pružati podršku razvoju poduzeća čija djelatnost je vezana uz napredne tehnologije, stvarati nova radna mjesta za kvalificiranu radnu snagu, komercijalizirati inovacije itd.²⁰ U nastavku su iste ankete definirani i preduvjeti koje je potrebno zadovoljiti poput: dovoljno velikog prostora za razvoj inkubatora, postojanja sposobnih upravljačkih timova koji su upoznati s gospodarskom situacijom regije u kojoj se inkubator nalazi uz uspješnu suradnju s bankama, međunarodnim organizacijama i sl.

²⁰ Medić, I. (2004.): Institucionalna potpora Start-up poduzetničkim pothvatima na području grada Osijeka – slučaj poduzetnički inkubator Osijek, magistarski rad, Ekonomski fakultetu Osijeku, str. 59. - 60.

3.4. Studentski poduzetnički inkubator

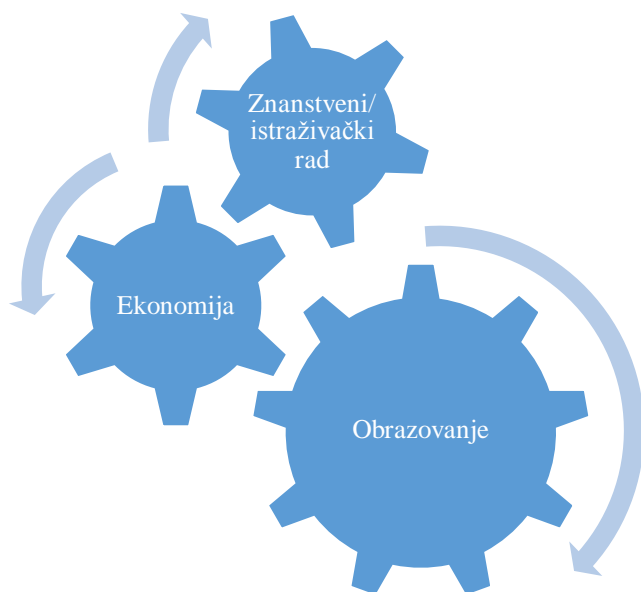
Svrha otvaranja studentskih poduzetničkih inkubatora, odnosno inkubatora prisutnih na kampusu, leži u ideji da se provode istraživanja s izlaznim rezultatima kod kojih je uočljiv komercijalni potencijal, na način da se noviteti proizašli iz istraživanja, prenesu u industriju, odnosno da se komercijaliziraju.²¹

Kako? Upravo kroz suradnju mentora znanstveno – nastavnog zvanja, i studenata koji sudjeluju u procesu inkubacije. Na taj se način ostvaruju sinergijski učinci znanosti i privrede, obzirom da novi tržišni entiteti, kreirani od strane studenata, navode novim metodama i pristupima poslovanju, koji im potencijalno mogu donijeti konkurentsku prednost. Na taj se način studenti pozicioniraju kao pokretači gospodarskog rasta, te kao osobe koje unose novitete u svijet poduzetništva, kroz nove pristupe u upravljanju te implementaciju novih tehničkih i tehnoloških rješenja.

Važan detalj je motivacija; sveučilišne nastavnike motivira se za istraživanja koja je moguće komercijalizirati, a studenti u inkubatoru takva rješenja imaju na raspolaganju kroz mentorsku podršku. Također, moguće je pratiti djelovanje novih ideja poslovanja na tržištu kroz praćenje rezultata poslovanja tvrtki za vrijeme inkubacije. Studentski poduzetnički inkubatori predstavljaju esencijalan dio poticanja gospodarskog rasta, suradnje sveučilišnih sastavnica, podizanja imagea i kredibiliteta sveučilišnih institucija općenito.

Studentski poduzetnički inkubatori mogu ostvariti i suradnje s poduzetnicima – potencijalnim mentorima u inkubatoru. Poduzetnici na taj način mogu doprinijeti imageu vlastitog poduzeća, obzirom da (besplatno) mentorstvo u studentskim poduzetničkim inkubatorima pripada domeni društveno odgovornog poslovanja. Čak i ako poduzetnici naplaćuju svoje usluge mentorstva studentskom poduzetničkom inkubatoru, za svaku uspješnu poduzetničku ideju, u čijem su lansiranju sudjelovali, dobivaju referencu odnosno kredibilitet u svijetu poduzetništva.

²¹ Ahmad, A. J., Ingle, S. (2011.): Relationships matter: case study of a university campus incubator, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 17. Iss. 6, str. 626. – 644.



Slika 7: Sinergijski učinak u studentskim poduzetničkim inkubatorima

Izvor: izradio autor

3.4.1. Uloga studentskih poduzetničkih inkubatora u razvoju studentskog poduzetništva

Studentski poduzetnički inkubatori, kao što je prije naglašeno, kroz savjetodavnu ulogu, pružaju podršku studentima poduzetnicima, i onima koji će to tek postati; može se reći da novim poduzetničkim pothvatima daju „vjetar u leđa“. Osnovni je cilj inkubatora „ojačati“ poduzeća da pri izlasku iz inkubatora (procesa inkubacije), budu financijski neovisna, odnosno samoodrživa. Prema Ivanković, Nedović, Đapić: „Glavna zadaća inkubatora je kvalitetnim obrazovnim aktivnostima osposobiti mlade ljude za prepoznavanje prilika, poslovno planiranje i pokretanje vlastitog poduzeća, uključujući i razvoj mekih vještina kao što su osjećaj za inicijativu, kreativnost, samostalnost i timski rad“²²

Studenti su danas više no ikada primorani na samozapošljavanje, jer volatilno tržište rada ne garantira buduće zaposlenje, bilo u javnom ili privatnom sektoru; stoga inkubatori „igraju“ važnu

²² Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015.): Studentski poduzetnički inkubator: Institucionalna perspektiva novih poduzetničkih pothvata, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, Vol. 5, str. 48. – 53.

ulogu obzirom da se studentima omogućava samozapošljavanje, kroz pomoć u realizaciji vlastitih poslovnih ideja.

Studentski poduzetnički inkubatori stvaraju mlade poduzetničke generacije koje su sposobne za suočavanje s novim promjenama i izazovima u poslovnom okruženju, na način da kroz poduzetničke programe, radionice i gostujuća predavanja studentima omogućuje stjecanje znanja i vještina za pokretanje i uspješno vođenje malog poduzeća.²³

Studentski poduzetnički inkubatori, kao metodičko – didaktički model u učenju, potiče mlade ljude (studente) na pokretanje poduzetničkih pothvata, a kao dodana vrijednost, poboljšava se odnos, suradnja između obrazovnih institucija i poslovnog svijeta; nastavnici – mentori prijenosom praktičnog znanja omogućuju poduzetnim studentima samostalno upravljanje novoosnovanim poduzećem, pripremajući ih na taj način za stvarni, realni svijet poduzetništva.²⁴

3.4.2. Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu

Studentski poduzetnički inkubator osnovan je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu u studenome 2015., kao logičan nastavak razvijanja poduzetničkih aktivnosti studenata na Sveučilištu, nakon nekoliko odrađenih „Student Business Academy“²⁵ programa. Projekt je financirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda u okviru Operativnog programa Razvoj ljudskih potencijala 2007.-2013.. Studentski poduzetnički inkubator u Splitu, namijenjen je svim proaktivnim i poduzetnim studentima Sveučilišta u Splitu, s ciljem promicanja poduzetništva mladih te povećanja uspješnosti njihovih poduzetničkih poduhvata.

²³ Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015.): Studentski poduzetnički inkubator: Institucionalna perspektiva novih poduzetničkih pothvata, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol. 5, str. 48. – 53.

²⁴ Hamag Invest, Obrazovna grupa Zrinski (2012.): Poziv studentima za predstavljanjem poduzetničkih ideja u sklopu natjecanja u poslovnim idejama „JA MOGU!“, [Internet] dostupno na http://en.vtsbj.hr/images/uploads/Poziv_studentima.pdf, preuzeto 12.6.2016.

²⁵ Hrvatska udruga poslodavaca: Održana prezentacija projekata STUDENT BUSINESS ACADEMY Ekonomskog fakulteta Split, [Internet] dostupno na <http://www.hup.hr/odrzana-prezentacija-projekata-student-business-academy-ekonomskog-fakulteta-split-1.aspx>, preuzeto 12.6.2016.

Studentski poduzetnički inkubator, u svojoj ponudi, posjeduje širok asortiman usluga kako je vidljivo u slici 8; uz to, polaznicima inkubatora, omogućuje se i pohađanje programa Student Business Academy te sudjelovanje na međunarodnom poduzetničkom kampu Summer Jam Croatia.²⁶



Slika 8: Ponuda Studentskog poduzetničkog inkubatora u Splitu

Izvor: izradio autor

Studentski poduzetnički inkubator prima novu grupu studenata na početku svakog semestra.

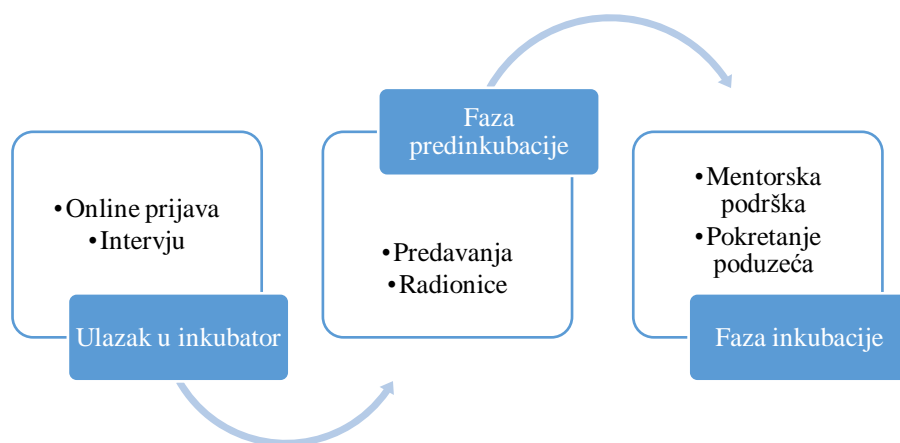
Nakon online prijave i kratkog intervjua s potencijalnim članovima inkubatora (studentima), studenti ulaze u fazu predinkubacije. Predinkubacija obuhvaća pohađanje raznih radionica za obuku studenata i daje uvid u proces realizacije poduzetničkih ideja kroz pomoć u područjima marketinga, financija i managementa.²⁷

²⁶ Studentski poduzetnički inkubator: Što dobivaš?, [Internet] dostupno na spi.efst.hr, preuzeto 12.6.2016.

²⁷ Zovko, L. (2016.): Starting business in Split?, [Internet] dostupno na <http://blog.shift.codeanywhere.com/post/144856095347/starting-business-in-split>, preuzeto 12.6.2016.

Nakon odslušanih predavanja, odrađenih radionica i ostalih aktivnosti, student ulazi u proces inkubacije, gdje uz mentorsku podršku, od strane poduzetnika, ili od strane osoba znanstveno - nastavnog zvanja pokreće vlastito poduzeće.

Hodogram aktivnosti inkubatora prikazan je na slici 9.



Slika 9: Hodogram aktivnosti u Studentskom poduzetničkom inkubatoru u Splitu

Izvor: izradio autor

Studenti ostaju članovima inkubatora sve dok se poduzeće ne afirmira na tržištu, odnosno onoliko vremena, koliko je studentu poduzetniku potrebna mentorska podrška, te ostale usluge Inkubatora.

Predavanjima i radionicama, koje su organizirane od strane Inkubatora, mogu prisustvovati svi studenti, te sva ostala zainteresirana populacija. Na taj se način podiže razina svijesti o poduzetništvu u javnosti, te se sve ljude, polaznike predavanja i radionica, prvenstveno mlade, navodi na samozapošljavanje.

Studentski poduzetnički inkubator nudi studentima da sudjeluju u organizaciji aktivnosti inkubatora, u ulozi Student partnera – volontera. Na taj način studenti koji ipak nemaju ideju za vlastiti poduzetnički pothvat, ipak mogu steći dragocjeno iskustvo, a i usko se povezati sa svijetom poduzetništva, prvenstveno start-up-ova.

Još jedna dodana vrijednost proizlazi iz postojanja Inkubatora – ostvaruju se suradnje s udrugama mladih, te studentskim udrugama, čime se stvara idealna okolina za spoj različitih obrazovnih područja, sa svijetom poduzetništva (npr. suradnja između studenata ekonomije i studenata medicine, gdje studenti medicine posjeduju poslovnu ideju, no ne posjeduju znanja kako tu ideju realizirati, odnosno lansirati na tržište – tu „uskaču“ studenti ekonomije s primjenom vlastitog znanja o tržištu, te se ostvaruje sinergijski učinak).

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA STUDENATA O AKADEMSKOM PODUZETNIŠTVU S POSEBNIM OSVRTOM NA STUDENTSKI PODUZETNIČKI INKUBATOR

4.1. Metodologija istraživanja

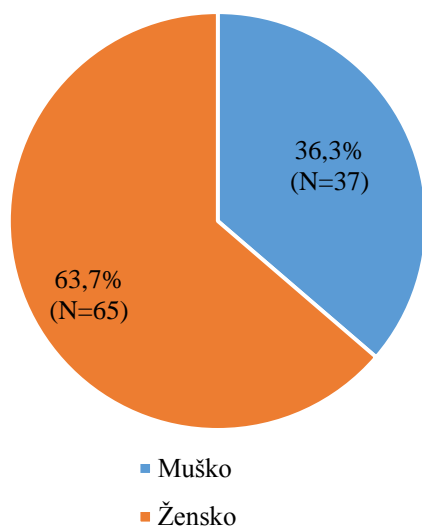
Koncept istraživanja utemeljen je na utvrđivanju razlika u stavovima između studenata sveučilišnog studija Poduzetništvo, i studenata stručnog studija Management malog poduzeća na Ekonomskom fakultetu u Splitu.

Kroz proučavanje literature, definiran je istraživački problem – razlike u stavovima između studenata stručnog i sveučilišnog studija o akademskom poduzetništvu, te je određeno 8 hipoteza. Istraživanje je provedeno uz primjenu anketnog upitnika, koji je podijeljen studentima u pismenom obliku, za vrijeme predavanja/vježbi na Fakultetu. Izgled upitnika moguće je pregledati u prilogu ovog rada.

Obrada podataka, odrađena je uz pomoć programske potpore u vidu softwera IBM SPSS Statistics 23, Microsoft Office Excel te Google obrasca. IBM SPSS Statistics je korišten za primjenu metoda inferencijalne statistike, i metoda deskriptivne statistike; Microsoft Office Excel i Google obrazac, korišteni za primjenu metoda deskriptivne statistike na određenim pitanjima, za koja je teže definirati varijable u IBM SPSS Statistics (pitanje gdje je ispitanicima omogućena sloboda za označe više odgovora u pitanju iz anketnog upitnika).

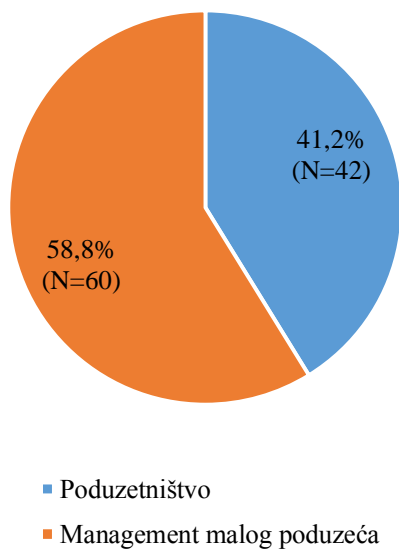
Analizom prikupljenih podataka, definirat će se parametri pomoću kojih će se odrediti zaključak ovog rada u vidu završnog izvještaja.

Uzorak od 102 studenata, 2. i 3. godine preddiplomskog studija, nad kojima je provedeno istraživanje, sastoji se od studenata stručnog studija Management malog poduzeća i studenata sveučilišnog studija Poduzetništvo na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu. Karakteristike uzorka, promatrano kroz varijable spola i studija, vidljive su u slikama 10 (udio studenata u uzorku prema spolu) i 11 (udio studenata u uzorku prema smjeru).



Slika 10: Udio studenata u uzorku prema spolu

Izvor: izradio autor

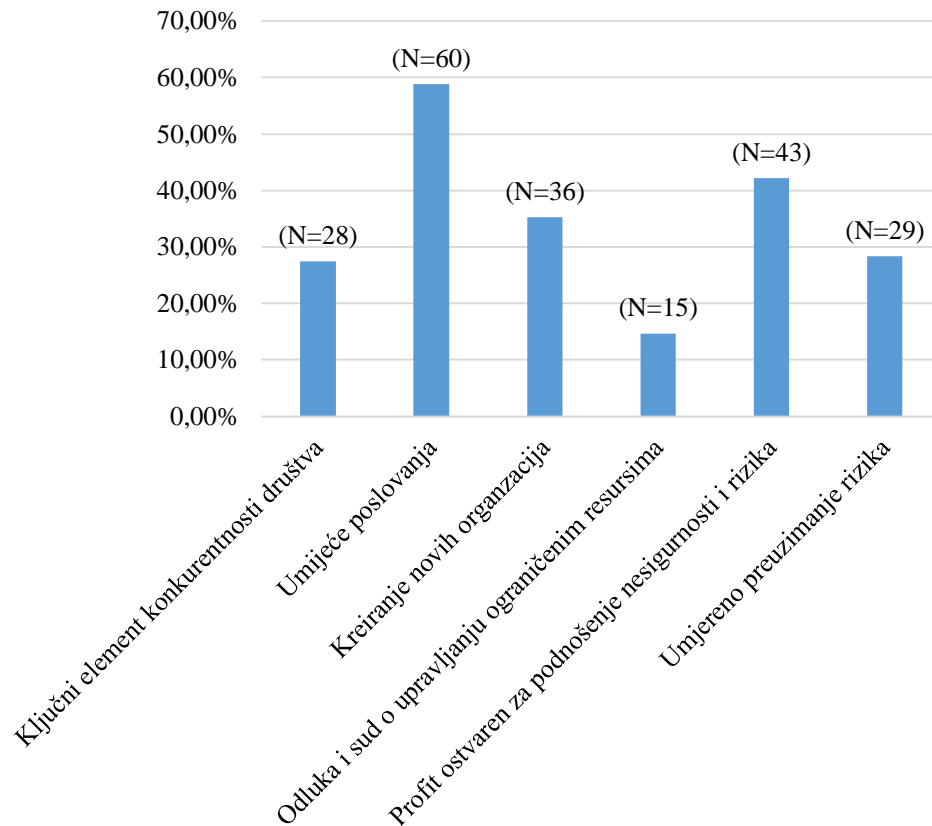


Slika 11: Udio studenata u uzorku prema smjeru

Izvor: izradio autor

4.2. Empirijsko istraživanje stavova studenata

U ovom dijelu empirijskog istraživanja, fokus je na generalnim stavovima studenata Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Splitu, o određenim tvrdnjama vezanim uz poduzetništvo, te načinu pribavljanja informacija vezanih uz Studentski poduzetnički inkubator.

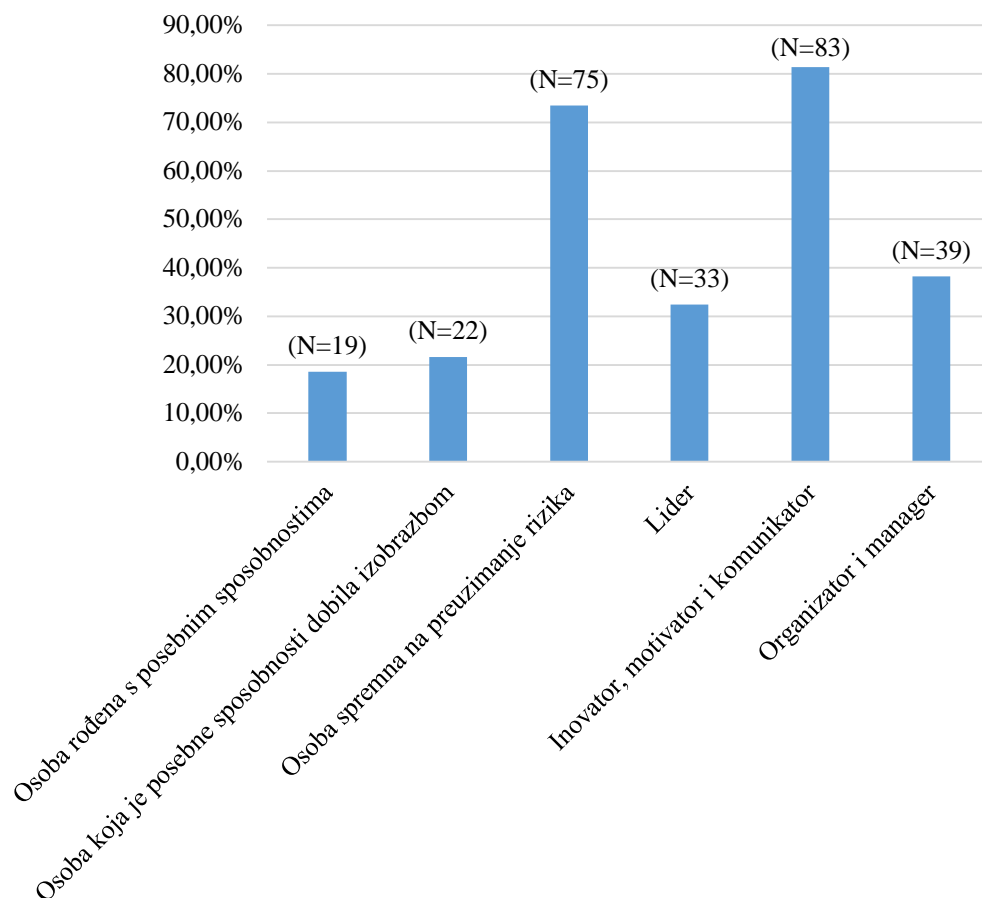


Slika 12: Percepcija poduzetništva kod studenata

Izvor: izradio autor

Iz grafičkog je prikaza evidentno kako studenti Fakulteta u najvećoj mjeri percipiraju poduzetništvo kao *umijeće poslovanja* (58,80% studenata), te kao *profit za podnošenje nesigurnosti i rizika* (42,20% studenata). Percepcija poduzetništva kao *odluke i suda o upravljanju ograničenim resursima* u najmanjoj je mjeri zastupljena u odgovorima studenata, što je neočekivano, obzirom da je esencijalan dio poduzetništva upravljanje ograničenim resursima,

proizašao iz definicije ekonomije: „Ekonomija izučava kako društva koriste oskudne resurse da bi proizvela vrijedne robe i usluge te ih podijelila različitim pojedincima“.²⁸



Slika 13: Percepcija poduzetnika kod studenata

Izvor: izradio autor

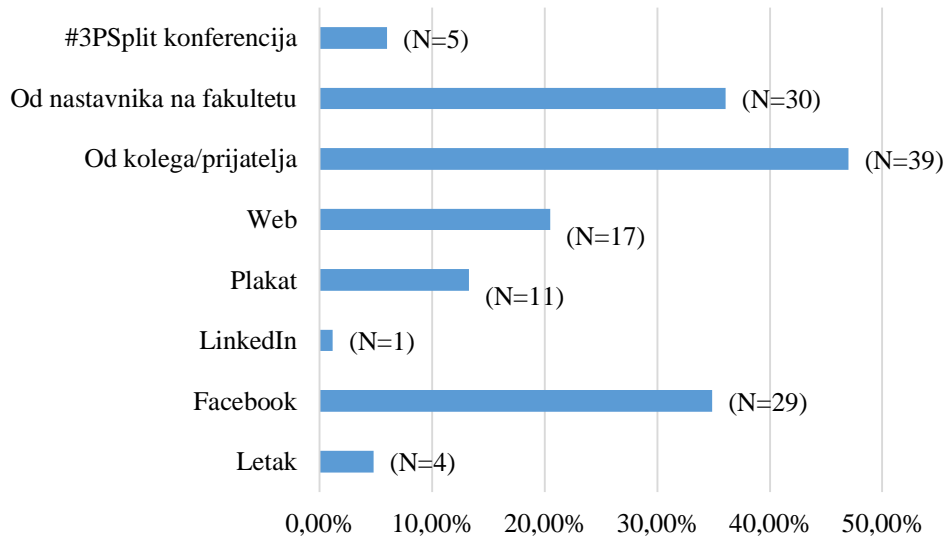
Studenti su nedvojbeno u najvećoj mjeri na pitanje kako percipiraju poduzetnika, odgovorili tvrdnjama kako je poduzetnik *osoba spremna na preuzimanje rizika* (73,50% studenata), te kako je poduzetnik *inovator, motivator i komunikator* (81,40% studenata).

Tvrdnju kako je poduzetnik *osoba rođena s posebnim sposobnostima*, studenti su očekivano u najmanjoj mjeri označili (18,60% studenata), upravo jer su i sami u obrazovnom procesu kako bi u konačnici i sami postali poduzetnici. S druge strane, tvrdnju kako je poduzetnik osoba koja je posebne sposobnosti dobila izobrazbom, neočekivano je u malom broju (21,60% studenata)

²⁸ Samuelson, P. A., Nordhaus, W. M. (2010.): Ekonomija, MATE d.o.o., str. 4.

označena od strane ispitanika – studenata, jer su, kao što je rečeno i za prethodnu tvrdnju, i sami u obrazovnom procesu kako bi dobili poduzetničke sposobnosti.

Za Studentski poduzetnički inkubator pri ekonomskom fakultetu u Splitu čulo je 79,40% ispitanih studenata. Udio kanala distribucije informacija, prikazan je u slici 14.



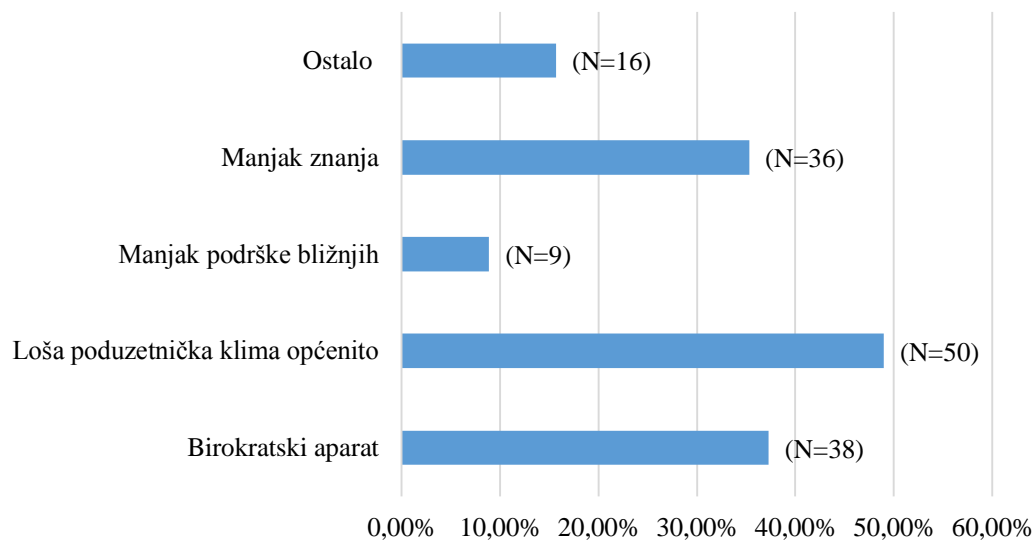
Slika 14: Kako su studenti čuli za Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu

Izvor: izradio autor

Istraživanje pokazuje kako „komunikacija od usta do usta“ među studentima jako dobro funkcioniра, obzirom da su studenti, kao odgovor na pitanje kako su čuli za Studentski poduzetnički inkubator, označili u najvećoj mjeri odgovor *od kolega/prijatelja* (47,00% studenata). Odmah zatim slijede odgovori „od nastavnika na fakultetu“, te odgovor „Facebook“. Ostali odgovori zastupljeni su u mnogo manjim frekvencijama nego prije navedeni.

Važno je naglasiti kako se iz slike 14 može zaključiti kako nastavnici na Fakultetu promoviraju inkubator, te se u velikoj mjeri zalažu za podizanje poduzetničkog duha među studentima na Fakultetu.

Studenti su svjesni okoline u kojoj se nalaze, i u skladu s tim, označili su odgovore vidljive u slici 15.



Slika 15: Prepreke na poduzetničkom putu

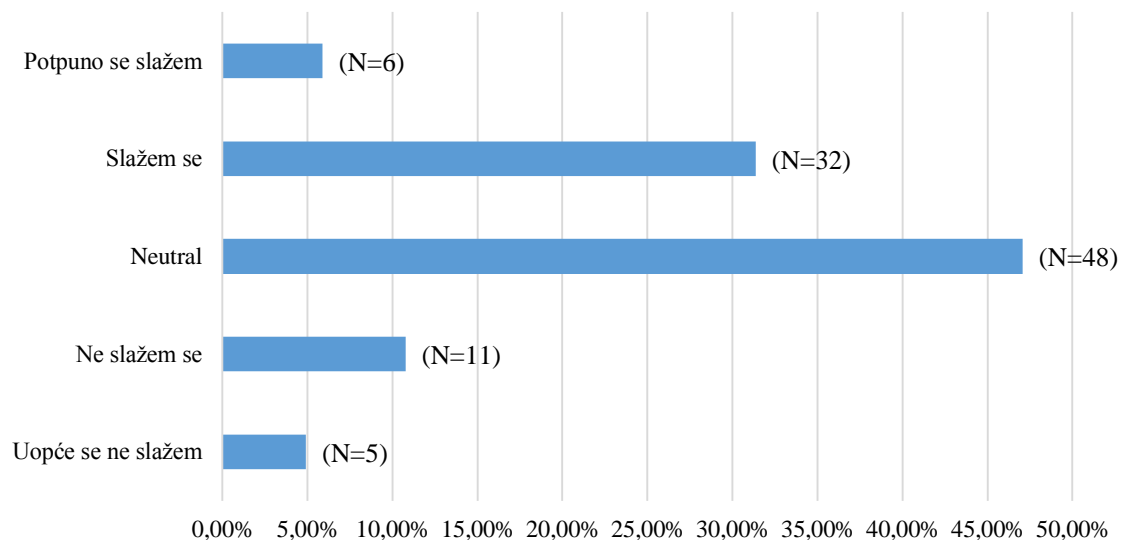
Izvor: izradio autor

Najveći broj odgovora, zastupljen je na tvrdnji „loša poduzetnička klima općenito“ (49,00% studenata), odnosno, studenti lošu poduzetničku klimu općenito doživljavaju kao najveću prepreku na vlastitom poduzetničkom putu. Najmanju frekvenciju odgovora posjeduje tvrdnja „manjak podrške bližnjih“ (6,90% studenata), te „ostalo“ (15,70% studenata; op.a. najčešći odgovor u „ostalim“ odgovorima je – manjak kapitala).

Birokratski aparat kao prepreka, prisutan je u 37,30% odgovora, što je i očekivano, jer se tvrdnje poput „usporenog i kompliciranog birokratskog aparata“ te „loše poduzetničke klime“, kontinuirano potenciraju u medijima, a studenti su takvim medijskim objavama izloženi.

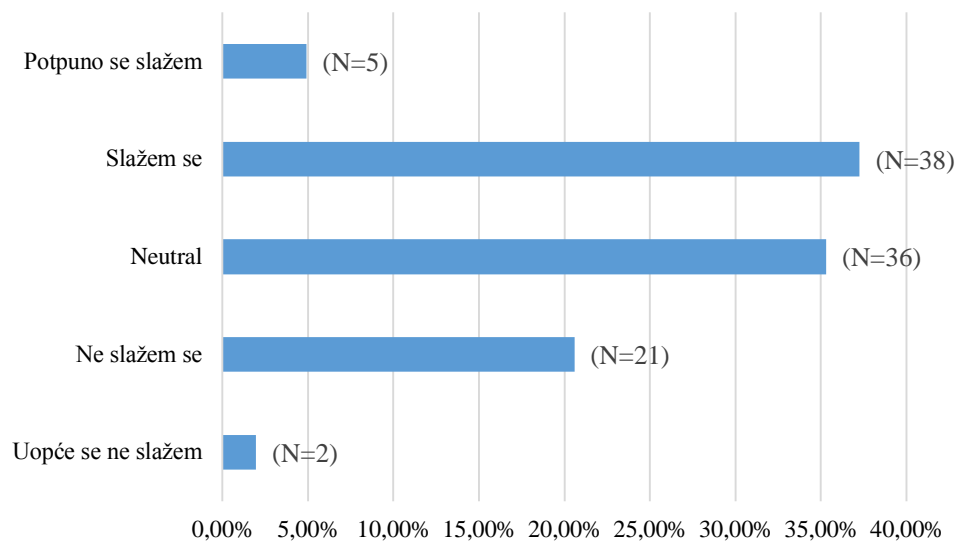
Tvrdnju kako smatraju da ne posjeduju dovoljno znanja, označilo je 35,50% studenata, no takav se odgovor mogao i anticipirati, obzirom da se radi o studentima 2. i 3. godine preddiplomskog studija.

Obrada tvrdnji vezanih uz percepciju studenata o potpori Fakulteta poduzetnim studentima



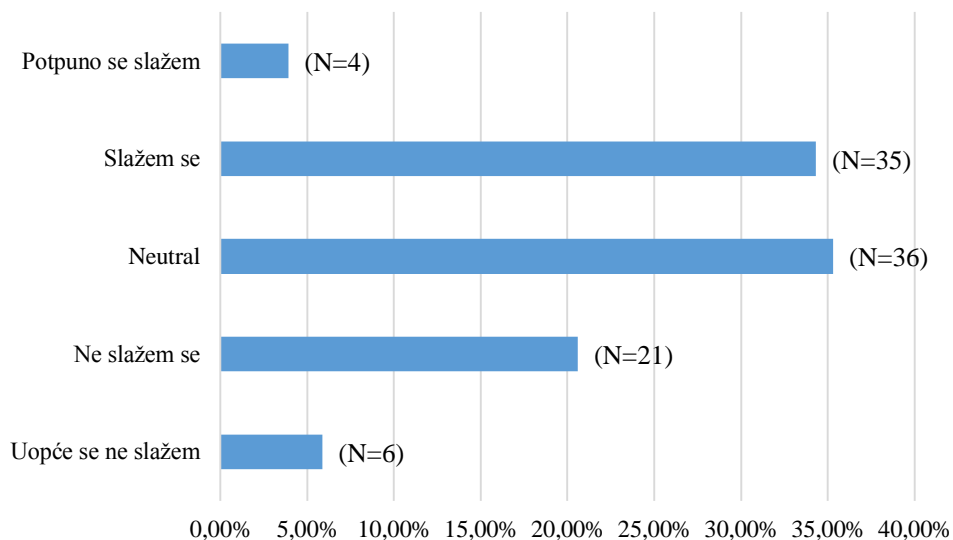
Slika 16: Tvrdnja - fakultet pruža podršku poduzetnim studentima

Izvor: izradio autor



Slika 17: Tvrdnja - Poduzetnički pothvati započeti u vrijeme studija imaju veće šanse za uspjeh

Izvor: izradio autor



Slika 18: Tvrdnja - fakultet navodi studente na samozapošljavanje

Izvor: izradio autor

Uočljivo je kako se svi odgovori većinski nalaze u intervalu Neutral – Slažem se, što govori da studenti ili nemaju dovoljno određeno mišljenje o tvrdnjama, ili se s njima slažu. Najzanimljiviji je podatak da se studenti slažu s tvrdnjom kako Fakultet navodi studente na samozapošljavanje, odnosno poduzetništvo s 34,31% odgovora u anketnom upitniku.

U sljedećem dijelu empirijskog istraživanja, fokus je na testiranju hipoteza koje su definirane u teorijskom dijelu rada (7 hipoteza). Hipoteze su vezane uz poimanje studenata o uslugama Inkubatora, njihovim preferencijama u odabiru mentora, poveznice između poduzetnika u okolini studenata i njihovog poduzetničkog puta itd.

U ovom empirijskom istraživanju koristiti će se sljedeći testovi za testiranje hipoteza:

- Hi – kvadrat test²⁹
- Mann – Whitney U – test za dva nezavisna uzorka³⁰

Sva testiranja vrše se u graničnu razinu signifikantnosti u iznosu 5%.

²⁹ Pivac S. (2010): Statističke metode, e-nastavni materijal, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 148 - 150

³⁰ Pivac S. (2010): Statističke metode, e-nastavni materijal, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 186

H₁: Ne postoji statistički značajna veza između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

Testiranje se vrši Hi – kvadrat testom u SPSS-u.

Tablica 1: Hi – kvadrat test – ovisnost između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1,127 ^a	1	,288		
Continuity Correction ^b	,705	1	,401		
Likelihood Ratio	1,113	1	,291		
Fisher's Exact Test				,375	,200
Linear-by-Linear Association	1,116	1	,291		
N of Valid Cases	102				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,61.

b. Computed only for a 2x2 table

Izvor: izradio autor

Prema tablici 1 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,288 = 28,8\% \Rightarrow \alpha^*>5\%$, čime se *prihvća* hipoteza da *ne postoji* statistički značajna veza između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

H₂: Ne postoji statistički značajna veza između studija kojeg pohađaju studenti i posjedovanja poslovne ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

Testiranje se vrši Hi – kvadrat testom u SPSS-u.

Tablica 2: Hi – kvadrat test – ovisnost između usmjerenja i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	3,279 ^a	1	,070		
Continuity Correction ^b	2,541	1	,111		
Likelihood Ratio	3,373	1	,066		
Fisher's Exact Test				,085	,054
Linear-by-Linear Association	3,247	1	,072		
N of Valid Cases	102				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,18.

b. Computed only for a 2x2 table

Izvor: izradio autor

Prema tablici 2 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,070 = 7,0\% \Rightarrow \alpha^*>5\%$, čime se *prihvaća* hipoteza da *ne postoji* statistički značajna veza između usmjerenja na Fakultetu i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.

H₃: Ne postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz koristi suradnje studenata poduzetnika (poduzetnih/aktivnih studenata) s poduzetničkim inkubatorima između studenata stručnog i sveučilišnog studija.

Testiranje se vrši Mann – Whitney U – testom za dva nezavisna uzorka u SPSS-u.

Tablica 3: Mann – Whitney U – test – ocjene tvrdnji između studenata stručnog i sveučilišnog studija

Test Statistics ^a	
	Prosjek 7 tvrdnji
Mann-Whitney U	1056,000
Wilcoxon W	2886,000
Z	-1,623
Asymp. Sig. (2-tailed)	,105

a. Grouping Variable: Usmjerenje

Izvor: izradio autor

Tablica 4: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₃

Ranks				
	Usmjerenje	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Prosjek 7 tvrdnji*	Poduzetništvo	42	56,36	2367,00
	Management malog poduzeća	60	48,10	2886,00
	Total	102		

Izvor: izradio autor

*Tvrđnje: Poduzetnički inkubatori su potrebni studentima poduzetnicima; Poduzetnički inkubatori su korisni svim studentima; Poduzetničkih inkubatora treba biti što više; Poduzetnički inkubatori su neophodni za razvoj poduzetničkih vještina; Poduzetnički inkubatori mogu poslužiti kao izvori informacija za poduzetnike; U poduzetničkim inkubatorima je moguće ostvariti nova znanja i vještine; Tvrtke proizašle iz poduzetničkih inkubatora se brže afirmiraju na tržištu

Tablica 5: Cronbach's Alpha H₃

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	7

Izvor: izradio autor

Prema tablici 3 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,105 = 10,5\% \Rightarrow \alpha^*>5\%$, čime se *prihvća* hipoteza da *ne postoji* razlika u ocjenama (rangovima) tvrdnji vezanim uz koristi suradnje studenata poduzetnika (poduzetnih/aktivnih studenata) s poduzetničkim inkubatorima između studenata stručnog i sveučilišnog studija.

H₄: Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora znanstveno - nastavnog zvanja.

Testiranje se vrši Mann – Whitney U – testom za dva nezavisna uzorka u SPSS-u.

Tablica 6: Mann – Whitney U – test – Preferencije studenata stručnog i sveučilišnog studija u odabiru mentora znanstveno – nastavnog zvanja

	U interesu je imati mentora znanstveno-nastavnog zvanja (nastavnika)
Mann-Whitney U	1127,000
Wilcoxon W	2957,000
Z	-1,010
Asymp. Sig. (2-tailed)	,313

a. Grouping Variable: Usmjerenje

Izvor: izradio autor

Tablica 7: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₄

		Ranks		
	Usmjerenje	N	Mean Rank	Sum of Ranks
U interesu je imati mentora	Poduzetništvo	42	54,67	2296,00
znanstveno-nastavnog zvanja (nastavnika)	Management malog poduzeća	60	49,28	2957,00
	Total	102		

Izvor: izradio autor

Prema tablici 5 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost za odabir mentora znanstveno - nastavnog zvanja $\alpha^*=0,313 = 31,3\% \Rightarrow \alpha^*>5\%$, čime se *ne prihvća* hipoteza da *postoji* razlika u preferencijama studenata za odabir ovog mentora.

H₅: Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora s iskustvom iz privrede.

Tablica 8: Mann – Whitney U – test – Preferencije studenata stručnog i sveučilišnog studija u odabiru mentora s iskustvom iz privrede

Test Statistics ^a	
	U interesu je imati mentora s iskustvom iz privrede (poduzetnika)
Mann-Whitney U	954,500
Wilcoxon W	2784,500
Z	-2,300
Asymp. Sig. (2-tailed)	,021

a. Grouping Variable: Usmjerenje

Izvor: izradio autor

Tablica 9: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₅

		Ranks		
	Usmjerenje	N	Mean Rank	Sum of Ranks
U interesu je imati mentora s iskustvom iz privrede (poduzetnika)	Poduzetništvo	42	58,77	2468,50
	Management malog poduzeća	60	46,41	2784,50
	Total	102		

Izvor: izradio autor

Prema tablici 7 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost za odabir mentora s iskustvom iz privrede $\alpha^*=0,021 = 2,1\% \Rightarrow \alpha^*<5\%$, čime se *prihvaća* hipoteza da *postoji* razlika u preferencijama studenata za odabir ovog mentora.

H₆: Postoji statistički značajna razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata koji imaju poduzetnika u svojoj užoj okolini, u odnosu prema onima koji nemaju.

Testiranje se vrši Mann – Whitney U – testom za dva nezavisna uzorka u SPSS-u.

Tablica 10: Mann – Whitney U – test – ocjena poduzetničkog duha kod studenata koji imaju poduzetnika u svojoj okolini u odnosu na one koji nemaju

Test Statistics ^a	
	Ocijenite Vaš poduzetnički duh
Mann-Whitney U	926,500
Wilcoxon W	1277,500
Z	-,504
Asymp. Sig. (2-tailed)	,614

a. Grouping Variable: Postoji li u Vašoj užoj okolini (obitelj, rodbina, prijatelji) poduzetnik?

Izvor: izradio autor

Tablica 11: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₆

		Ranks		
	Postoji li u Vašoj užoj okolini (obitelj, rodbina, prijatelji) poduzetnik?	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Ocijenite Vaš poduzetnički duh	Da	76	52,31	3975,50
	Ne	26	49,13	1277,50
	Total	102		

Izvor: izradio autor

Prema tablici 8 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,614 = 61,4\% \Rightarrow \alpha^*>5\%$, čime se *ne prihvaća* hipoteza da postoji statistički značajna razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata koji imaju poduzetnika u svojoj užoj okolini, u odnosu prema onima koji nemaju.

H₇: Postoji razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata sveučilišnog i stručnog studija.

Testiranje se vrši Mann – Whitney U – testom za dva nezavisna uzorka u SPSS-u.

Tablica 12: Mann – Whitney U – test – ocjena poduzetničkog duha kod studenata stručnog u odnosu na studente sveučilišnog studija

Test Statistics ^a	
	Ocijenite Vaš poduzetnički duh
Mann-Whitney U	898,500
Wilcoxon W	1801,500
Z	-2,626
Asymp. Sig. (2-tailed)	,009

a. Grouping Variable: Usmjerenje

Izvor: izradio autor

Tablica 13: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₇

		Ranks		
	Usmjerenje	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Ocijenite Vaš poduzetnički duh	Poduzetništvo	42	42,89	1801,50
	Management malog poduzeća	60	57,53	3451,50
	Total	102		

Izvor: izradio autor

Prema tablici 10 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,009 = 0,9\% \Rightarrow \alpha^*<5\%$, čime se *prihvaća* hipoteza da postoji statistički značajna razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata stručnog i studenata sveučilišnog studija na Fakultetu.

H₈: Postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu između studenata sveučilišnog i stručnog studija.

Testiranje se vrši Mann – Whitney U – testom za dva nezavisna uzorka u SPSS-u.

Tablica 14: Mann – Whitney U – test – ocjena tvrdnji vezanih uz SPI kod studenata stručnog u odnosu na studente sveučilišnog studija

Test Statistics ^a	
	Prosjek 5 tvrdnji
Mann-Whitney U	998,500
Wilcoxon W	2828,500
Z	-1,990
Asymp. Sig. (2-tailed)	,047

a. Grouping Variable: Usmjerenje

Izvor: izradio autor

Tablica 15: Mann – Whitney U – test – Rangovi H₈

		Ranks		
	Usmjerenje	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Prosjek 5 tvrdnji*	Poduzetništvo	42	57,73	2424,50
	Management malog poduzeća	60	47,14	2828,50
	Total	102		

Izvor: izradio autor

*Tvrđnje: Potražio/la bih pomoć poduzetničkog inkubatora pri realizaciji poslovnog pothvata; Prijavio/la bih se u Studentski poduzetnički inkubator; U interesu je imati mentora znanstveno-nastavnog zvanja (nastavnika); U interesu je imati mentora s iskustvom iz privrede (poduzetnika); Radeći na aktivnostima u Studentskom poduzetničkom inkubatoru (i kao student partner) mogu se odstvariti nova znanja i vještine.

Tablica 16: Cronbach's Alpha H₈

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,726	5

Izvor: izradio autor

Prema tablici 12 može se vidjeti kako je empirijska signifikantnost $\alpha^*=0,047 = 4,7\% \Rightarrow \alpha^*<5\%$, čime se *prihvaća* hipoteza da postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz Studentski poduzetnički inkubator na Fakultetu.

4.3. Prosudba istraživačkih hipoteza

Hipoteza H₁ (Ne postoji statistički značajna veza između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija) se *prihvaća*.

Hipoteza H₂ (Ne postoji statistički značajna veza između studija kojeg pohađaju studenti i posjedovanja poslovne ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija) se *prihvaća*.

Hipoteza H₃ (Ne postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz koristi suradnje studenata poduzetnika (poduzetnih/aktivnih studenata) s poduzetničkim inkubatorima između studenata stručnog i sveučilišnog studija) se *prihvaća*.

Hipoteza H₄ (Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora znanstveno - nastavnog zvanja) se *odbija*.

Hipoteza H₅ (Postoji statistički značajna veza između vrste studija koji studenti pohađaju i preferencija u odabiru mentora s iskustvom iz privrede) se *prihvaća*.

Hipoteza H₆ (Postoji statistički značajna razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata koji imaju poduzetnika u svojoj užoj okolini, u odnosu prema onima koji nemaju) se *odbija*.

Hipoteza H₇ (Postoji razlika u ocjeni „poduzetničkog duha“ između studenata sveučilišnog i stručnog studija) se *prihvaća*.

Hipoteza H₈ (Postoji statistički značajna razlika u ocjenama tvrdnji vezanim uz Studentski poduzetnički inkubator na Ekonomskom fakultetu u Splitu između studenata sveučilišnog i stručnog studija) se *prihvaća*.

5. ZAKLJUČAK

Ovim se radom željelo doći do stavova kakve posjeduju studenti stručnog i sveučilišnog studija na Ekonomskom fakultetu o akademskom poduzetništvu. Za početak, može se reći kako studenti percipiraju poduzetništvo kao *umijeće poslovanja* te kao *profit za podnošenje nesigurnosti i rizika*; s druge strane, poduzetnika percipiraju kao *osobu koja je spremna na preuzimanje rizika*, uz što poduzetnik treba biti i *inovator, motivator i komunikator*.

Studenti se o poduzetničkim prilikama najčešće informiraju kod *kolega/prijatelja, nastavnika na fakultetu*, te na društvenoj mreži *Facebook*. Iznenadujuće je loše pozicionirana uloga poslovne društvene mreže *LinkedIn*, 1,20% ispitanih studenata, iako bi ona trebala biti ključan dio *networkinga* studenata s potencijalnim poslovnim partnerima i mentorima. U najvećim potencijalnim prijetnjama poduzetnim studentima, na njihovom poduzetničkom putu, prednjači percepcija studenata o poduzetničkoj klimi u regiji; koja je potencijalno rezultat medijskih objava o poduzetništvu s negativnom konotacijom.

Studenti nemaju izraženo mišljenje o prilikama kojima Fakultet potpomaže poduzetne studente, no ipak, prosječne ocjene poduzetnosti Fakulteta u vidu „*vjetra u leđa*“ poduzetnim studentima, ulaze u domenu vrlo dobrog rezultata.

Jedna od bitnijih spoznaja, do koje se došlo empirijskim istraživanjem ovog rada, jest da žene nisu podređene muškarcima, u vidu poduzetničke inicijative, ambicije. Istraživanjem se došlo do rezultata koji pobijaju stereotipe, te se žene u svijetu akademskog poduzetništva, poimaju ravnopravno muškarcima.

Istraživanje je pokazalo da ne postoji statistički značajna veza između poduzetničke inicijative i studenata sveučilišnog odnosno stručnog studija na Fakultetu. Potencijalni razlog ovakve pojave leži u sličnosti kurikuluma na fakultetu, a i u manjkavosti u motivaciji studenata stručnog studija za vlastitim poduzetničkim angažmanom.

Između studenata stručnog i sveučilišnog studija ne postoji statistički značajna razlika u pogledu percepcije potencijalnih koristi poduzetničkih inkubatora, no ipak se uočava viša ocjena potencijalnih koristi od strane studenata sveučilišnog studija; potencijalni razlog ovakvih rezultata istraživanja „*leži*“ u činjenici da su studenti sveučilišnog studija teoretski više

„potkovaní“ u odnosu na studente stručnog studija, pa stoga u većoj mjeri prepoznaju potencijalne koristi od postojanja poduzetničkih inkubatora.

U preferencijama odabira mentora, ne nailazi se na statistički značajnu vezu kada su u pitanju mentori znanstveno – nastavnog zvanja, iako se uočava blago veća naklonost takvom tipu mentora od strane studenata sveučilišnog studija u odnosu na studente stručnog studija. S druge strane, uočljiva je statistički značajna veza u preferencijama studenata da odaberu mentora s iskustvom iz privrede; istraživanje je pokazalo da su mentorima s iskustvom iz privrede u većoj mjeri naklonjeni studenti sveučilišnog studija u odnosu na studente stručnog studija. Potencijalni razlog ovakvog stava studenata proizlazi iz moguće činjenice da studenti sveučilišnog studija doživljavaju nastavnike kao teoretičare, pa stoga ipak veću važnost pri odabiru mentora u inkubatoru pridodaju iskustvu iz privrede.

Ne postoji statistički značajna veza između samoprocjene poduzetničkog duha kod studenata i postojanja poduzetnika u užoj okolini studenata – ovakav se zaključak može odrediti, obzirom da upravo zbog bliskih odnosa s poduzetnicima, studenti imaju uvid kako u pozitivne, tako i u negativne ishode poduzetničkih aktivnosti, što pozitivno/negativno djeluje na njihovu ambiciju da i sami postanu poduzetnici.

Studenti stručnog studija dali su si veću prosječnu ocjenu poduzetničkog duha, u odnosu na studente sveučilišnog studija, te je ustvrđena statistički značajna razlika u ocjenama između studenata različitih usmjerenja. Potencijalni razlog, anticipiran je ranije u radu, obzirom da su studenti stručnog studija u većoj mjeri orijentirani privredi u odnosu na studente sveučilišnog studija.

Interesantan je podatak, da su studenti sveučilišnog studija u većoj mjeri zainteresirani za ponudu usluga studentskog poduzetničkog inkubatora na Fakultetu, u odnosu na studente stručnog studija. Za pretpostaviti je razlog ovakvim stavovima, kao što je ranije navedeno, općenito veća teorijska opterećenja studenata sveučilišnog studija, čime oni u većoj mjeri poznaju prednosti poduzetničkih inkubatora.

Metodološka ograničenja istraživanja ogledaju se u vidu nepokrivenosti svih usmjerenja na sveučilišnim i na stručnim studijima pri podjeli anketnog upitnika (op.a. bavljenje poduzetništvom se konceptualno najviše očekuje od studenata Poduzetništva i studenata

Managementa malog poduzeća). Za daljnja istraživanja preporuča se ispitivanje razlika u stavovima o akademskom poduzetništvu na diplomskoj razini studija, te istraživanje motivacije studenata, odnosno određivanje motivatora kod studenata za bavljenje poduzetništvom, obzirom da takvi aspekti nisu obrađeni u ovom radu.

POPIS SLIKA

Slika 1: Funkcije Poduzetnika.....10

Izvor: izradio autor

Slika 2: 6 koraka za uspješnost studenta poduzetnika, odnosno njihovog poslovnog pothvata.....11

Izvor: izradio autor

Slika 3: Udio poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj17

Izvor: izradio autor

Slika 4: Udio studentskih poduzetničkih inkubatora u Hrvatskoj18

Izvor: izradio autor

Slika 5: Vrste poduzetničkih inkubatora19

Izvor: izradio autor

Slika 6. Položaj studentskih poduzetničkih inkubatora u podjelama20

Izvor: izradio autor

Slika 7: Sinergijski učinak u studentskim poduzetničkim inkubatorima22

Izvor: izradio autor

Slika 8: Ponuda Studentskog poduzetničkog inkubatora u Splitu24

Izvor: izradio autor

Slika 9: Hodogram aktivnosti u Studentskom poduzetničkom inkubatoru u Splitu.....25

Izvor: izradio autor

Slika 10: Udio studenata u uzorku prema spolu.....28

Izvor: izradio autor

Slika 11: Udio studenata u uzorku prema smjeru.....28

Izvor: izradio autor

Slika 12: Percepcija poduzetništva kod studenata29

Izvor: izradio autor

Slika 13: Percepcija poduzetnika kod studenata30

Izvor: izradio autor

**Slika 14: Kako su studenti čuli za Studentski poduzetnički inkubator na
Ekonomskom fakultetu u Splitu31**

Izvor: izradio autor

Slika 15: Prepreke na poduzetničkom putu.....32

Izvor: izradio autor

Slika 16: Tvrdnja - fakultet pruža podršku poduzetnim studentima.....33

Izvor: izradio autor

**Slika 17: Tvrdnja - Poduzetnički pothvati započeti u vrijeme studija imaju
veće šanse za uspjeh33**

Izvor: izradio autor

Slika 18: Tvrdnja - fakultet navodi studente na samozapošljavanje.....34

Izvor: izradio autor

POPIS TABLICA

Tablica 1: H_i – kvadrat test – ovisnost između spola i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija.....35

Izvor: izradio autor

Tablica 2: H_i – kvadrat test – ovisnost između usmjerenja i posjedovanja ideje koja bi se realizirala za vrijeme studija36

Izvor: izradio autor

Tablica 3: Mann – Whitney U – test – ocjene tvrdnji između studenata stručnog i sveučilišnog studija37

Izvor: izradio autor

Tablica 4: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_337

Izvor: izradio autor

Tablica 5: Cronbach's Alpha H_338

Izvor: izradio autor

Tablica 6: Mann – Whitney U – test – Preferencije studenata stručnog i sveučilišnog studija u odabiru mentora znanstveno – nastavnog zvanja38

Izvor: izradio autor

Tablica 7: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_439

Izvor: izradio autor

Tablica 8: Mann – Whitney U – test – Preferencije studenata stručnog i sveučilišnog studija u odabiru mentora s iskustvom iz privrede39

Izvor: izradio autor

Tablica 9: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_540

Izvor: izradio autor

Tablica 10: Mann – Whitney U – test – ocjena poduzetničkog duha kod studenata koji imaju poduzetnika u svojoj okolini u odnosu na one koji nemaju40

Izvor: izradio autor

Tablica 11: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_641

Izvor: izradio autor

Tablica 12: Mann – Whitney U – test – ocjena poduzetničkog duha kod studenata stručnog u odnosu na studente sveučilišnog studija41

Izvor: izradio autor

Tablica 13: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_742

Izvor: izradio autor

Tablica 14: Mann – Whitney U – test – ocjena tvrdnji vezanih uz SPI kod studenata stručnog u odnosu na studente sveučilišnog studija42

Izvor: izradio autor

Tablica 15: Mann – Whitney U – test – Rangovi H_843

Izvor: izradio autor

Tablica 16: Cronbach's Alpha H_843

Izvor: izradio autor

SAŽETAK

Ključne riječi: akademsko poduzetništvo, studentski poduzetnički inkubatori, obrazovanje

U današnje doba moguće je uočiti pojavu akademskog poduzetništva kao odgovor studenata na nezaposlenost. Kurikulumi u visokom obrazovanju pod konstantnim su pritiskom zbog neusklađivanja ponude i potražnje za znanjem, stoga visokoobrazovne institucije pristupaju metodičko – didaktičkim metodama učenja, upravo kroz osnivanje studentskih poduzetničkih inkubatora.

Već je ranije uočen trend kako postojanje (uspješnog) inkubatora pri sveučilištima, podiže kredibilitet i image sveučilišta, a isto tako navodi studente na samozapošljavanje. Studentski poduzetnički inkubatori važan su dio lokalne zajednice jer se nalaze u ulozi gospodarskog pokretača, odnosno generatora novih radnih mjesta. Studentski poduzetnički inkubatori poveznica su između istraživačkog rada, obrazovanja i ekonomije.

Empirijski dio rada polazi od teorijskih implikacija, koje su razvidne u teorijskim okvirima koji mu prethode. Kroz ovaj su rad srušene spolno određene barijere u poduzetničkim angažmanima studenata, ali je i uočen nedostatak razlike u stavovima studenata različitih studija o akademskom poduzetništvu. Analitički je obrađen utjecaj okoline studenta na njegove ambicije, kao i utjecaj fakulteta na odluku o bavljenju poduzetništvom – ne postoji utjecaj. Također su istraženi i odnosi samoprocjene poduzetničkog duha kod studenata, te ovisnost istih o usmjerenju na fakultetu – postoji utjecaj.

U radu su navedena metodološka ograničenja istraživanja, kao i preporuke za daljnja istraživanja.

SUMMARY

Keywords: academic entrepreneurship, student business incubators, education

Nowadays it is possible to observe the appearance of academic entrepreneurship as a response by student to the unemployment. The curricula in higher education are under constant pressure due noncompliance of supply and demand for knowledge, therefore, higher education institutions access the methodical - didactic teaching methods, through the establishment of student business incubators.

It has already been a noticeable trend that the existence of (successful) incubators at universities, raises the credibility and image of the university, and also invites students to self-employment. Student business incubators are an important part of the local community because they are in the role of „motor of the economy“, and a generator of new jobs. Student business incubators are link between research, education and economics.

The empirical work is based on the theoretical implications, which are evident in the theoretical framework defined before. Through this work, gender specific barriers to entrepreneurial engagements of students are destroyed, also the lack of differences in the attitudes of students of different studies on academic entrepreneurship has been observed. Influence of environment around student on his ambitions has been analytically processed,as well as the impact of Faculty on the decisions made by students on dealing with entrepreneurship - there is no impact. Also, in this paper are researched the relationships between self-assessment of entrepreneurial spirit in students, and the study orientation at the Faculty – has significantly affected.

In the paper are specified methodological limitations of research, as well as recommendations for further research.

LITERATURA

1. Ahmad, A. J., Ingle S. (2011.): Relationships matter: case study of a university campus incubator, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 17. Iss. 6, str. 626. – 644.
2. Divjak, B., Markučić, D., Bach-Rojecky, L., Battista Ilić, A., Boras, D., Grubišić, I., Kovač, I., Kučina-Softić, S., Milin-Šipuš, Ž., Pernar, R., Petrak, M. (2014.). Sveučilište u Zagrebu: Strategija studija i studiranja Sveučilišta u Zagrebu (2014.-2025.), str. 2.
3. Economic Commission for Europe, Geneva: Best practise in business incubation (2001.), str. 8. i 9.
4. Entrepreneur: 6 steps to becoming a successful entrepreneur (2015.), [Internet] dostupno na <https://www.entrepreneur.com/article/245880>, preuzeto 6.6.2016.
5. FastUpFront Small Business Blog: 19 Famous College Dorm Room Businesses that Made Millions (2010.), [Internet] dostupno na <https://www.fastupfront.com/blog/entrepreneurs/18-famous-college-dorm-room-businesses-that-made-millions/>, preuzeto 7.6.2016.
6. Hamag Invest, Obrazovna grupa Zrinski (2012.): Poziv studentima za predstavljanjem poduzetničkih ideja u sklopu natjecanja u poslovnim idejama „JA MOGU!“, [Internet] dostupno na http://en.vtsbj.hr/images/uploads/Poziv_studentima.pdf, preuzeto 12.6.2016.
7. Hrvatska udruga poslodavaca: Održana prezentacija projekata STUDENT BUSINESS ACADEMY Ekonomskog fakulteta Split, [Internet] dostupno na <http://www.hup.hr/odrzana-prezentacija-projekata-student-business-academy-ekonomskog-fakulteta-split-1.aspx>, preuzeto 12.6.2016.
8. Ivanković, D., Nedović, M., Đapić, D. (2015.): Studentski poduzetnički inkubator: Institucionalna perspektiva novih poduzetničkih pothvata, *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, Vol.5, str. 48. – 53.
9. Kružić, D. (2008.): Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, *Ekonomski fakultet Split*, str. 8.

10. Lewis, D.A. (2001.): Does Technology Incubation Work? A Critical Review, The National Center for Neighborhood and Brownfields Redevelopment Edward J. Bloustein School of Planning and Public Policy, str. 7.
11. Medić, I. (2004.): Institucionalna potpora Start-up poduzetničkim pothvatima na području grada Osijeka – slučaj poduzetnički inkubator Osijek, magistarski rad, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 59. – 60.
12. Ministarstvo poduzetništva i obrta: Poslovni inkubatori, [Internet] dostupno na <https://poduzetnistvo.gov.hr/arhiva/stranice/poduzetnicke-potporne-institucije/poslovni-inkubatori/151>, preuzeto 8.6.2016.
13. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta: Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju. *Narodne novine* 2/2007, čl. 69. st. 2. i st. 3.
14. Patwardan R. (2001.): Best Practices for Managing Incubators, IndiaCo, str. 7. - 8., dostupno na http://www.1000ventures.com/business_guide/biz_incubator_best_practices_by_indiaco.doc, preuzeto 29.6.2016.
15. Perić, J., Oberman Peterka, S. (2011.): How to build a base for professional career of students - case study of volunteering program of graduate program in Entrepreneurship, Faculty of Economics in Osijek, IRP - Institute for Entrepreneurship research, str. 167.-179.
16. Pivac, S. (2010.): Statističke metode, e-nastavni materijal, Ekonomski fakultet u Splitu, str. 148. – 150. i str. 186.
17. Poslovni dnevnik: Čak 79% hrvatskih poduzetnika ponovno bi se upustilo u pokretanje tvrtke ili obrta (2013.), [Internet], dostupno na <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/cak-79-hrvatskih-poduzetnika-ponovno-bi-se-upustilo-u-pokretanje-tvrtke-ili-obrta-240840>, preuzeto 7.6.2016.
18. Poslovni dnevnik: Pozitivno mišljenje o poduzetnicima ima tek nešto više od 25 % građana (2012.), [Internet] dostupno na <http://www.poslovni.hr/vijesti/pozitivno-misljenje-o-poduzetnicima-ima-tek-nesto-vise-od-25-graana-204822>, preuzeto 7.6.2016.
19. Samuelson P. A., Nordhaus W. M. (2010.): Ekonomija, MATE d.o.o., str. 4.
20. Sedlan König, J. (2012.): Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji poticanja poduzetničkog ponašanja, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 206.

21. Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2014.): Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St. Gallen, Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG), str. 31.
22. Studentski poduzetnički inkubator: Što dobivaš?, [Internet] dostupno na spi.efst.hr, preuzeto 12.6.2016.
23. Studentski Zbor Sveučilišta u Splitu, dostupno na <http://www.szst.hr/#>, preuzeto 6.6.2016.
24. Sveučilište u Splitu (2015.): Svečano otvoren Studentski poduzetnički inkubator, [Internet] dostupno na <http://www.unist.hr/studiranje-u-splitu/projekt-postakademskog-zaposljavanja/novosti/svec%CC%8Cano-otvoren-studentski-poduzetnic%CC%8Cki-inkubator-32496>, preuzeto 10.6.2016.
25. Sveučilište u Zagrebu (2014.): Strategija studija i studiranja Sveučilišta u Zagrebu (2014.-2025.), str. 2.
26. World Volunteer Web: Benefits of volunteering (2005.), [Internet] dostupno na <http://www.worldvolunteerweb.org/resources/how-to-guides/volunteer/doc/benefits-of-volunteering.html>, preuzeto 6.6.2016.
27. Zovko, L. (2016.): Starting business in Split?, [Internet] dostupno na <http://blog.shift.codeanywhere.com/post/144856095347/starting-business-in-split>, preuzeto 12.6.2016.