

Osobine mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj

Škifić, Mateo

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:113906>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-31**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Mateo Škifić

**OSOBINE MLADIH PODUZETNIKA U REPUBLICI
HRVATSKOJ**

Završni rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Mateo Škifić

OSOBINE MLADIH PODUZETNIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

JMBAG: 0303101325

Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo

Kolegij: Poduzetništvo

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Ekonomika poduzetništva

Mentor: izv.prof. dr. sc. Violeta Šugar

Sumentorica: dr. sc. Roberta Kontošić Pamić

Pula, 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan Mateo Škifić, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Menadžment i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, 2024. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Mateo Škifić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom “Osobine mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj” koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____, 2024. godine

Potpis

SADRŽAJ

UVOD 1

1	RAZVOJ I DEFINIRANJE PODUZETNIŠTVA	3
1.1	Povijesni razvoj poduzetništva	3
1.2	Pojam i definiranje poduzetništva	4
1.3	Poduzetničko okruženje	6
1.4	Osobine i tipovi poduzetnika	7
2	PODUZETNIŠTVO MLADIH	11
2.1	Definiranje I vrste poduzetništva mladih	11
2.2	Razlozi ulaska mladih u poduzetništvo	12
2.3	Izazovi ulaska mladih u poduzetništvo.....	13
3	PODUZETNIŠTVO MLADIH U RH	16
3.1	Pregled stanja u RH	16
3.2	Potporne mjere za mlade poduzetnike u RH	18
3.2.1	Nacionalni program za mlade	19
3.2.2	HBOR-poduzetništvo mladih, žena I početnika	21
3.3	Poduzetničke potporne institucije za potrebe mladih poduzetnika	22
3.4	Europski programi za poduzetništvo mladih u RH	24
3.4.1	Erasmus program za mlade poduzetnike	24
4	PRIMJERI PODUZETNIŠTVA MLADIH U RH	26
4.1	Mate Rimac osnivač Rimac automobila	26
4.2	Alan Sumina i Zoran Vučinić osnivači Nanobita.....	27
4.3	Marijana Knezoci osnivač DreamMaker production.....	28
5	INTERVJU SA MLADIM PODUZETNIKOM	30
5.1	Intervju Valentino Marunica osnivač Install Power Tech.....	30
	DISKUSIJA I ZAKLJUČAK	32
	Literatura:	34
	POPIS SLIKA	37
	POPIS TABLICA	37
	SAŽETAK	37
	SUMMARY	38
	PRILOZI	38

UVOD

Trenutno je na poslovnom tržištu sve veći broj mladih ljudi koji se odlučuju pokrenuti vlastiti posao. Ovaj trend potiče nekoliko čimbenika, među kojima su razvoj digitalnih tehnologija, povećani pristup informacijama i obrazovanju te promjene u odnosu prema tradicionalnom zapošljavanju. Pripadnici mlađih generacija obično cijene slobodu, fleksibilnost i kreativnost, a poduzetništvo im nudi priliku da ostvare svoje težnje. Zahvaljujući internetu i društvenim mrežama, mnogi mladi poduzetnici mogu pronaći drugačiji put pun inovacija i novih pristupa kako bi došli do tržišta i potencijalnih kupaca.

Poduzetništvo je pojam kojim se označava proces uvođenja, razvoja i implementacije novog poslovanja s krajnjim ciljem profita. Ali opet, poduzetništvo se ne sastoji samo od financija; također se radi o inovativnosti, kreativnosti i rješavanju problema. Poduzetnik je pojedinac koji prepoznaje tržišne prilike, preuzima rizike i ulaže svoje resurse u stvaranje nečeg novog i vrijednog.

Cilj ovog rada je istražiti ključne osobine koje su presudne za uspjeh u poduzetništvu i odrediti koje karakteristike mladi poduzetnik treba posjedovati kako bi ostvario uspjeh. Kroz detaljno istraživanje i analizu podataka, rad nastoji povezati te ključne osobine s primjerima uspješnih poduzetnika iz prakse. Na temelju dosadašnjih istraživanja, postavlja se hipoteza da su uspješni mladi poduzetnici karakterizirani visokom razinom upornosti i inovativnosti. Ova hipoteza služi kao osnovna pretpostavka koju će rad nastojati testirati i analizirati kroz prikaz relevantnih primjera i analize podataka.

Rad je strukturiran u šest poglavlja, svaki s vlastitim fokusom i svrhom. U uvodnom poglavlju postavljaju se osnovni okviri rada, definiraju ciljevi i predstavljanje teme. Sljedeće poglavlje, pod nazivom "Razvoj I definiranje poduzetništva", pruža pregled povijesti poduzetništva, objašnjava pojam poduzetništva te različite pristupe i definicije koje nude znanstvenici. Također, razmatra se smisao poduzetništva, analiziraju poduzetničko okruženje i ključne osobine uspješnih poduzetnika.

Treće poglavlje, naslovljeno "Poduzetništvo mladih", fokusira se na specifične aspekte mladih koji se upuštaju u poduzetničke vode. Ovdje se razmatra značenje mladih poduzetnika, različite vrste koje postoje, te motivacija koja ih pokreće. Razmotrene su

prednosti i nedostaci koje donosi ulazak u poduzetništvo, kao i izazovi s kojima se mladi suočavaju u procesu zapošljavanja.

U četvrtom poglavlju, "Poduzetništvo mladih u RH", razmatraju se različiti potporni programi i institucije koje pružaju podršku poduzetnicima na nacionalnoj i europskoj razini.

Peto poglavlje nudi analizu osobina uspješnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj, dok se u šestom poglavlju prikazuje intervju s mladim poduzetnikom, koji pruža uvid u stvarne izazove i uspjehe s kojima se suočavaju mladi u ovom polju.

Za izradu završnog rada provedeno je sekundarno i primarno istraživanje. Primarno istraživanje provedeno je putem intervjua a za sekundarno istraživanje korištena je induktivna i deduktivna metoda , metoda sinteze, statistička metoda i metoda analize, a povezane informacije prikupljene su iz znanstvenih radova, internetskih stranica te stručne literature iz knjige.

1 RAZVOJ I DEFINIRANJE PODUZETNIŠTVA

1.1 Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo postoji od postanka čovjeka. Najraniji zapisi pokazuju nam različite oblike poduzetništva u antičko doba, u egipatskoj, arapskoj i kineskoj civilizaciji. Različite vrste poduzetništva bile su poznate i u staroj Grčkoj i Rimskom Carstvu. Trgovina i novčarstvo, na primjer, razvili su se u to vrijeme kao zasebne poduzetničke djelatnosti. Poduzetništvo se kao pojam pojavio tijekom srednjeg vijeka između dvanaestog i petnaestog stoljeća. Obuhvaćalo je u početku trgovinu, kreditno i robno-novčano poslovanje, pomorstvo ali kasnije i osvajanje novih teritorija, razbojništvo i gusarenje. Pirati, feudalci, državni službenici, špekulanti, trgovci i obrtnici. To su bili glavni tipovi poduzetnika u to vrijeme. Prvim poduzetnikom u povijesti se smatra Marko Polo, koji je stvorio trgovački put prema Dalekom istoku. U svom poslu sklapao je ugovore s trgovcima i bankarima kako bi im prodavao svoju robu. Trgovci tada nisu bili specijalizirani, već su prodavali različite proizvode ovisno o tome što su uspjeli kupiti. Začeci trgovačkih društava javljaju se vrlo rano, u Italiji već u 12. stoljeću kao privremena društva, najčešće obiteljska poduzeća. U to su vrijeme postojali i trgovački cehovi udruženja trgovaca čiji je cilj bio međusobno pomaganje u trgovini pritom je svaki trgovac poslovao na vlastitu odgovornost i za svoj račun, a putovalo se u karavanama s pratnjom iz sigurnosnih razloga. Tijekom kasnog srednjeg vijeka poduzeće se pojavljuje kao samostalni gospodarski subjekt sa svojim imenom, dok u sedamnaestom stoljeću poduzetništvo počinje biti masovna pojava. Zatim dolazi do procvata raznih oblika obrtničkih i trgovačkih poduzeća, koja djeluju u trgovini različitim proizvodima, te porasta značaja međunarodne, a potom i prekomorske trgovine. Specijalizacija u trgovini i bankarstvu razvija se tek u osamnaestom stoljeću.

U kasnom 19. i ranom 20. stoljeću, s početkom industrijske revolucije, značaj poduzetništva u novonastalim sektorima naglo je porastao. U razdoblju neposredno nakon industrijske revolucije, zajedno s početkom masovne proizvodnje, važnost poduzetništva opada. Evolucija poduzetničke aktivnosti ustupa mjesto rastu i napretku velikih industrijskih poslovnih kuća gdje čovjek gubi sebe kao pojedinca, a njegov osobni identitet biva zamijenjen idejom poduzeća. U međuvremenu, u tadašnjim socijalističkim zemljama, poduzetništvo je sustavno gušeno državnim planskom ekonomijom. U njemu nije bilo mjesta za razvoj individualnih poduzetničkih aktivnosti.

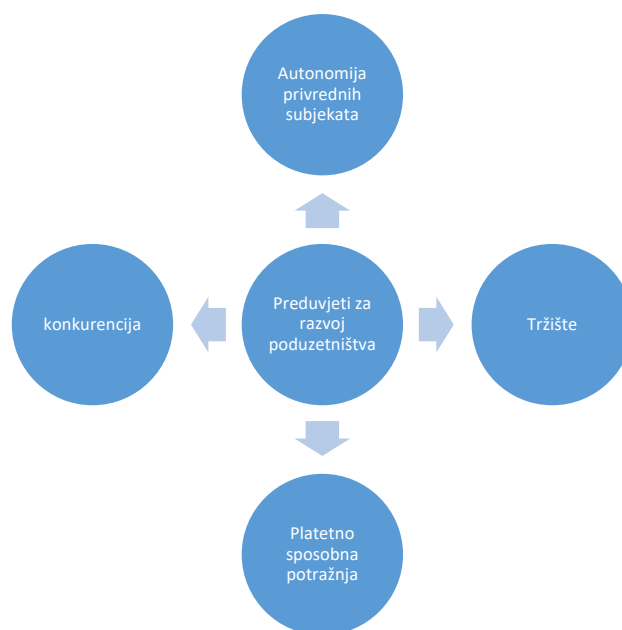
U modernom dobu, nakon tehnološke revolucije na kraju 20. stoljeća, nakon brzog razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologija, uz raspad društvenih poredaka, poduzetništvo ponovno zauzima mjesto kao osnovna gospodarska djelatnost. Ova velika promjena u ekonomiji promijenila je glavne čimbenike proizvodnje s materijalnih na nematerijalne resurse s jedne strane, istodobno s druge strane liberalizacija i privatizacija u postkomunističkim zemljama stvorile su idealne uvjete za novi val poduzetništva (Šipić, 2023).

1.2 Pojam i definiranje poduzetništva

Ne postoji jedinstvena definicija poduzetništva već svaka osoba na svoj način doživljava poduzetništvo kao šta ga i svaki autor definira na drugačiji način. Poduzetništvo se najčešće definira kao ukupnost organizacijskih, inovacijskih, te upravljačkih sposobnosti. U praksi bi to bio proces stvaranja novih vrijednosti kroz iskorištavanje prilika sa određenim resursima koji su na raspolaganju. Poduzeće je stoga samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata, koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva (Škrtić, 2006).

Prema autorima Buble i Kružić (2006, str. 1) „poduzetništvo predstavlja sposobnost pokretanja određene akcije, odnosno poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, uključujući i spremnost na borbu protiv prepreka te neizvjenost ishoda i rizika.“ Prema (Eisenmann, 2013) „Poduzetništvo je nastojanje za ostvarenje prilike izvan resursa koje kontroliramo“. "Nastojanje" sugerira usredotočen napor koji je nemilosrdan i jednoman. Poduzetnici obično svoju priliku vide kao kratku, moraju pokazati stvarni napredak da bi mogli privući resurse, a samo vrijeme troši ograničene novčane rezerve koje su bile dostupne. Kao takvi, poduzetnici imaju osjećaj hitnosti neuobičajen u etabliranim tvrtkama, gdje je svaka pojedinačna prilika dio portfelja, a resursi su lakše dostupni. "Prilika" sugerira ponudu koja je nova na jedan ili više od sljedeća četiri načina: 1) pionirsko uvođenje novog proizvoda; 2) razvoj novog poslovnog modela; 3) stvaranje bolje ili jeftinije verzije postojećeg proizvoda; ili 4) ciljanje već postojećeg proizvoda na nove skupine kupaca. Ove vrste mogućnosti ne moraju se međusobno isključivati. Na primjer, nova tvrtka može imati opciju za inovativni proizvod koji koristi novi poslovni model. Također, gornji popis mogućnosti

nije iscrpan u smislu onoga što organizacije mogu vidjeti kao prilike. "Izvan resursa koje kontroliramo" podrazumijeva ograničenije resursa. Na početku novog poslovanja, njegovi osnivači kontroliraju samo ljudski, društveni i financijski kapital koji im pripada. Mnogi se poduzetnici sami financiraju; drže minimalne troškove i ulažu samo svoje vrijeme i, ako je potrebno svoja osobna sredstva. U nekim slučajevima to je dovoljno da novi posao postane samoodrživ iz internog novčanog toka. Kod većine poduzeća s visokim potencijalom, osnivači moraju mobilizirati više resursa od onoga što osobno kontroliraju: na kraju će poduzeću trebati proizvodni pogoni, kanali distribucije, radni kapital i tako dalje (Eisenmann, 2013).



izvor: Škrtić, M. i Vouk, R. (2006): Osnove poduzetništva i menadžmenta, Zagreb: Katma d.o.o., str. 28

Definicije poduzetništva značajno su evoluirale tijekom vremena, odražavajući promjenjivo gospodarsko i društveno okruženje. Austrijski i američki ekonomist i sociolog, često nazivan "ocem poduzetništva", Joseph Schumpeter, definirao je poduzetništvo kao stvaranje inovacija, za koje je tvrdio da su temelj gospodarskog rasta i razvoja (Škrtić i Mikić, 2013: 2-3). Ova klasična perspektiva naglašava ulogu poduzetnika kao inovatora sposobnog transformirati industrije i potaknuti gospodarski napredak. S obzirom na globalizaciju i složenost suvremenog gospodarskog okruženja, različite definicije poduzetništva pružaju dublje uvide u njegove aspekte. Alfred Marshall opisuje poduzetništvo kao slobodnu djelatnost koju samostalno bira

poduzetnik, ističući važnost individualne slobode i odlučivanja u procesu poduzetništva (Škrtić i Mikić 2011). Robert Ronstadt proširuje ovu perspektivu, definirajući poduzetništvo kao dinamičan proces stvaranja inkrementalnog bogatstva, što sugerira kontinuirani i prilagodljivi karakter poduzetničkih aktivnosti (Ronstadt 1988). Nicholas Siropolis dodaje emotivni i inspirativni element, definirajući poduzetništvo kao "nadahnuće idejom, borbu muškaraca i žena s premoćnim okolnostima i zadovoljstvo koje slijedi iz uspjeha na vlastitom putu" (Siropolis 1995). Ova definicija naglašava osobnu borbu i ispunjenje koje proizlazi iz poduzetničkog napora. Ove različite definicije naglašavaju složenost poduzetništva i kritičnu potrebu za višedimenzionalnim pristupom razumijevanju njegovog utjecaja na gospodarski razvoj i društvene promjene.

Prema (Tkalec, 2011, str. 35-43) poduzetništvo ima uže i šire značenje:

ŠIRE ZNAČENJE: Poduzetništvo je aktivnost koja između ostalog uključuje kreativnost, inovativnost, upornost, dosljednost, razumno preuzimanje rizika, odgovornost i neovisnost.

UŽE ZNAČENJE: To je proces stvaranja vrijednosti kombinacijom resursa kako bi se iskoristile prilike uz razumno preuzimanje rizika

1.3 Poduzetničko okruženje

„Okruženje poduzeća čini ukupnost činitelja koji utječu na ostvarivanje strategije razvoja poduzeća, a menadžment na njih nema nikakav ili pak neznatan utjecaj“ Razumijevanje okruženja je ključno za svakog poduzetnika jer ono ne utječe samo na faze poslovanja već i na daljnje prilike za rast. Prema Baletiću (1995). “Poduzetničko okruženje je splet institucija koje u većoj ili manjoj mjeri, izravno ili neizravno utječu na cjelokupnu poduzetničku gospodarsku djelatnost te aktivnost poduzetnika. Suvremeno poduzetničko okruženje karakterizira brz rast i razvoj znanosti i tehnologije, stvaranje velikih poslovnih sustava, stvaranje velikih međunarodnih gospodarskih integracija, otvaranje tržišta i sloboda kretanja robe, kapitala i radne snage, sukob industrijskoga razvoja i ekologije, društvena odgovornost poduzetnika i slično.” (Kuvačić, 2005: 78)

Krajolik hrvatskog poslovanja je dualistički, pun izazova, ali nudi i moguće prilike za rast. Jedan od glavnih elemenata koji djeluje kao ograničenje za poduzetničku

aktivnost je vrlo restriktivna priroda okruženja, nepovoljna za svakog novog poduzetnika koji želi nešto pokrenuti. Prof. dr. Slavica Singer je spomenula da ovo okruženje proizlazi iz nekoliko čimbenika: obrazovanja, vladinih politika, razina transfera istraživanja, kulturnih i društvenih normi koje djeluju kao barijere za ulazak na tržište. Ove komponente su međusobno povezane i čine složen problem. Stoga učinkovite strategije moraju biti sveobuhvatne. Primjerice, hrvatski obrazovni sustav trebao bi poticati inovativnost i poduzetništvo među mladima bližim prilagođavanjem potrebama tržišta rada. Negativne slike koje mediji prikazuju o poduzetnicima dodatno obeshrabruju njihove napore iz društvene perspektive. Takvi problemi mogu se učinkovito rješavati samo zajedničkim djelovanjem pojedinaca i institucija u izgradnji okruženja pogodnog za poduzetništvo. Potrebno je provesti više poreznih, zdravstvenih i obrazovnih reformi kako bi se uspostavio pošten i poduzetnički sustav. Promatrajući ova ključna područja, održive i inovativne poslovne ideje potencijalno bi se mogle implementirati unutar poduzetničke aktivnosti koja do sada nije bila tipična za Hrvatsku. (Pauković, 2023)

1.4 Osobine i tipovi poduzetnika

Prema riječima Peter F. Druckera ne postoje dva posve jednaka poduzetnika, ili sasvim konkretno: „Neki su poduzetnici ekscentrici; drugi bolno besprijekorni konformisti; neki su debeli; drugi mršavi; neki su zabrinuti, drugi opušteni; neki su teške pijanice, drugi potpuni trezvenjaci.“ (Drucker, 1985). Gotovo svatko može biti poduzetnik, ali je teško biti uspješan poduzetnik. Svaki poduzetnik posjeduje specifične osobine koje mu služe za uspješno obavljanje posla, ali s tim dolazi i pitanje: Koje su ključne osobine koje imaju uspješni poduzetnici?

Prema (Škrtić, 2011, prema Siroplis, 1995) najveća je vjerojatnost da će poduzetnik biti uspješan ako ima jednu od ovih šest osobina.

1. **Inovativnost** - Jedna od najčešćih i najopćenitijih značajki poduzetnika. Ona obuhvaća razvoj novih ideja, kreiranje i uvođenje promjena.
2. **Razumno preuzimanje rizika** - Rizik u poduzetništvu predstavlja mogućnost donošenja pogrešnih odluka zbog nepredvidivih razloga i pogreške ljudskog faktora. Svaki novi poduzetnički pothvat ima 50% šanse za neuspjeh, te svako

novo poduzeće, bez obzira na granu djelatnosti, ima mogućnost neuspjeha. Kako bi smanjio tu mogućnost, poduzetnik mora prikupljati informacije, analizirati tržište, proučiti konkurenciju i proučavati zakone.

3. **Samouvjerenost** - Da bi uspješno poslovali, poduzetnici prije svega moraju vjerovati u sebe. Moraju se smatrati boljima od drugih i stalno nastojati poboljšati svoje nedostatke te unaprijediti svoje poslovanje kako bi bili bolji od konkurencije.
4. **Uporan rad** - Kako bi ostvario svoje ciljeve, poduzetnik mora biti uporan, a to se ne ogleda samo u dužini rada već i ustrajnošću u postizanju rezultata.
5. **Postavljanje ciljeva** - Poduzetnik mora sebi postaviti ciljeve koji će ga voditi prema novim fazama poslovanja. Pomoću ciljeva može procijeniti razinu uspješnosti i, nakon njihovog ostvarivanja, postaviti nove ciljeve. Rijetko koji poduzetnik će nakon ostvarenog cilja odustati od daljnjih pothvata.
6. **Odgovornost** - Kao što poduzetnici preuzimaju zasluge za uspjeh, tako preuzimaju i svu krivnju za neuspjeh. Kako bi uspješno poslovao, poduzetnik mora stajati iza svojih djela i postupaka te snositi odgovornost za njih.

Poduzetnička kompetencije, rađaju rast poduzetničkog razmišljanja i produktivniju primjenu inovacijskog potencijala i raspoloživih znanja i vještina. Zemlje Europske unije, kao i zemlje kandidati za članstvo, kao prioritet prepoznale su razvoj poduzetničke kompetencije svojih građana. U svojoj publikaciji „Europski okvir ključnih kompetencija“ (2006.) Europska komisija uvrstila je inovativnost i poduzetništvo u ključne životne kompetencije koje treba razvijati na svim razinama obrazovanja. Prema tablici 1, poduzetničke kompetencije svrstavamo u tri kategorije, kognitivne, afektivne i Bihevioralne.

Tablica 1 Poduzetničke kompetencije

Kategorije	Elementi
Kognitivna	Sposobnost analiziranja i razumijevanja velikih količina informacija Sposobnost korištenja poduzetničkih zapisa, mapa i nacрта Sposobnost preuzimanja kalkuliranog rizika Kreativnost, inovativnost i vizija Efektucija ¹ u uvjetima neizvjesnosti Percepcija prilika i rizika Poduzetnička budnost Intuicija Korištenje vještina obje polutke mozga
Afektivna	Samopouzdanje Interni <i>locus</i> kontrole Samostalnost Entuzijazam i upornost Marljivost i želja za uspjehom Nošenje s neuspjehom Sposobnost pozitivnog razmišljanja Pozitivan stav prema promjenama Sposobnost poticanja promjena Visoka tolerancija prema neizvjesnosti
Bihevioralna	Motiviranost postignućem Preuzimanje inicijative Spremnost na djelovanje Izgradnja i vođenje timova Sposobnost preuzimanja odgovornosti i vođenje Sposobnost uvjeravanja i pregovaranja Upravljanje konfliktima Asertivnost Sposobnost pronalaženja, upravljanja i kontrole resursa Sposobnost uspostavljanja i njegovanja kontakata

Izvor: Sedlan Kőnig (2013)

Osobe s poduzetničkim sposobnostima bolje obrađuju, pohranjuju, dohvaćaju i koriste informacije iz okoline te su sklonije pokretanju poduzetničkog ponašanja od onih bez poduzetničkih sposobnosti. Unatoč uvriježenom stavu da se poduzetnici rađaju. "Dugoročni ciljevi kako vas kratkoročni neuspjesi ne bi razočarali." - George H. Bender. Svrhovitost uključuje pojam ciljanog djelovanja kada se različite aktivnosti i resursi kombiniraju za postizanje određenih rezultata. Poduzetnici su uvijek u procesu postavljanja novih ciljeva i načina na koje ih mogu postići (Tkalec, 2011).

Poduzetnici se mogu klasificirati prema različitim kriterijima, ovisno o njihovim ciljevima, pristupima i načinu vođenja poslovanja. Različiti tipovi poduzetnika odlikuju

se specifičnim osobinama i strategijama koje koriste za postizanje uspjeha. Prema Škrtić (2011.) mogu se identificirati pet tipova poduzetnika.

1. **Idealisti** - Ušli su u poduzetništvo zbog sjajne poslovne ideje. Nestrpljivi su oko administrativnih i računovodstvenih poslova te im poslovanje najviše ovisi o računalu.
2. **Optimizatori** - Privlači ih samostalnost, ne žele raditi za nikoga drugog i vole se osjećati slobodno. Fokusirani su na profit i dobro se razumiju u financije.
3. **Radnici** - Ulažu napore u ostvarivanje zacrtanih ciljeva. Detaljno sagledavaju poslovanje i koriste kredite.
4. **Žongleri** - Gotovo sve poslove obavljaju sami jer im je teško delegirati, te imaju konstantan nedostatak vremena.
5. **Podržavatelji** - Poduzeće najčešće stječu nasljeđivanjem ili kupnjom. Važno im je balansiranje između poslovnog i privatnog života.

2 PODUZETNIŠTVO MLADIH

Mladi poduzetnici igraju sve važniju ulogu u današnjem poslovnom svijetu. Ova generacija donosi svježije ideje, energiju i inovativne pristupe koji mogu značajno utjecati na gospodarstvo. Njihova sposobnost da prepoznaju prilike u brzim promjenama tržišta i tehnologije čini ih važnim pokretačima rasta i inovacija. Nastavak će se usredotočiti na definiranje I vrste poduzetništva mladih.

2.1 Definiranje I vrste poduzetništva mladih

Ne postoji jedinstvena dobna granica koja definira mladog poduzetnika već različiti autori imaju drukčija stajališta vezana za tu temu. Općenito u Hrvatskoj, mladom osobom smatraju se pojedinci s navršениh 15 do 30 godina života koji su heterogena no iznimno značajna skupina društva, koja čini 15,8% ukupnog stanovništva (DZS, 2024). „Poduzetništvo mladih je termin koji se najčešće koristi za neki od oblika poduzetničkog djelovanja dobni skupina koje se mogu smatrati mladim – najčešće one populacije starosne dobi između 18 i 25 godine.“ (Buble, Kružić, 2006, str. 148). Aktivno uključivanje mladih u poduzetničke aktivnosti postaje jedan od učinkovitih alata za rješavanje problema nezaposlenosti i potpunu iskorištenost radnog potencijala, što je osobito aktualno u razdobljima kriznog i post kriznog razvoja nacionalnog gospodarstva i regije. Poduzetništvo mladih ne samo da doprinosi izgradnji njihove financijske sposobnosti, već služi i kao mehanizam za njihovu profesionalnu i osobnu samoostvarenje (Khussainova *et al.*, 2024). Temelj svakog društva koje želi napredovati, smanjiti stopu nezaposlenosti i poboljšati svoje ekonomsko stanje je otvaranje novih radnih mjesta. Jedan od načina da se to ostvari je poticanje na poduzetničke aktivnosti, naročito mladih osoba kojima se treba olakšati tranzicija u poslovni svijet. Kako je poduzetništvo širok pojam aktivnosti ljudi koji prepoznaju različite ideje, prilike i mogućnosti, u kontekstu mladih osoba to uključuje dodatne elemente kao što su moderne tehnologije, fleksibilan pristup poslovanju i brze prilagodbe tržišnim promjenama. U usporedbi s poduzetnicima općenito, definicija mladog poduzetnika temeljena na specifičnim kriterijima je relativno loše i teško definirana u literaturama. Prema (Riahi, 2010.) za to postoje dva ključna uzroka: a) postoje velike razlike u poduzetničkom ponašanju između mladih i zrelih poduzetnika, te mnoge definicije su se pokazale netočne za mlade poduzetnike, b) specijalizirana istraživanja su više

usmjerena na motivaciju mladih ljudi da postanu poduzetnici ili na promoviranje poduzetništva među mladima a manje na definiranje.

Vrste poduzetništva mladih

Mladi poduzetnici čine raznoliku skupinu koja se može podijeliti na različite vrste prema njihovim interesima, pristupima i ciljevima. Ova raznolikost je ključna za razumijevanje kako mladi pokreću i razvijaju svoje poslovne ideje, doprinoseći time inovacijama i gospodarskom rastu. Upravo zbog te raznolikosti mogu se definirati na više načina.

Chigunta (2002) definirao je 3 vrste mladih poduzetnika:

1. Pred poduzetnici (15-19 godina). U ovoj fazi, budući mladi poduzetnici napuštaju udobnost svog doma ili obrazovanje kako bi započeli raditi. Samo se neki odluče za poduzimanje sljedećeg koraka na putu za postati poduzetnik od onih koji su na početku bili zainteresirani.
2. Nadobudni poduzetnici (20-25 godina). U ovoj fazi, mladi poduzetnici iskorištavaju znanje, kapital i iskustvo koje su stekli u prethodnoj fazi kako bi mogli započeti sa svojim poduzetničkim poduhvatom. U ovoj se fazi također javljaju prvi neuspjesi kao što su nedovoljna količina kapitala ali također i uspjesi u poduzetničkom poduhvatu.
3. Nastajući poduzetnici (26-29 godina). Ovi poduzetnici imaju veću šansu za uspjeh od prethodno navedenih zato jer imaju puno veće iskustvo u poslu, zrelost, te su zbog toga bolji kandidati za vođenje uspješnih tvrtki.

Također je znanstvenik (Popescu, 2005) definirao dvije vrste mladih poduzetnika:

- a) Tehnološki poduzetnici- Ova vrsta poduzetnika je povezana s trenutnim najnovijim tehnologijama i fokusirana je na inovacije u poslu
- b) „Iz nužnosti“ poduzetnici- Glavna

2.2 Razlozi ulaska mladih u poduzetništvo

Mladi ljudi ulaze u poduzetništvo iz različitih razloga, koji često uključuju želju za ostvarivanjem osobnih ideja, postizanjem financijske neovisnosti i kreiranjem karijere prema vlastitim pravilima. Osim tih osobnih ambicija, vanjski čimbenici poput ograničenih mogućnosti zapošljavanja, ekonomske nesigurnosti i težnje za stvaranjem

društvenih promjena značajno utječu na njihovu odluku. Prema Škrtić (2011.) Neke od glavnih prednosti ulaska mladih u poduzetništvo uključuju mogućnost rada na stvarima koje istinski vole i koje ih ispunjavaju. Mladi poduzetnici imaju priliku usmjeriti svoj rad prema vlastitim interesima i strastima, što može značajno povećati njihovu motivaciju i zadovoljstvo. Također, preuzimaju kontrolu nad vlastitom sudbinom, što im omogućuje da oblikuju svoju budućnost prema vlastitim željama i ciljevima, umjesto da budu ograničeni radom za nekoga drugoga. Uz uspjeh u poduzetništvu dolazi priznanje u društvu, što može povećati njihov ugled i otvoriti nove poslovne mogućnosti. Osim toga, mladi poduzetnici imaju priliku maksimalno iskoristiti svoje potencijale i kreativnost radeći na projektima koji ih zanimaju i motiviraju. Ovaj pristup ne samo da doprinosi njihovom osobnom razvoju, već i može imati pozitivan utjecaj na njihovu zajednicu i društvo u cjelini.

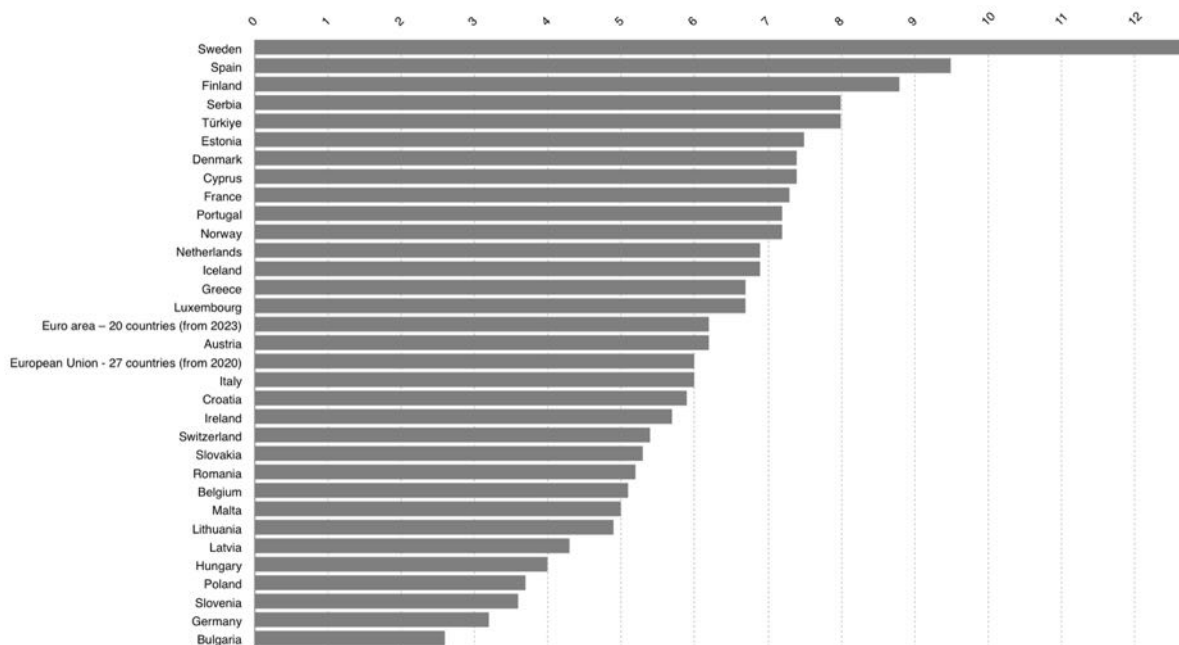
Prema istraživanju koje su proveli (Lupić, Bujan, 2017.) provedenog online anketom od 60 ispitanika istraživanja prema rezultatima istraživanja, na prvom mjestu prednosti ulaska u poduzetništvo je veća mogućnost iskorištavanja vlastitih potencijala s čak 43,6%, dok je drugi najveći razlog s 23,6% je da poduzetnik upravlja svojom sudbinom. Neočekivano, na relativno niskom trećem mjestu našla se financijska neovisnost, sa samo 14,5% odgovora; slično su niski bili poštovanje u zajednici i uvođenje promjena, također privlačeći odgovore od 9,1%. Velik broj ispitanika iznio je mišljenje da je ulazak u poduzetništvo za mlade težak prvenstveno zbog problema oko prikupljanja financijskih sredstava. To se može riješiti poboljšanjem institucionalne infrastrukture odgovorne za razvoj poduzetništva.

2.3 Izazovi ulaska mladih u poduzetništvo

Jedan od često spomenutih problema u Hrvatskoj je stopa nezaposlenosti mladih i starijih osoba. U Hrvatskoj je trenutno 87.798 nezaposlenih osoba. Od toga 56.9% žena a 43.1% su muškarci. Nezaposlenost prema dobi je 24.2% su osobe između 15-29 godina (Hrvatski zavod za zapošljavanje, n.d). Prema tim podacima možemo zaključiti da su mlade osobe koje sudjeluju na tržištu rada manje privlačne poslodavcima u odnosu na druge starosne skupine, izuzetak one najstarije. Neki od razloga za to su manjak vještina, iskustva, nedostatak znanja te općenito kompetencija koje traže određeni poslodavci. Takav pristup u zapošljavanju mladih osoba

automatski stvara negativan utjecaj na upuštanje u poduzetničke vode. Sve to naglašava nedostatak poduzetničkog obrazovanja te nedovoljna financijska sredstva za pokretanje vlastitog posla. Zakoni o radu i razne regulacije mogu također otežati proces zapošljavanja. Kao primjer, stroge regulacije o otpuštanju radnika, probni rokovi i visok trošak zapošljavanja. Promjene u ekonomiji također imaju sve veći utjecaj, automatizacija i digitalizacija smanjuju broj dostupnih radnih mjesta posebno u granama industrije koje su više tradicionalne. Jedina prilika za stjecanje stručnog znanja im je obvezna stručna praksa, no nailaze na otpor zaposlenika jer nisu voljni raditi dodatni mentorski rad, a uz to se boje odavanja povjerljivih podataka. Sukladno tome, mladoj će osobi biti vrlo teško steći prvo radno iskustvo u struci. Kad bi se pripravnicima omogućilo obavljanje poslova uz mentorstvo u poduzećima, mladi ljudi bi nakon završenog fakulteta imali potrebno iskustvo u praksi. Unatoč svim planovima zapošljavanja od strane države i zavoda za zapošljavanje, nužan je aktivan angažman tvrtki kako bi se omogućilo stjecanje specifičnih znanja i vještina. (Lupić, Bujan, 2017).

Slika 1 Stopa nezaposlenosti mladih u Europskoj uniji i Eurozoni u 2023. godini (15-24).



Izvor: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics>

Slika 1 prikazuje stopu nezaposlenosti mladih u Europskoj uniji i Eurozoni te prema podacima Eurostata, Hrvatska se nalazi ispod prosjeka Europske unije u pogledu nezaposlenosti mladih u dobi od 15 do 24 godine, sa stopom nezaposlenosti od 5,9%. Ova relativno niska stopa nezaposlenosti među mladima ukazuje na pozitivne trendove u zapošljavanju, no i dalje postoji potreba za dodatnim naporima kako bi se osigurale trajne mogućnosti zapošljavanja i smanjenje nesigurnih radnih uvjeta. Unatoč tome što Hrvatska bilježi povoljniju situaciju u odnosu na druge zemlje članice EU-a, ostaje izazov osigurati mladima stabilna i kvalitetna radna mjesta koja će im omogućiti dugoročnu profesionalnu i osobnu stabilnost.

Osnivanje poduzeća i uspostavljanje stabilnog poslovanja često zahtijeva od poduzetnika mukotrpan rad bez određenog radnog vremena. U početku je angažman osnivača toliko intenzivan da se može reći da poduzeće "posjeduje" njega, a ne obrnuto, dok privatni život, uključujući obitelj i prijatelje, postaje zanemaren. Neki od glavnih nedostataka ulaska u poduzetništvo su nesigurnost dohotka, jer postoji rizik da poduzeće neće biti profitabilno, te velika razina stresa povezana s upravljanjem poslovanjem. Tijekom uspostavljanja poduzeća potreban je veći angažman osnivača, što često dovodi do niže kvalitete života, a postoji i mogućnost da poduzeće propadne, što bi rezultiralo gubitkom uloženog kapitala. Upravo zbog tih razloga propada mnogo start-upova i novih ideja (Škrtić, 2011).

3 PODUZETNIŠTVO MLADIH U RH

Pokrenuti vlastiti posao veliki je izazov, pogotovo za mlade poduzetnike koji najčešće nemaju iskustva i kapitala. Shvaćajući te poteškoće, država i europske institucije razvile su niz programa podrške i mjera kako bi olakšale ovaj složeni proces. Ove su potpore ključne jer osiguravaju financijska sredstva potrebna za savjetodavnu potporu, obrazovanje i infrastrukturu. Poznavanje raspoloživih resursa i u kojim institucionalnim okvirima omogućit će mladim poduzetnicima lakši put od faze ideje do uspješnog poduzetnika u poslovnom svijetu.

3.1 Pregled stanja u RH

U Republici Hrvatskoj svake je godine sve veći broj mladih u potrazi za poslom. Bilo da je riječ o onima sa srednjoškolskim ili visokoškolskim obrazovanjem, mladi kontinuirano tragaju za prilikama koje će im omogućiti profesionalni rast. Nerijetko te prilike pronalaze u inozemstvu, posebno u susjednim zemljama, gdje traže bolje uvjete rada i mogućnosti za daljnji razvoj karijere. „U Hrvatskoj veliki broj obrazovanih mladih ljudi traži posao umjesto da ga sami stvore. Većina mladih ima želju kročiti u poslovni svijet gdje bi bili sami svoji šefovi i gdje bi vodili svoj posao, no u tome ih sprječava strah koji prvobitno kreće od otpora obitelji i prijatelja. Isto tako boje se kako njihovo poslovanje neće uspjeti, kako neće imati dovoljnu financijsku potporu i slično“ (Lupić i Bujan, 2017:67). Slika 2 prikazuje odnos ranije i starije poduzetničke aktivnosti u odabranim primjerima te na temelju toga uspoređujući ranu poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj, vidljivo je da je mlađa dobna skupina, od 18 do 34 godine, znatno aktivnija u poduzetničkim pothvatima, s postotkom od 19%. To ukazuje na veći interes i inicijativu među mladima za pokretanje vlastitih poslova. S druge strane, kod starije dobne skupine, od 35 do 64 godine, taj postotak pada na 11%, što može sugerirati manju spremnost na preuzimanje poduzetničkih rizika ili veću stabilnost u postojećim karijerama.

Kada usporedimo ove podatke s drugim državama, možemo primijetiti različite trendove. Na primjer, u Nizozemskoj mlađa dobna skupina pokazuje sličan postotak poduzetničke aktivnosti kao u Hrvatskoj, s 18%, dok je starija skupina nešto aktivnija, s 12%. U Kanadi je razlika između dobnih skupina još izraženija, gdje 32% mlađih

sudjeluje u poduzetničkim aktivnostima, dok je među starijima taj postotak tek 13%. S druge strane, u Norveškoj starija skupina nadmašuje mlađu, s 8% naspram 5%, što može ukazivati na jaču kulturu poduzetništva među iskusnijom populacijom.

Slika 1 Razine ukupne mlade poduzetničke aktivnosti

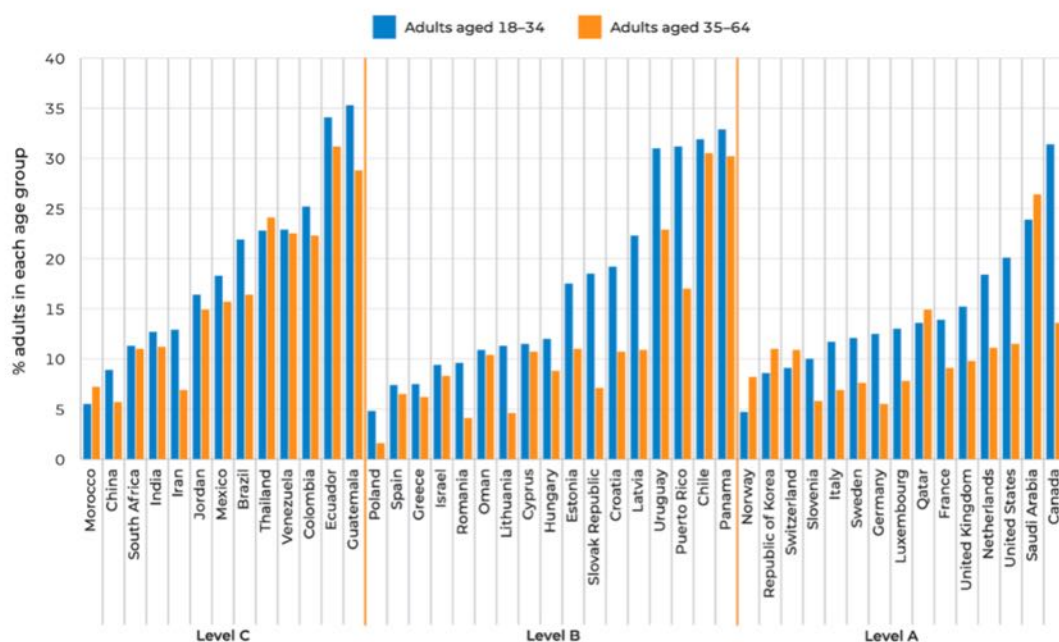


FIGURE 6.4 The level of Total early-stage Entrepreneurial Activity (% adults in each age group) for age groups 18-34 and 35-64
Source: GEM Adult Population Survey 2023

Izvor: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377>

Slika 3 prikazuje razine utemeljenih vlasnika poduzeća i kada analiziramo razinu vlasništva nad već uspostavljenim poslovima među različitim dobnim skupinama u Hrvatskoj, primjećujemo značajnu razliku u korist starijih generacija. Naime, samo 2% osoba u dobnj skupini od 18 do 34 godine ima već uspostavljen posao, dok taj postotak raste na 7% među osobama u dobi od 35 do 64 godine. Ova razlika može se povezati s prethodno spomenutim podacima o ranoj poduzetničkoj aktivnosti, gdje mlađa dobnja skupina pokazuje veću sklonost započinjanju novih poslovnih pothvata. Iako mladi u Hrvatskoj pokazuju značajan interes za poduzetništvo i pokretanje novih poslova, manji postotak uspostavljenih poslova u toj dobnj skupini sugerira da mnogi od tih novih poduhvata ne opstaju na duže staze ili da mladi još nisu dosegili fazu u kojoj bi njihovi poduhvati bili prepoznati kao "uspostavljeni poslovi." S druge strane, veći postotak uspostavljenih poslovnih subjekata među starijom populacijom odražava

njihovu stabilnost i iskustvo, kao i dugoročno održavanje poslovanja. Ovo također može sugerirati da poduzetnički pothvati u Hrvatskoj često zahtijevaju određeno vrijeme za rast i konsolidaciju, što starijoj generaciji daje prednost u izgradnji trajnih poslovnih modela. Ovi podaci zajedno pružaju cjelovitiju sliku poduzetničkog okruženja u Hrvatskoj, gdje mladi pokazuju entuzijazam i spremnost za ulazak u poduzetničke vode, dok starija generacija uspješno održava i razvija već uspostavljene poslovne subjekte.

Slika 2 Razine utemeljenih vlasnika poduzeća

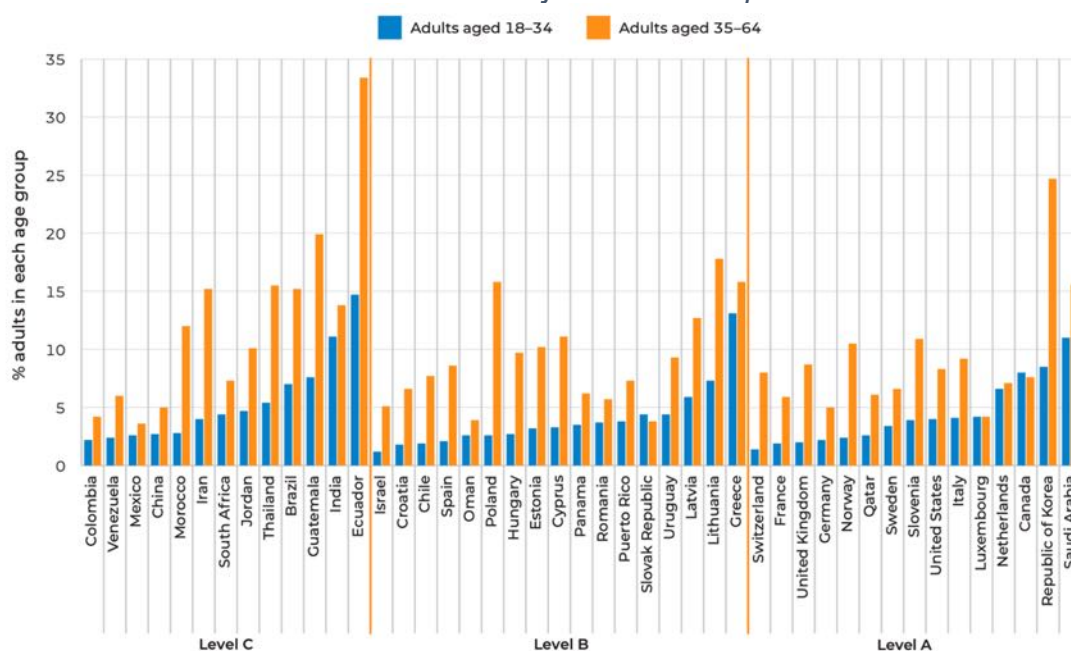


FIGURE 6.5 The level of Established Business Ownership (% adults in each age group) for age groups 18-34 and 35-64
Source: GEM Adult Population Survey 2023

Izvor: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377>

3.2 Potporne mjere za mlade poduzetnike u RH

„Poduzetnička i tržišna sloboda temelj su gospodarskog ustroja Republike Hrvatske. Država osigurava svim poduzetnicima jednak pravni položaj na tržištu kako bi svatko imao jednaku priliku za uspjeh. Uspostavlja regulative kako bi spriječila monopolističke prakse i osigurala da tržišna moć ne bude zloupotrijebljena, čime se štiti pošteno natjecanje i spriječava ostvarivanje nepravedne dobiti. Također potiče gospodarski

rast i socijalno blagostanje te se brine o ravnomjernom razvoju svih svojih regija. Prava ulagača na njihov uloženi kapital u poslovne projekte ili poduzeća zaštićena su zakonom, a stranim ulagačima jamči se slobodno prenošenje ostvarene dobiti i uloženog kapitala. (Narod.hr, 2024). U Hrvatskoj je nekoliko institucija odgovorno za programe razvoja i poticanja poduzetništva. Među njima su Ministarstvo rada, gospodarstva i poduzetništva (MINGORP), Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR), Hrvatska agencija za malo i srednje poduzetništvo (HAMAG) i Poslovno inovacijski centar Hrvatske (BICRO). U Hrvatskoj ove institucije provode programe potpore poduzetništvu. Državni poticaji predstavljaju jedan od načina koji može uvelike pomoći u lakšem pokretanju poduzetništva kao i prikupljanju dovoljnih financijskih sredstava: bespovratne potpore, subvencioniranje kamata na kredite, plaćanje kamata, zajedničke jamstvene sheme i dr. Državni poticaji iz dva su dijela. Mogu se dodijeliti, dijelom iz sredstava državnog proračuna ili iz dijela proračuna lokalne samouprave. Na međunarodnoj razini poticaji su sredstva osigurana iz proračuna Europske unije. Najviše poticaja usmjereno je na male i srednje poduzetnike jer oni teže prikupljaju financijska sredstva, a većina ljudi u Hrvatskoj i Europi zaposlena je u malim i srednjim poduzećima (Lupić, Bujan, 2017).

3.2.1 Nacionalni program za mlade

Kako bi se zadržala visokoobrazovana radna snaga i pojačala briga o mladima, donesene su brojne mjere, uključujući snižavanje stopa poreza na dohodak i povećanje osobnih odbitaka, koje su dale određene učinke kao što je povećanje osobnog odbitka. Kao takva ističe se značajnija promjena vezana uz demografski pokazatelj mladih iz 2020. godine kojom se smanjuje godišnja obveza poreza na dohodak po osnovi plaće na poreznu osnovicu od 360.000 HRK (47.780,28 EUR): odnosno 100% za mlade do 25 godina života, te 50% mlade ljude od 26 do 30 godina. U okviru ove mjere više od 140.000 mladih svake godine ostvari porezne olakšice koje im uvelike olakšavaju daljnji razvoj. Jedan od projekta Nacionalnog programa za mlade je stipendiranje učenika u obrtničkim zanimanjima. Taj projekt kroz sustav stipendiranja potiče studente na studiranje na deficitarnim smjerovima na tržištu rada, kako bi stekli vještine za samostalan profesionalni rad te razvili socijalne i poduzetničke sposobnosti te kao glavni cilj osigurali radnu snagu za obrtnički sektor. Od 2021. dodijeljeno je ukupno gotovo 15.500 stipendija učenicima koji se školuju za strukovno

obrazovanje u deficitarnim obrtima. Ciljevi projekata u okviru provedbene mjere su poboljšanje životnih uvjeta u ruralnim područjima, povećanje atraktivnosti sela za druge aktivnosti i njihov razvojni potencijal te poticanje rasta i socioekonomske održivosti.

Financijski instrumenti programa odnose se na pomoć pri povratku kapitala, odnosno koncesijske zajmove, kredite i jamstva. Takva pomoć se dodjeljuje radi ulaganja u modernizaciju, restrukturiranje i veću konkurentnost poljoprivrednih gospodarstva, korištenje obnovljivih izvora energije, povećanje dodane vrijednosti poljoprivrednih proizvoda, razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima te ulaganje u strojeve, alate i opreme u pridobivanju drva. Jedan od oblika pomoći je program osobnog jamstva za ruralni razvoj kojemu je cilj olakšati pristup financijskim sredstvima za poljoprivrednike, male poduzetnike i obrtnike koji se nalaze u ruralnim područjima. Dodatna pogodnost koju Program osobnog jamstva za ruralni razvoj nudi za mlade poljoprivrednike je maksimalna stopa jamstva od 80% i 70% za ostale korisnike. Osigurano je čak osam jamstava za mlade poljoprivrednike u ukupnom iznosu od 13,6 milijuna hrvatskih kuna (1,8 milijuna eura), od ukupno 10 jamstava s ukupnim iznosom od 16,6 milijuna hrvatskih kuna (2,2 milijuna eura). U sklopu financijskih instrumenata programa do 31. ožujka 2022. mladim poljoprivrednicima isplaćivat će se sljedeća plaćanja:

- 61 Mikro zajam za ruralni razvoj u iznosu od 9,1 milijuna kuna (1,2 milijuna eura)
 - 30 Mikro zajmova za obrtna sredstva za ruralni razvoj u iznosu od 3,6 milijuna kuna (474 tisuća eura)
 - 201 Mali zajam za ruralni razvoj u iznosu od 745 milijuna kuna (9,9 milijuna eura)
 - 8 Pojedinačnih jamstava za ruralni razvoj u iznosu od 13,6 milijuna kuna (1,8 milijuna eura)
 - 1 Investicijski kredit za ruralni razvoj u iznosu od 1,3 milijuna kuna (170 tisuća eura)
- 25 kredita Obrtna sredstva za ruralni razvoj u iznosu od 16,4 milijuna kuna (2,2 milijuna eura)

Kroz 326 odobrenih zahtjeva mladim poljoprivrednicima isplaćeno je ukupno 119 milijuna kuna (16 milijuna eura), što čini 21,5 posto ukupnih isplata u okviru provedbe

financijskih instrumenata programa. Također poljoprivrednici, obrtnici mogu dobiti podršku programom plaćanje za mlade poljoprivrednike iz mjera Europske unije. Toj mjeri dodijeljeno je 2% godišnje izravnih plaćanja, a ukupno za razdoblje 2015.-2020 za isplate mladih poljoprivrednika odobreno je 305 milijuna kuna (40 milijuna eura). Mladi poljoprivrednici ovu potporu mogu ostvariti do 5 godina nakon osnivanja odnosno preuzimanja gospodarstva. Plaćanja za prvih 50 hektara provode se u obliku dodatnog iznosa potpore po hektaru (osnovna, zelena i redistributivna plaćanja) u iznosu od 25% prosječnog plaćanja po hektaru. Od 2018. iznos dodatnog doprinosa za mlade poljoprivrednike može iznositi od 25% do 50% prosječnog plaćanja po hektaru (Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 2023).

3.2.2 HBOR-poduzetništvo mladih, žena I početnika

Investicijski krediti predstavljaju ključni alat za poticanje razvoja i rasta poslovanja, osobito za mlade poduzetnike, žene u poduzetništvu i početnike. Ovi krediti omogućuju poduzetnicima da ostvare svoje poslovne ciljeve, unaprijede svoje aktivnosti i doprinesu gospodarskom razvoju.

Za mlade poduzetnike, poslovni subjekti u kojima jedna ili više osoba posjeduje više od 50% vlasništva mogu dobiti investicijske kredite pod povoljnim uvjetima. Mlada osoba, u ovom kontekstu, označava nekoga tko nije navršio 41 godinu života na dan podnošenja zahtjeva. Ovi krediti omogućuju mladim poduzetnicima da financiraju svoje projekte i poduhvate, podržavajući ih u stvaranju stabilnog poslovnog temelja i ostvarivanju poslovnih ciljeva. Poduzetnici početnici, odnosno mikro, mala i srednja poduzeća koja su tek osnovana ili posluju kraće od tri godine na dan podnošenja zahtjeva, također imaju priliku za dobivanje investicijskih kredita. Vlasnici s većinskim udjelom u poslovnom subjektu ne smiju biti ranije vlasnici ili suvlasnici drugih poslovnih subjekata s udjelom većim od 30%. Ovi krediti pružaju novim poduzetnicima priliku za financiranje svojih početnih investicija, pomažući im u izgradnji temelja za dugoročan uspjeh. Krediti se mogu kretati u rasponu od 50 do 300 tisuća eura. Krediti do 100 tisuća eura mogu pokriti do 100% predračunske vrijednosti investicije bez PDV-a, dok za iznose preko 100 tisuća eura mogu pokriti do 85% predračunske vrijednosti. Namjena kredita uključuje ulaganje u osnovna sredstva, dok do 30% kredita može biti korišteno za obrtna sredstva. Krediti se mogu ishoditi izravno ili putem poslovnih banaka u euro valuti. Rok otplate može biti do 12 godina, uključujući mogućnost

počeka do 3 godine, a za specifične slučajeve, poput ulaganja u turizam ili poljoprivredu, rok može biti produžen do 14 godina s mogućnošću duljeg počeka. Kamatna stopa iznosi 4%, uz naknade za obradu zahtjeva i rezervaciju sredstava. Za ulaganja u Sisačko-moslavačku županiju, kamatna stopa je snižena na 2%, a naknade za obradu zahtjeva i rezervaciju sredstava su ukinute. Krediti za ovu regiju mogu pokriti do 100% predračunske vrijednosti investicije s PDV-om. Isto tako, zahtjevi za kredite za oporavak od posljedica potresa u Zagrebačkoj i Karlovačkoj županiji mogu se razmotriti pod istim uvjetima. Navedene kamatne stope moguće je dodatno umanjiti za zapošljavanje mladih, tj. za barem jednog zaposlenika mlađeg od 30 godina, snižavanjem od 0,2 postotna boda. Također, subvencije županija, gradova i općina mogu dodatno smanjiti kamatne stope do 2 postotna boda (HBOR, n.d.).

3.3 Poduzetničke potporne institucije za potrebe mladih poduzetnika

Ustanove za potporu poduzetništvu su pravne osobe čija je zadaća stvaranje kvalitetnog, korisniku orijentiranog poduzetničkog okruženja u Republici Hrvatskoj.

Kategorije institucija za potporu poduzetništvu:

Razvojne agencije (lokalne, područne ili za određene djelatnosti) odgovorne su za operativno provođenje aktivnosti razvoja gospodarstva i poduzetništva, poticanje i privlačenje investicija te pokretanje i provedbu projekata potpore gospodarskom razvoju i poduzetništvu, objedinjavanje rada gospodarskih tijela s gospodarskim subjektima, lokalne i regionalne institucije poduzetništva te visokoškolske ustanove i centri znanja. Mogu biti od koristi mladim poduzetnicima u privlačenju investicija i pokretanje projekata potpore.

Poduzetnički centri odgovorni su za operativno provođenje aktivnosti razvoja i potpore poduzetništvu na lokalnoj i/ili široj razini (okrug, regija) i predstavljaju centre stručne i edukativne pomoći poduzetnicima u području razvoja poduzetništva na svom području. Posebna podkategorija poduzetničkih centara su digitalno inovacijski centri koji pružaju podršku poduzetnicima u procesu digitalizacije poslovanja, digitalne transformacije i razvoja digitalnih vještina te posredovanje između pružatelja usluga novih tehnologija i korisnika. Posebno imaju ulogu u promicanju poduzetništva mladih

jer pružaju besplatna savjetovanja i konzultacije te informacije o raznim projektima i programima u poduzetništvu koje bi inače bile teško dohvative.

Poslovni (poduzetnički ili novo tehnološki) inkubatori zaduženi su za pomoć i podršku poduzetnicima u ranim fazama razvoja poduzetničkih projekata te pružaju stručnu, tehničku i obrazovnu pomoć u pokretanju poduzetničkih projekata i tvrtki te njihovom brzom i održivom razvoju.

Jedan od primjera je SPIN što je kratica za studentski poduzetnički inkubator koji je otvoren kod Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli. On omogućuje studentima odnosno budućim poduzetnicima, oblikovati njihove ideje, dati stručne savjete, predstaviti ih potencijalnim partnerima i dobavljačima, te je namijenjen isključivo za studente preddiplomskih i diplomskih studija navedenog fakulteta.

Poduzetnički akceleratori zaduženi su za pružanje podrške poduzetnicima u fazi post inkubacije, odnosno u fazi razvoja poslovanja i širenja na domaćem i stranom tržištu. Mogu mladim poduzetnicima pružiti mentorstvo, pristup investitorima i partnerima i razne usluge koje će im olakšati razvoj i proširenje poduzeća.

Poslovni parkovi osiguravaju fizički prostor, zemljište i resurse za smještaj malih, srednjih i velikih poduzetnika na komercijalnoj osnovi, s posebnim fokusom na privlačenje domaćih i stranih ulaganja. Nude poduzetnicima priliku za razvoj i umrežavanje.

Znanstveno-tehnološki parkovi stvaraju se radi komercijalizacije rezultata znanstvenih istraživanja i poticanja suradnje između znanstvenika i poduzetnika. Nude pristup istraživačkim resursima i stručnjacima što može pomoći poduzetniku u razvoju inovativnih proizvoda.

Centri kompetencija provode istraživačke projekte razvojne ili proizvodne prirode te razvijaju kompetencije u određenim područjima s kojima drugi poslovni subjekti mogu eksternalizirati usluge istraživanja i razvoja u cilju jačanja pojedinih industrija. Mladima nude mogućnost suradnje na projektima i razvijanje njihovih kompetencija (Vlada Republike Hrvatske, 2024). Tablica 2 prikazuje broj poduzetničke infrastrukture u Republici Hrvatskoj.

Tablica 3 Poduzetnička infrastruktura u Republici Hrvatskoj

Poduzetnička infrastruktura	
Poduzetničke zone	328
Lokalne i županijske razvojne agencije	78
Poduzetnički centri	64
Poduzetnički i za nove tehnologije inkubator	62
Poduzetnički akcelerator	17
Centri kompetencije	8
Poslovni park	3

Izvor: Samostalna izrada na temelju dostupnih podataka

3.4 Europski programi za poduzetništvo mladih u RH

Europski programi za poduzetništvo mladih u Republici Hrvatskoj igraju ključnu ulogu u poticanju i razvoju poduzetničkih vještina među mladima. Ovi programi pružaju financijsku podršku, edukaciju i mreže kontakata, omogućujući mladim poduzetnicima da prevladaju izazove s kojima se suočavaju pri pokretanju i vođenju vlastitog poslovanja. U kontekstu Hrvatske, ovi programi ne samo da pomažu u smanjenju nezaposlenosti među mladima, već također potiču inovativnost i stvaranje novih radnih mjesta, što doprinosi cjelokupnom gospodarskom rastu i razvoju zemlje.

3.4.1 Erasmus program za mlade poduzetnike

Erasmus za mlade poduzetnike pomaže osigurati budućim europskim poduzetnicima vještine potrebne za pokretanje i/ili uspješno vođenje malog poduzeća u Europi. Novi poduzetnici prikupljaju i razmjenjuju znanje i poslovne ideje s iskusnim poduzetnikom, s kojim borave i surađuju u razdoblju od 1 do 6 mjeseci (Erasmus za mlade poduzetnike, n.d.).

Prednosti programa su te da će mladi poduzetnik dobiti obuku na radnom mjestu u malom i srednjem poduzeću u drugoj zemlji sudionici. To će rezultirati edukacijom kako bi pokretanje tvrtke bilo uspješno ili kako bi se učvrstilo nedavno osnovano poduzeće. Također poduzetnici mogu iskoristiti nova tržišta, međunarodnu suradnju i potencijalne prilike za suradnju s poslovnim partnerima u inozemstvu. Domaćin poduzetnik će dobiti svježije ideje o svom od entuzijastičnog novog poduzetnika. Oni mogu imati specijalizirane vještine u nekim područjima u kojima domaćin poduzetnik nije

specijaliziran. To je vrsta partnerstva u kojem obje strane također mogu pronaći svoj put do novih europskih tržišta ili poslovnih partnera i drugih metoda poslovanja. Dugoročno gledano, poduzetnik će imati koristi od opsežnih mogućnosti umrežavanja i možda će se odlučiti nastaviti svoju suradnju po mogućnosti kao partner na duže vrijeme (zajednička ulaganja, aktivnosti podugovaranja, odnosi izvođača i dobavljača itd.). U programu mogu sudjelovati: Austrija, Albanija, Belgija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Island, Hrvatska, Kosovo, Cipar, Lihtenštajn, Češka, Moldavija, Danska, Crna Gora, Estonija, Sjeverna Makedonija, Finska, Norveška, Francuska, Srbija, Njemačka, Turska, Grčka, Ukrajina, Mađarska, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Malta, Nizozemska, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka, Slovenija, Španjolska, Švedska (Erasmus za mlade poduzetnike, 2024).

Glavni koraci koje treba slijediti za sudjelovanje u programu Erasmus za mlade poduzetnike:

1. Dokumenti za prijavu trebaju biti pripremljeni, uključujući životopis, motivacijsko pismo i, uz to, poslovni plan za nove poduzetnike.
2. Registracija se vrši putem online obrasca (link), gdje je potrebno poslati životopis i poslovni plan (samo za nove poduzetnike).
3. Nakon prihvaćanja, potrebno je izgraditi odnos s novim ili domaćim poduzetnikom u inozemstvu. Postoje dvije opcije: a) predložiti lokalnoj kontaktnoj točki poduzetnika s kojim je već uspostavljen kontakt, ili b) pronaći novog poduzetnika u online katalogu uz pomoć lokalne kontaktne točke.
4. Dogovor s novim ili domaćim poduzetnikom o radnom i obrazovnom projektu (npr. o datumima, ciljevima i planu aktivnosti razmjene) šalje se lokalnoj kontaktnoj točki.
5. Obvezu o kvaliteti, digitalno potpisuju svi partneri uključeni u odnos. Novi poduzetnik također treba zaključiti financijski sporazum sa svojom lokalnom kontaktnom točkom.
6. Razmjena može trajati od 1 do 6 mjeseci s mogućnošću podjele boravka na tjedne termine, pod uvjetom da vremenski raspon ne prelazi ukupno 12 mjeseci.
7. Financijska pomoć novom poduzetniku osigurava se u nekoliko uplata, u skladu s ugovorom potpisanim s njegovom/njezinom lokalnom kontaktnom točkom (Erasmus za mlade poduzetnike, 2024).

4 PRIMJERI PODUZETNIŠTVA MLADIH U RH

U nastavku rada prikazani su primjeri uspješnih mladih poduzetnika u Republici Hrvatskoj i analizirane njihove ključne osobine koje su im pomogle u dostizanju poduzetničkog uspjeha.

4.1 *Mate Rimac osnivač Rimac automobila*

Putovanje Mate Rimca kao poduzetnika dokaz je važnosti vizije, inovativnosti i strateškog predviđanja u snalaženju i uspjehu u izazovnim okruženjima. Pokrenuvši svoj posao u garaži, Rimac je primjer početka s ograničenim resursima i njihovog pretvaranja u revolucionarna postignuća. Njegova jasna vizija za budućnost i ambicija da stvori tvrtku koja se doživljava kao 'hladnija' od Tesle pokazuju ne samo njegov natjecateljski duh, već i njegovu spremnost da pomiče granice u industriji u kojoj Hrvatska nije imala prethodnog iskustva (Jutarnji list, 2017). Svoju inovativnost pokazivao je već od malih nogu kada je kao 17 godišnjak napravio izum IGLOVE koja služi kao zamjena za tipkovnicu i miš dok su se njegovi vršnjaci odlučili za jednostavnije izume kao šta je punjač. Zarađenim novcem od nagrada kupio je bmw "kocku" od koje je sve zapravo krenulo. Transformacijom automobila na benzinski pogon u električni pokazao je svoju upornost i samouvjerenost jer malo tko bi si dao oduška i pokušao ostvariti takav pothvat. Nakon toga nastaje revolucija, prvi Hrvatski električni automobil Rimac Concept One, luksuzni superautomobil kojeg si samo rijetki mogu priuštiti ali opet veliki ponos za zemlju kao što je Hrvatska (Barać, 2013). Strateški pristup koji Rimac koristi, kao što je selektivnost u odabiru investitora kako bi se osigurala obostrano korisna partnerstva, naglašava njegov pristup budućnosti i važnost strateškog odlučivanja u postizanju dugoročnog uspjeha. Nadalje, njegova sposobnost snalaženja u izazovnom poslovnom okruženju, koje karakterizira nedostatak političke podrške i opća atmosfera nepoštivanja uspjeha, naglašava njegovu otpornost i odlučnost. Njegov uspjeh u osiguravanju suradnje s utemeljenim markama kao što su Aston Martin, Renault i Brembo ne samo da pokazuje njegovu sposobnost stvaranja vrijednih odnosa, već i njegovu sposobnost da se uskladi s globalnim liderima kako bi poboljšao svoju konkurentsku prednost (Jović, 2021). Ove osobine i strategije zajedno ilustriraju ključne aspekte uspješnih mladih poduzetnika,

naglašavajući potrebu za vizijom, strateškim planiranjem i inovativnošću u prevladavanju poduzetničkih izazova i postizanju održivog rasta.

Potpora iz Hrvatske i Europske unije odigrala je značajnu ulogu na putu Mate Rimca do uspjeha. Hrvatska vlada i razne inicijative Europske unije pružile su ključnu financijsku i političku potporu, koja je bila ključna u ranim fazama razvoja Rimac Automobila. Na primjer, programi financiranja usmjereni na poticanje inovacija i poduzetništva omogućili su Rimcu pristup kapitalu za istraživanje i razvoj. Dodatno, fokus Europske unije na održive i zelene tehnologije savršeno se uskladio s njegovom vizijom stvaranja električnih vozila visokih performansi, čime je dobio dodatnu podršku. Ta potpora nije bila samo financijska, već je također uključivala mentorstvo i mogućnosti umrežavanja koje su pomogle Rimcu da se snađe u složenom krajoliku automobilske industrije (Ivezić, 2021).

4.2 Alan Sumina i Zoran Vučinić osnivači Nanobita

Nanobit je jedan od najsvjetlijih primjera uspjeha hrvatskog IT sektora, a njegovi osnivači, Alan Sumina i Zoran Vučinić, ističu se kao ključne figure ovog nevjerojatnog uspona. Ova tvrtka, koja je prije nepune četiri godine ostvarila jednu od najvećih prodaja u hrvatskom IT-u, pruža fascinantno uvid u to kako strast, upornost i prilagodljivost mogu dovesti do izvanrednih rezultata u industriji tehnologije i gaminga.

Nanobit je osnovan 2008. godine s ciljem stvaranja inovativnih mobilnih igara koje će se razlikovati na tržištu. Alan Sumina i Zoran Vučinić započeli su s radom u ovom sektoru s jasnom namjerom da razvijaju proizvode koje sami vole i u koje vjeruju, bez inicijalnog plana za prodaju tvrtke. Njihov pristup bio je vođen strašću za programiranjem i stvaranjem kvalitetnog sadržaja, a ne financijskim ciljevima.

Kroz 12 godina rada, Nanobit je postao značajan igrač na tržištu mobilnih igara, s brojnim uspješnim naslovima koji su zadobili globalnu pažnju. Osnivači su postepeno prepoznali promjene u industriji i prilagodili svoje strategije kako bi ostali konkurentni. Kao što su istaknuli, industrija mobilnih igara doživjela je značajne promjene, uključujući promjene u načinima oglašavanja i praćenju učinkovitosti, što je utjecalo na njihov poslovni model. Jedan od najvećih uspjeha Nanobita bio je postizanje prodaje tvrtke koja je vrijedila više od 100 milijuna dolara, što je bio jedan od najvećih

financijskih exita u hrvatskom IT sektoru. Ova transakcija nije samo označila završetak jednog uspješnog poglavlja, već i otvorila nova vrata za buduće projekte i investicije.

Usprkos impresivnim financijskim rezultatima, Sumina i Vučinić su se suočili s brojnim izazovima. Promjene u tehnologiji, uključujući ograničenja na praćenje oglasa i povećane troškove oglašavanja, zahtijevale su stalnu prilagodbu i strategijsko razmišljanje. Osim toga, Covid-19 je imao utjecaj na cijelu industriju, što je dovelo do stagnacije u mobilnom gamingu i povećalo pritisak na tvrtke da se prilagode novim uvjetima. Alan Sumina i Zoran Vučinić, kao osnivači Nanobita, posjeduju niz ključnih osobina koje su im omogućile da postignu uspjeh: Strast i Posvećenost: Njihova strast prema programiranju i stvaranju igara bila je temelj njihovog uspjeha. Ova strast im je omogućila da izdrže izazove i konstantno unapređuju svoje proizvode. Prilagodljivost: Spremnost na prilagodbu i promjenu strategije bila je ključna za njihovu sposobnost da ostanu konkurentni. Prepoznavanje promjena u industriji i prilagodba novim uvjetima pokazuje njihovu sposobnost da se nose s dinamičnim okruženjem. Visoki Standardi i Profesionalizam: Iako su gaming tvrtke često percipirane kao ležerne, Sumina i Vučinić su se uvijek trudili održati visoke standarde profesionalizma. Ovo uključuje pravilno upravljanje financijama i održavanje jasnih očekivanja od svojih zaposlenika. Kreativnost i Inovativnost: Njihova sposobnost da stvaraju originalne i inovativne igre, iako su se neki od njih pokazali neuspješnima, pokazuje njihovu predanost kvaliteti i inovacijama. Inspiracija iz postojećih igara bila je samo dio njihovog pristupa stvaranju novih i uzbudljivih proizvoda. Ustrajnost i Vizija: Duži period od 12 godina i razvoj tvrtke do njezine prodaje pokazuje njihovu ustrajnost i dugoročnu viziju. Ulagali su napor u istraživanje i razvoj kako bi postigli svoje ciljeve, unatoč mnogim preprekama na putu. Nakon prodaje Nanobita, Alan Sumina se posvetio istraživanju novih investicija i planiranju svog povratka u IT sektor. Njegovi planovi uključuju osnivanje nove gaming tvrtke, koja će se fokusirati na nove žanrove i eksperimentirati s različitim prototipima. Ova odluka pokazuje njegovu kontinuiranu strast za stvaranjem i njegovu sposobnost da prepozna i iskoristi nove prilike (Forbes, 2024).

4.3 Marijana Knezoci osnivač DreamMaker production

Marijana Knezocio je nositeljica prestižne titule Mikropoduzetnica 2023. Marijana Knezoci primjer da se hrabrošću i upornošću mogu postići izvanredni rezultati u poduzetništvu ljudi mogu izgraditi sjajan posao. Nije joj bilo lako doći ovamo, karijeru je započela u korporativnom sektoru kao specijalistica za kontroling. Iako vrlo uspješna, Marijana u toj sredini nikada nije pronašla potpuno zadovoljstvo. To ju je natjeralo da preispita svoje ciljeve i inspiriralo ju je na nove izazove.

Njezina poduzetnička priča započela je slučajno kada ju je suprug zamolio da pomogne u organizaciji Međunarodnog festivala filmske glazbe i zvuka. Ova joj je prilika omogućila da se puno radno vrijeme bavi onim što je voljela: kulturom i umjetnošću, gdje su zajedno sa suprugom razvili ideju koja je prerasla u jedan od najvažnijih festivala ove vrste u svijetu. Stoga su osnovali producencku tvrtku pod nazivom Dreamaker Productions, s misijom naglašavanja važnosti filmske glazbe i zvuka kao neovisnih umjetnosti. Posebno je ponosna na projekciju u pulskoj Areni filma Gladijator, koja je privukla velik broj turista i VIP gostiju iz filmske industrije, uključujući i oskarovce. Unatoč svim sumnjama, Marijana je ispunila Arenu do kraja, ovo je potvrdilo njezinu viziju i željeznu odlučnost. Upornost je prva u nizu osobina koje ističu Marijanu Knezoci i postaju ključne za njezin uspjeh. Poslovanje je u početku pratilo niz prepreka, uključujući nedostatak financijskih sredstava i vanjskih partnera. No, Marijana je bila odlučna i nije odustala, to je njezinoj tvrtki omogućilo rast i globalnu vidljivost. Kreativnost je također veliki dio njezinog uspjeha. Marijana uživa u procesu stvaranja, od ideje do realizacije, što njezina događanja čini originalnima i inovativnima. Primjer je projekcija na otvorenom u pulskoj Areni, gdje su posjetitelji mogli doživjeti filmsku umjetnost na jedinstven način. Marijana je na kraju pokazala svoju inicijativu i volju da izađe iz svoje zone ugone. Promjena načina razmišljanja i stalno samousavršavanje bili su nužni kako bi napustila siguran korporativni posao i ušla u nepoznato područje poduzetništva. Ta joj je osobina omogućila da prepozna prilike, preuzme rizike i vodi uspješan posao. Marijana Knezoci je ostvarila svoje snove, ali je time i svojom ustrajnošću promovirala kulturu i umjetnost, mijenjajući percepciju filmske glazbe u Hrvatskoj i šire. Svojim primjerom pokazuje da su upornost, kreativnost i spremnost na rizik najvažnije osobine svakog poduzetnika koji želi biti uspješan (Vukelić, 2024).

5 INTERVJU SA MLADIM PODUZETNIKOM

U narednom poglavlju upoznajemo Valentina Marunicu, mladog poduzetnika i osnivača Install Power Tech. Kroz intervju, govori o svojem putu do pokretanja vlastitog posla, izazovima i motivaciji.

5.1 *Intervju Valentino Marunica osnivač Install Power Tech*

Za provedbu ovog istraživanja o mladim poduzetnicima, njihovim osobinama i karakteristikama intervjuiran je mladi poduzetnik Valentino Marunica, osnivač tvrtke Install Power Tech J.d.o.o koja se bavi elektroinstalacijskim radovima.

Nakon završetka srednje škole odmah se zaposlio kao električar u drugoj tvrtki. S vremenom je, kao i mnogi mladi ljudi u Hrvatskoj, osjetio potrebu za promjenom i daleko boljim radnim uvjetima koji su ga odveli u Švedsku. Nije pronašao dugoročnu motivaciju za boravak u Švedskoj iako je imao vrlo dobre uvjete rada. Umjesto toga, vratio se u Hrvatsku s jednim jasno definiranim ciljem, postati samostalni poduzetnik prije navršenih 26 godina. Težnja prema poduzetništvu bila je težnja za neovisnošću i financijskom slobodom, s obzirom da se velika potražnja za električnim uslugama otvorila u svjetlu građevinskog procvata. Mogućnost odabira radnog vremena, odabira klijenata i mogućnosti za ponovni posao činilo se jačom privlačnošću od rada za nekog drugog i dodatno je učvrstilo njegovu želju. Iako je vrlo dobro znao da svaki posao ima svoje izazove, on ih je spremno prihvatio, shvaćajući da poduzetnički put nije „šetnja po parku“. U prvim godinama poslovanja susreo se sa svakakvim preprekama kao kašnjenje plaćanja od strane klijenata, komunikacijski nesporazumi i drugi problemi u poslovanju. Unatoč tim poteškoćama, nije bilo dovoljno velikih prepreka da na trenutak požali što se odvažio na poduzetničke vode. Valentino iz poduzetništva crpi zadovoljstvo zbog osjećaja neovisnosti i kontrole nad vlastitim radom koji ono nosi. Smatra da pozitivni aspekti poduzetništva daleko nadmašuju njegove prateće odgovornosti. U zemlji poput Hrvatske, gdje su plaće niske, a troškovi života visoki, smatra da se mora pokrenuti vlastiti posao kako bi se postigla financijska stabilnost. Posao je financirao sam, uz vrlo malu pomoć obitelji, a shvaća da su prilike za razvoj poduzetništva u zemlji ograničene te da je potrebna bolja informiranost o poticajima i mogućnostima za poduzetnike. Valentino kao ključne osobine uspješnog poduzetništva vidi upornost, odlučnost, samopouzdanje, veliku spremnost na učenje i

sposobnost delegiranja. Ocijenio je da bi, ako nema upornosti, sve bilo izgubljeno jer prepreke stoje između poduzetnika i njegovog cilja. Svakodnevno usavršavanje novih specijalizacija i praćenje trendova u industriji čini ga konkurentnijim na tržištu rada. Razlikovanje tako važnog aspekta delegiranja znači da je spreman za poslovni rast. Budući da se još nije susreo s zaposlenicima, Valentino ima jasnu ideju o proširenju svog tima kada je u pitanju organizacija posla i visoki standardi rada. Uspjeh ne mjeri samo u smislu financijske neovisnosti, već i sposobnosti postizanja poslovne dimenzije u kojoj može preuzeti mnogo veće projekte i strateški voditi posao. S vremenom bi želio ući u ugovaranje poslova i delegiranje zadataka, ostavljajući operativni posao drugim ljudima. Ova vizija uspjeha uključivala je sposobnost usklađivanja profesionalnih postignuća s osobnim ciljevima poput putovanja i materijalnih želja kako bi mogao paziti na širu shemu svog poduzetničkog putovanja. Valentino drži do ideje da je poduzetništvo put koji nosi puno izazova, ali i izvanredne prilike za osobni i profesionalni razvoj.

DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

Poduzetništvo mladih jedan je od ključnih problema budućeg razvoja svakog društva, pa tako i Republike Hrvatske. Za mlade se kaže da su nositelji svijeta, te u tom kontekstu poticanje poduzetničkog načina razmišljanja među njima postaje vrlo bitan zadatak. Mladi ljudi su obično puni ideja, ali najčešće im nedostaju potrebna znanja ili resursi koji bi im mogli pomoći da pokrenu svoje poslovanje zbog čimbenika kao što su strah od neuspjeha ili neposjedovanje dovoljno informacija potrebnih za pokretanje. Kako bi svojom kreativnošću i inovativnošću doprinijeli jačanju društvene zajednice, a s druge strane stvarali nove izvore prihoda, mladim poduzetnicima potrebna je dodatna obuka koja će ih opremiti potrebnim vještinama.

Od mladih ljudi se često previše očekuje, s obzirom na njihove godine i iskustvo, previše se oslanja na njih kao cjelinu kada je u pitanju razvoj gospodarstva. S obzirom na to očekivanje, svejedno možemo primjetiti da im se ne pruža adekvatna potpora nakon završetka obrazovanja a nužni su za daljnje funkcioniranje i gospodarski razvoj države. Republika Hrvatska ima razne oblike potpora, programa i institucija ali postoje područja u kojima bi trebala dosta napredovati.

Dokazana je hipoteza da su mladi uspješni poduzetnici uporni i inovativni. Analizom konkretnih primjera uspješnih mladih poduzetnika, poput Mate Rimca, Alana Sumine, Zorana Vučinića, Marijane Knezoci i novog poduzetnika Valentina Marunice. Utvrđeno je kako osobine poput vizije, inovativnosti, upornosti, kreativnosti, prilagodljivosti i strateškog planiranja igraju ključnu ulogu u njihovom uspjehu. Mate Rimac je, primjerice, uspio transformirati svoju strast prema tehnologiji i automobilima u globalno prepoznatljivu tvrtku, unatoč početnim izazovima i ograničenim resursima koji su ga lako mogli obeshrabriti. Njegova sposobnost da predvidi svjetske trendove i prilagodi se promjenjivim uvjetima poslovanja naročito u tehnološkoj industriji naglašava važnost inovativnosti i strateškog promišljanja. Također je od samih početaka pokazivao svoju upornost kada je pokušavao napraviti električni automobil, bez te osobine bi vjerojatno odustao na prvoj prepreci i nitko nikada ne bi saznao za Rimac automobile.

Slično tome, Alan Sumina i Zoran Vučinić iz Nanobita pokazali su kako upornost i kreativnost mogu biti ključne osobine u prevladavanju izazova u industriji. Pokazali su

upornost u trenutku pandemije koja je koštala uspjeha mnoga poduzeća. Prilagodili su se promjenama te unatoč nepredviđenim izazovima nastavili gurati dalje. Marijana Knezoci iz Dreamaker Productions unatoč raznim izazovima na početku, bila je uporna i prebrodila sve probleme i njezina žrtvovanja su na kraju sva priznata nagradom za Mikro poduzetnicu 2023. Godine. Na temelju intervjua možemo primjetiti da i Valentino Marunica koji je tek započeo sa pothvatom, upornost smatra jednom od najvažnijih osobina koju također i prepoznaje kod sebe i dodaje priznanje inovativnosti kao konkurentskoj prednosti.

Zaključno, poduzetništvo mladih može značajno doprinijeti gospodarskom rastu, stvaranju novih radnih mjesta i jačanju društvene zajednice u cjelini. I ako se suočavaju sa mnogim problemima kao šta su nedostatak financija, znanja, potpore ili jednostavno straha od neuspjeha, uz adekvatnu potporu od države i bliskih osoba sve te probleme moguće je prebrodit. Mladi se ne bi trebali pouzdati samo na državu i očekivati da je to jedini način za uspjeh već biti uporni, inovativni i imati samopouzdanje jer kako smo primjetili na temelju primjera, već to je dobar korak prema uspjehu.

LITERATURA:

Knjige, znanstveni radovi

1. **Baletić, Z., 1995.** *Ekonomski leksikon*. Zagreb: Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“.
2. **Buble, M. i Kružić, D. (2006).** *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*. Zagreb: RRI F plus.
3. **Drucker, P. F. (1985).** *Innovation and Entrepreneurship*. Academia.edu. https://www.academia.edu/38623791/Innovation_and_entrepreneurship_Peter_F_Drucker
4. **Lupić, M., i Bujan, I. (2017).** 'YOUTHY ENTREPRENEURSHIP – OPPORTUNITIES AND THREATS', *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 7(1), str. 0-0. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/183416> (Datum pristupa: 27.08.2024.)
5. **Scarborough, N. M., i Zimmerer, T. W. (2012).** *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*. Str. 9-11.
6. **Sedlan König, Lj. (2013).** 'Poduzetnička kompetencija kao izvor konkurentnosti studenata na tržištu rada', *Ekonomski vjesnik*, XXVI(1), str. 57-69. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/107935> [Datum pristupa: 17.08.2024.].
7. **Šipić, N. (2024).** *Osnove poduzetništva*. 1. izdanje. Zagreb: Poslovno veleučilište Zagreb. Dostupno na: <https://pvzq.hr/wp-content/uploads/2024/02/Osnove-poduzentistva-1.-izdanje.pdf> [Pristupljeno 18. kolovoza 2024.].
8. **Škrtić, M. i Mikić, M. (2011).** *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o
9. **Tkalec, Z. (2011).** 'Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja', *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), str. 35-43. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130086>

Internetski članci i izvori:

1. **Barać, A. (2024)** 'Tvorac prvog hrvatskog električnog automobila: Upisao sam VERN da mogu više vremena provoditi u garaži', *Srednja.hr*. Dostupno na: <https://www.srednja.hr/novosti/tvorac-prvog-hrvatskog-elektricnog->

- [automobila-upisao-sam-vern-da-mogu-vise-vremena-provoditi-u-garazi/](#) (Pristup: 28. kolovoza 2024).
2. **Eisenmann, T.** (2013). 'Što je poduzetništvo?', *Harvard Business Review*, 91(1), str. 30-32. Dostupno na: <https://hbr.org/2013/01/what-is-entrepreneurship> (Pristupljeno: 18. kolovoz 2024.).
 3. **Erasmus za mlade poduzetnike.** (2024). *Erasmus za mlade poduzetnike*. Dostupno na: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=hr> (Pristupljeno 16. kolovoza 2024.)
 4. **Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković".** (n.d.). *SPIN – Studentski poduzetnički inkubator*. [online] Dostupno na: https://fet.unipu.hr/fet/za_studente/spin (Pristupljeno 28. kolovoza 2024.).
 5. **European Commission.** (2024) *COSME*. Dostupno na: https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/cosme_en (Pristupljeno: 13. kolovoza 2024.).
 6. **Forbes.** (2024). *Alan Sumina, bivši vlasnik Nanobita, za Forbes otkriva gdje ulaže milijune dolara koje je zaradio*. Dostupno na: Forbes
 7. **GEM Global Entrepreneurship Monitor.** *2022/2023 Global Report*. GEM Global Entrepreneurship Research Association, 2023. Dostupno na: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377> (Pristupljeno: 27. kolovoza 2024.)
 8. **Hrvatski zavod za zapošljavanje.** (2024). *Statistika*. Dostupno na: <https://www.hzz.hr/statistika/> (Pristupljeno 14. kolovoza 2024.).
 9. **Ivezić, B.** (2024) 'Mate Rimac: Želim živjeti u okolini punoj uspješnih mladih i ambicioznih tvrtki', *Jutarnji list*, [online] 27. srpnja. Dostupno na: <https://novac.jutarnji.hr/novac/startup-report/mate-rimac-zelim-zivjeti-u-okolini-punoj-uspjesnih-mladih-i-ambicioznih-tvrtki-15174749> (Pristupljeno 26. kolovoza 2024).
 10. **Jović, M.** (2021). *Mate Rimac - antipod hrvatskoga poduzetništva*. Hrvatsko kulturno vijeće. Dostupno na: <https://www.hkv.hr/hrvatski-tjednik/29760-m-ovic-mate-rimac-antipod-hrvatskoga-poduzetnistva.html> (Pristupljeno 14. Kolovoza 2024.)
 11. **Jutarnji list.** (2017). *Mlad, uspješan, inovativan: Mate Rimac na Forbesovoj europskoj listi 30 poduzetnika iz sektora industrije mladih od 30 godina*. Jutarnji list. Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/globus/biznis/mlad-uspjesan-inovativan-mate-rimac-na-forbesovoj-europskoj-listi-30-poduzetnika-iz-sektora-industrije-mladih-od-30-godina-5516127> (Pristupljeno 15. Kolovoza 2024.)
 12. **Khussainova, Z., Kankulov, M., Petrova, M., Assanova, M., Zhartay, Z., Atabayeva, A., i Bektleyeva, D.**(2024) 'Potencijal uključivanja mladih i starijih osoba u održivi razvoj kreativne ekonomije', *Sustainability*, 16(10), str. 1-19, svibanj.

13. **Lider Media.** (2024). *Zašto u Hrvatskoj i dalje gotovo petina mladih ne radi.* Lider Media. Dostupno na: <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/zasto-u-hrvatskoj-i-dalje-gotovo-petina-mladih-ne-radi-157329> (Pristupljeno 18. Kolovoza 2024.)
14. **Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku.** (2023). *Nacionalni program za mlade 2023-2025.* Dostupno na: <https://mdu.gov.hr/istaknute-teme/mladi-4064/nacionalni-program-za-mlade-4072/4072> (Pristupljeno 5. kolovoza 2024.)
15. **Narod.hr.** (2024). *Ustav Republike Hrvatske.* Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske> (Pristupljeno 18. kolovoza 2024.)
16. **Pauković, D.** (2024) 'Zbog premalo odraslih poduzeća Hrvatska ne može generirati dovoljno nove vrijednosti', *Lider Media*. Dostupno na: <https://lidermedia.hr/biznis-i-politika/gem-istrazivanje-zbog-premalo-odraslih-poduzeca-hrvatska-ne-moze-generirati-dovoljno-nove-vrijednosti-151960> (Pristupljeno: 27. kolovoza 2024.)
17. **Popescu, F., 2005.** Mladi poduzetnici: međunarodna perspektiva. *Međunarodni časopis za ekonomiju, trgovinu i menadžment*, 2(7). Dostupno na: <https://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/07/2717.pdf> (Pristupljeno 26. kolovoza 2024.)
18. **Riahi, M. (2010).** "Youth entrepreneurship: A critical review." *TIM Review*, 1(10), pp. 15-23. Dostupno na: <https://timreview.ca/article/394> (pristupljeno: 22. kolovoz 2024).
19. **Vlada Republike Hrvatske.** (2024). *Poduzetnička infrastruktura.* Dostupno na: <https://gov.hr/hr/poduzetnicka-infrastruktura/1368?lang=hr> (Pristupljeno 14. kolovoza 2024.)
20. **Vukelić, I.** (2024) Marijana Knezoci. *Women in Adria*. Preuzeto s <https://www.womeninadria.com/filmska-glazba-i-zvuk/> (Pristupljeno 25. kolovoza 2024.)

POPIS SLIKA

Slika 1 Stopa nezaposlenosti mladih u Europskoj uniji i Eurozoni u 2023. godini (15-24). Izvor: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics	14
Slika 2 Razine ukupne mlade poduzetničke aktivnosti, Dostupno na: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377	17
Slika 3 Razine utemeljenih vlasnika poduzeća, Dostupno na: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377	18

POPIS TABLICA

Tablica 1 Poduzetničke kompetencije Izvor: Sedlan Kónig (2013).....	9
Tablica 2 Izvor: Samostalna izrada na temelju dostupnih podataka.....	24

SAŽETAK

Ovaj rad analizira ključne osobine mladih poduzetnika u Hrvatskoj i istražuje čimbenike koji utječu na njihovu uspješnost u realizaciji poduzetničkih ideja. Navedeno je što potiče mlade ljude da se upuste u poduzetništvo, koje prepreke nailaze te kako dostupne potpore i programi mogu olakšati njihov put. Rad pokriva povijest i definicije poduzetništva, s naglaskom na razvoj osobina poduzetnika. Posebna pažnja posvećena je mladima i njihovim specifičnim izazovima, uključujući nedostatak iskustva i financija, te nedostatak adekvatne potpore. U radu su analizirani već postojeći programi potpore, uključujući nacionalne i europske programe koji nude razne resurse i pomoć mladim poduzetnicima u sklopu programa i potpora kako bi pomogli u njihovom razvijanju. Razmotreni su i primjeri uspješnih mladih poduzetnika u Hrvatskoj, kao i intervju sa mladim poduzetnikom koji demonstriraju kako upornost i inovativnost imaju ključnu ulogu u poduzetničkom uspjehu. Zaključno, rad naglašava važnost stvaranja potičućeg okruženja za mlade poduzetnike i potrebu za dodatnim poticajima i informiranosti kako bi se omogućila njihova uspješna tranzicija u poduzetničke vode.

Ključne riječi : poduzetništvo mladih, osobine poduzetnika, programi i poticaji

SUMMARY

This paper analyzes the key characteristics of young entrepreneurs in Croatia and explores the factors affecting their success in realizing entrepreneurial ideas. It outlines what motivates young people to engage in entrepreneurship, the obstacles they face, and how available support and programs can facilitate their journey. The paper covers the history and definitions of entrepreneurship, with a focus on the development of entrepreneurial traits. Special attention is given to young people and their specific challenges, including lack of experience and finances, as well as inadequate support. Existing support programs are analyzed, including national and European programs that offer various resources and assistance to young entrepreneurs to aid their development. The paper also examines examples of successful young entrepreneurs in Croatia and includes an interview with a young entrepreneur, demonstrating how perseverance and innovation play a crucial role in entrepreneurial success. In conclusion, the paper emphasizes the importance of creating a supportive environment for young entrepreneurs and the need for additional incentives and information to enable their successful transition into the entrepreneurial world.

Keywords: youth entrepreneurship, entrepreneurial traits, support programs and incentives

PRILOZI

Intervju-Valentino Marunica

Pokretanje poslovnog pothvata-Valentino Marunica nakon završene srednje škole počeo se baviti završnim električarskim radovima za jednu drugu firmu jer kako kaže u to vrijeme radio bi bilo šta samo da uključuje fizički rad. Nakon nekoliko godina otišao je u Švedsku kao i mnogo Hrvata u potrazi za boljim uvjetima rada i većoj plaći. Ta tranzicija mu je bila laka s obzirom da su mu roditelji iz Švedske pa nije postojala

nikakva govorna barijera. Tamo je radio skupa s bratom za jednu veću Tvrtku otprilike godinu dana dok se nije odlučio vratiti natrag u Hrvatsku. Kako kaže uvjeti su mu bili dobri kao i plaća ali kad su se oduzeli troškovi života i razlika u odnosu na život u Hrvatskoj nije vidio u tome dovoljnu motivaciju da ostane tamo te se u Hrvatsku vratio s jednim ciljem a to je da postane svoj šef s navršenih 26 godina.

Iz kojeg razloga ste odlučili postati poduzetnik?

„Kao neki od glavnih razloga za upuštanje u poduzetničke vode naveo je želju za samostalnosti i novčani faktor. Kako se nalazimo u periodu gdje se na svakom koraku masovno gradi također raste i potreba za svim popratnim uslugama kao što su električari, vodoinstalateri, keramičari te je u tome prepoznao savršenu priliku za ispunjavanje svojih ciljeva. Želja mu je bila samostalnost u biranju radnog vremena, odabiru klijenta i stvaranja novih odnosa koji bi mu donijeli potencijalni posao u budućnosti. I ako kaže da je tržište dosta izazovno smatra da ima dovoljno posla za sve.“

S kojim problemima ste se susreli ili se često susrećete u poslu?

„Ni jedan posao ne dolazi bez problema tako ni ovaj s kojim se sad bavim te sam bio svjestan u trenutku osnivanja tvrtke da postoji velika mogućnost da neće sve ići uvijek po planu. Kako trenutno radim tek malo više od godinu dana, nisam se susreo s nekim većim problemima zbog kojih bi se zapitao jesam li napravio dobru odluku u smislu pokretanja posla. I ako nije sve tako super pa se dešavaju stvari kao što su kasna isplata klijenta te navlačenje oko isplate, greške u komunikaciji u smislu da bi se preko telefona dogovorio za jednu vrstu posla a u stvarnosti bi bila potpuno drukčija priča tako da ne nabrajam sad svaku sitnicu ali normalno da se dešavaju i na to bi svaki poduzetnik trebao biti spreman.“

Jeste li zadovoljni svojim poslom?

„Da sve u svemu sam zadovoljan, ispunio sam neka svoja očekivanja. Puno se bolje osjećam ovako kad sam donosim sve odluke i ljepši je osjećaj biti nekako neovisniji. Naravno s time dolazi veća odgovornost ali ne zamaram se s time previše jer je više pozitivnih strana.“

Smatrate li da Hrvatska nudi dovoljne mogućnosti za razvoj poduzetništva i kako ste financirali svoj poduzetnički pothvat?

„Smatram da je jedini način za ostvarivanje nekakvog većeg imovinskog stanja u Hrvatskoj osnivanje samostalnog poduzeća. Trenutno su plaće preniske jer za ovo šta ja trenutno radim, da radim za nekog drugoga bi dobivao oko 1000 eura mjesečno šta nije dovoljno za nekakav ugodniji život s time da ako nemate smještaj pola od toga ako ne i više će Vam otići samo na stan. Dok se ta stvar ne promjeni ili odjednom cijene života padnu za duplo sve više ljudi će se upuštati u poduzetništvo ali ne iz razloga jer je u Hrvatskoj idealna situacija već iz nužnosti. Šta se tiče poticaja za poduzetništvo i okoline, smatram da bi trebala biti veća informiranost o pogodnostima koje se nude za poduzetnike jer dosta osoba niti ne pogleda to i mogućnosti koje im se nude. Kao država posebice vidim primjer u Istri previše smo fokusirani na turizam. Može se reći i da je moja djelatnost usko vezana za turizam zbog silnih vila apartmana ali ja imam posla i po zimi tako da nisam potpuno ovisan o tome. Dok vidimo po ljeto bude sve krcato dućanima, atrakcijama, uslugama a po zimi pustoš. Također se mogu dotaknuti u Puli primjeri i iz okolice kako manji dućani propadaju jer svi odlaze u trgovačke centre kao i primjer kod poljoprivrednika kojima roba propada jer se sve uvozi iz stranih država po nižim nabavnim cijenama. Ja sam samostalno financirao svoj početak uz manju pomoć uže obitelji te mi je drago da sam se upustio u svoj pothvat bez ikakvog recimo tereta i automatski manjeg pritiska.

Koje osobine smatrate da bi svaki poduzetnik trebao imati i kako ih možete povezati na svom primjeru?

„Smatram da ne postoji neka određena osobina koja će razlikovati uspješnog poduzetnika od neuspješnog ali neke za koje smatram da su nužne su: upornost jer smatram da za biti uspješan u nečemu moraš biti uporan jer ništa ne dolazi samo sebe. Čak i kada dođu neke prepreke moraš nastaviti bit uporan za ostvarit svoj cilj. Odlučnost jer se moraš držati onoga šta te motivira i nekih svojih vjerovanja te također to možemo povezati sa samopouzdanjem koje je također veliki faktor u tome koliko mi sami vjerujemo u sebe kao i na koji način druge osobe gledaju na nas jer u primjeru kod mog posla ako idem na razgovor za moguću suradnju. Ako ja ne djelujem samopouzdana te kao osoba koja je sposobna obaviti ono šta se od mene traži normalno da će se obratiti nekom drugom te također je bitno da me klijenti shvaćaju što ozbiljnije. Također mora biti osoba spremna naučiti nove stvari jer ja svaki dan

praktički učim nešto novo, neke nove vještine, pratim trendove u mom poslu te se automatski prilagođavam onome šta očekujem da će se tražiti od mene u budućnosti.“ Također smatram da je delegiranje dosta bitno, ja trenutno nemam zaposlenike ali ih planiram imati u budućnosti te smatram da za uspješan posao moraš znati dobro organizirati zaposlenike, objasniti im njihove obaveze, šta se od njih očekuje te očekivati da će oni održati traženi standard čak i kada ja nisam prisutan.

Što smatrate uspjehom?

„Uspjehom bih smatrao postizanje nekakve razine poslovanja u kojoj bih imao više od deset zaposlenika i mogao preuzimati kompleksnije projekte, kao što su radovi na velikim novogradnjama. Trenutno, zbog ograničenog kapaciteta, nisam u mogućnosti samostalno upravljati velikim poslovima. S vremenom bih želio da operativne zadatke preuzmu drugi, dok bih se ja usredotočio na ugovaranje poslova i delegiranje zadataka. Osim toga, važno mi je postići financijsku neovisnost uz održavanje visoke kvalitete rada, što bi mi omogućilo ostvarivanje osobnih ciljeva, kao što su putovanja i materijalne želje, iako to nije primarni cilj.