

Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera među studentima

Peran, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:800625>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-29**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Preddiplomski sveučilišni studij

LUKA PERAN

**Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera
među studentima**

Entrepreneurial competencies and the determinants of entrepreneurial
intentions among students

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Preddiplomski sveučilišni studij

. Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera
među studentima**

Entrepreneurial competencies and the determinants of entrepreneurial
intentions among students

Završni rad

Kolegij: **Menadžment ljudskih kapitala**

Student:

Luka PERAN

Mentor: prof. dr. sc. **Kristina
ČRNJAR**

Matični broj:

24789/19

Opatija, rujan 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJEKI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA

Ime i prezime studenta: Luka Peran

Matični broj: 24789/19

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom

Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera među studentima

(Naslov rada)

izradila/o samostalno te sam suglasna/suglasan o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

U Opatiji, 7.9.2023

Potpis studenta

Sažetak

Poduzetništvo danas postaje sve važnije zbog stvaranja novih poslovnih prilika i inovacija. Iznenađne promjene u ekonomskim kretanjima su pokazale da će poduzetništvo biti jedan od ključnih faktora daljnjeg ekonomskog razvoja. Poduzetništvo, koje možemo definirati kao samoinicijativno pokretanje vlastitog poslovanja, zahtjeva različite kompetencije poput sposobnosti planiranja, kreativnosti i inovativnosti te suočavanja s rizikom. Razvijeni su različiti okviri i modeli sposobnosti, znanja i vještina potrebnih za uspješno vođenje vlastitog poduzeća - npr. EntreComp, ali ono što je zajedničko svim tim modelima je pretpostavka da se te kompetencije mogu usvojiti putem obrazovanja. Također, zato što postaje sve važnije predvidjeti tko je motiviran da postane poduzetnikom primjenjuju se psihologijski modeli poput teorije planiranog ponašanja koja pretpostavlja da su osobni stavovi prema poduzetništvu, percipirana kontrola nad poduzetničkim ishodima i poduzetničke norme prisutne u bližoj socijalnoj okolini glavne determinante namjera za osnivanje vlastitog poduzeća. Cilj ovog rada bio je ispitati da li poduzetničke kompetencije i obrazovanje, kao i elementi teorije planiranog ponašanja predviđaju poduzetničke namjere. Anketnim istraživanjem suprotno postavljenoj hipotezi pronađeno je da su samo stavovi i percipirana kontrola bili značajni prediktori poduzetničkih namjera, ali ta dva elementa su predviđale poduzetničke norme, kompetencije i obrazovanje. U budućim istraživanjima preporučuje se replikacija provedenog istraživanja na većem i raznovrsnijem uzorku kako bi se potvrdili pronađeni rezultati.

Ključne riječi: poduzetništvo; kompetencije; obrazovanje; teorija planiranog ponašanja

Sadržaj

Uvod	1
1. Poduzetničke kompetencije i njihova važnost za uključivanje na tržište rada.....	3
1.1. Profil poduzetničkih kompetencija	3
1.2. Ključne kompetencije zaposlenika na tržištu rada u budućnosti	4
1.3. Pojmovno određenje i važnost poduzetničkih kompetencija.....	6
2. Razvoj postojećih i stjecanje novih kompetencija za potrebe poduzetništva.....	8
2.1. Europski okvir poduzetničkih kompetencija (EntreComp)	8
2.2. Važnost cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo u svijetu i Hrvatskoj	12
3. Poduzetničko obrazovanje i stavovi studenata o poduzetništvu i poduzetničkoj namjeri u Hrvatskoj	16
3.1. Pregled dosadašnjih istraživanja poduzetničkih kompetencija i namjera.....	16
3.2. Instrumenti i metodologija istraživanja	18
3.3. Rezultati istraživanja.....	20
Zaključak	25
Bibliografija.....	26
Popis ilustracija	30
Prilozi	31

Uvod

Poduzetništvo je danas, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj sve više zastupljeno. Pojam poduzetništva je dosta složen te ga je teško objasniti kroz samo jednu definiciju, ali se uvijek može reći da je to proces razvoja, organiziranja i vođenja novog poslovanja radi ostvarivanja dobiti uz preuzimanje financijskog rizika. Ne postoji pravilo kako ostvariti uspjeh u ovom obliku poslovanja. Kao i svaki drugi posao i ovaj ima svoje uspone i padove kroz koje se uči i stječe iskustvo. Sam proces pokretanja poduzeća osnažuje pojedinca, poboljšava njegov životni standard, otvara nova brojna radna mjesta te pospješuje bogatstvo i inovacije u gospodarstvu.

Ključni čimbenik u stvaranju poduzetničkog društva je poticanje poduzetničkih kompetencija. Poduzetnici se stvaraju razvijanjem kvaliteta svakog pojedinca kao što su znanja, stavovi i vještine kroz obrazovanje. Poduzetničko obrazovanje je stoga jako važno razvijati kod studenata jer im to pruža temeljna znanja i potiče njihova poduzetnička razmišljanja. Važno je da svaki pojedinac uči i gradi sebe kako bi bio spreman na izazove koji slijede u budućnosti. Poduzetnička kompetencija je jedna od temeljnih kompetencija koje čovjeka osposobljavaju za cjeloživotno učenje. Pogotovo na fakultetima bi se trebalo studente usmjeriti na poticanje i razvoj poduzetničkih kvaliteta, pozitivan stav prema poduzetništvu i samozapošljavanju, te ranom pristupu poduzetničkom znanju. Stoga je termin poduzetnička kompetencija usko povezan s razvojem osobnosti, vještina, sposobnosti poduzetničkog djelovanja, stvaranje prilika za osobni razvoj i realiziranje u društvenom okruženju

Predmet završnog rada je analiza determinanti poduzetničkih namjera. Svrha ovog rada je istražiti ulogu obrazovanja za poduzetništvo u jačanju pozitivnog stava prema poduzetništvu, formiranju percepcije kontrole nad poduzetničkim ishodima, te percepciji poduzetništva kao normativno valjanog oblika ponašanja, kao komponenti koje oblikuju namjeru za osnivanjem vlastitog poduzeća i samozapošljavanja kod studenata različitih studijskih smjerova. Za prikupljanje podataka koristit će se metoda internetskog upitnika, a pri analizi podataka će se primijeniti korelacijske metode.

Za potrebe empirijskog istraživanja, u ovom radu postavlja se naredna hipoteze:

H1: „Stav studenata o poduzetništvu i percipirana kontrola nad poduzetničkim ishodima pozitivno utječu na poduzetničke namjere studenata“.

Završni rad pod naslovom „Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera među studentima“ sastoji se od 5 poglavlja rada koji se međusobno povezuju kako bi se kvalitetno obradila tematika ovog završnog rada. U „Uvodu“ ovog završnog rada odredio se predmet rada. Definirani su određeni ciljevi koji se nastoje ostvariti, te je navedena korištena metodologija prikupljanja podataka. U dugom poglavlju „Poduzetničke kompetencija i njihova

važnost za uključivanje na tržište rada“ spomenute su i opisane neke od najvažnijih kompetencija koje bi svaka osoba trebala imati, ako želi postati poduzetnik i ako želi opstati na tržištu rada. „Razvoj postojećih i stjecanje novih kompetencija za potrebe poduzetništva“ je naslov trećeg dijela u kojem se govori o važnosti razvoja kompetencija koje imamo, te se govori o EnterCompu i njihovim glavnim kompetencijama. U ovom naslovu su također nabrojani neki programi cjeloživotnog učenja vezanih za poduzetništvo u Hrvatskoj i u svijetu. Četvrti dio rada „Poduzetničko obrazovanje i stavovi studenata o poduzetništvu i poduzetničkoj namjeri u Hrvatskoj“ analizira metodologiju i instrumente istraživanja. U ovom su poglavlju prezentirani i interpretirani dobiveni rezultati završnog rada. Zaključak, završni dio ovog rada, služi za izlaganje sinteze cjelokupnog završnog rada te su pritom istaknute i najvažnije spoznaje do kojih se došlo tijekom procesa istraživanja i pisanja rada.

1. Poduzetničke kompetencije i njihova važnost za uključivanje na tržište rada

Poduzetništvo je dinamičan i sveprisutan koncept koji predstavlja ključni motor gospodarskog razvoja i inovacija u suvremenom društvu. Ono se može manifestirati u različitim oblicima, uključujući osnivanje novih tvrtki, proširenja postojećih poslovnih aktivnosti ili revitalizacija postojećih poduzeća. Osim toga poduzetnici često pomiču društveni napredak putem stvaranja radnih mjesta, poticanja inovacija i pridonose ekonomskom rastu. Ali iako se u današnjici sve više i više potiče poduzetništvo, poduzetnik ne može biti bilo tko. Za uspješno obavljanje poduzetništva potreban je specifičan skup kompetencija.

1.1. Profil poduzetničkih kompetencija

Poduzetničke kompetencije se odnose na skup vještina, znanja i osobina koje su bitne za uspješno pokretanje i vođenje poslovanja. Ove kompetencije su ključne za uspjeh poduzetnika na tržištu rada, ali su također važne i za zaposlenike u drugim područjima, jer ih mogu koristiti za razvoj inovativnih rješenja, unapređenje poslovanja i stvaranje novih prilika za rast.

Postoje mnoge kompetencije koje mogu biti poželjne u poduzetništvu (Tkalec, 2011). Neke koje među njima možemo pronaći su:

- 1) Hrabrost
- 2) Kreativnost i inovativnost
- 3) Odgovornost
- 4) Strpljenje
- 5) Upornost

Hrabrost predstavlja osobinu ljudi koji su spremni razumno preuzeti rizik: Karakteristika pojedinaca koji su spremni na razumno preuzimanje rizika povezana je s njihovom samouvjerenošću. Poduzetnička hrabrost temelji se na visokoj razini znanja i informiranosti o rizicima posla te na spremnosti za postizanje uspjeha, ali i suočavanje s mogućim neuspjehom.

Poduzetništvo zahtijeva kreativnost i inovativnost kako bi bilo uspješno. Poduzetnici imaju sposobnost da vide uobičajene stvari na drugačiji i nekonvencionalan način. Ova sposobnost je ključna za generiranje novih ideja i inovacija. Kreativnost je temelj za inovaciju, dok je inovacija rezultat stvaralačkog procesa. Poduzetnici razvijaju inovativne ideje i stvaraju nove

proizvode ili usluge koje nude na tržištu s ciljem postizanja profita. Otvorenost i spremnost za kreiranje novih ideja su važni elementi poduzetništva.

Da bi uspjeli u poduzetništvu, važno je imati želju za postizanjem uspjeha. Odgovornost u poduzetništvu ima mnogo aspekata. Poduzetnik je odgovoran prema sebi, svojoj obitelji, ispunjavanju državnih obveza, očuvanju okoliša, brizi o zaposlenicima, zadovoljavanju potreba kupaca, suradnji s dobavljačima i mnogo drugih. Svaki od ovih aspekata zahtijeva posebnu pažnju i brigu kako bi se ispunile sve odgovornosti koje proizlaze iz poduzetničke uloge.

Strpljivost pruža poduzetniku sigurnost u postizanju svojih najambicioznijih ciljeva. Ona je jedan od ključnih principa etičkog poslovanja. Poslovanje je često izloženo raznim izazovima, koji se često pojavljuju iznenada i nisu planirani. Samo kroz istrajnost i odlučnost možemo prevladati probleme i prepreke. Ako poduzetnici čvrsto vjeruju u pozitivan i jasan cilj svog poduzetničkog pothvata, njihova upornost će im pomoći da ga ostvare. Čak i ako dožive neuspjeh, njihova istrajnost ih vodi ka novim pokušajima i traženju boljih rješenja.

Uključivanje poduzetničkih kompetencija u obrazovni sustav i radne programe može pomoći pojedincima da razviju ove vještine i osobine te steknu konkurentnu prednost na tržištu rada. Također, poduzetničko obrazovanje mogu pomoći u razvoju samopouzdanja, samostalnosti i kreativnosti, što je korisno ne samo za pokretanje poslovanja, već i za uspjeh u drugim područjima (Wang i sur., 2022). Navedene poduzetničke kompetencije su tek jedne od mnogih, ali ono što je zajedničko svima njima je činjenica da pružaju pojedincu prednost u životu. Iako su one prvenstveno bazirane na području samozapošljavanja, one su generalno općeprimjenjive u svim sferama života, te pojedinac koji ih posjeduje ima bolje šanse za uspjeh na koji god način se uključivao u tržište rada. Pojedinac koji je strpljiv, kreativan, hrabar i uporan je pojedinac koji će vjerojatnije dobiti posao, koji će vjerojatnije dobiti promociju, koji će lakše steći vlastiti kapital te koji će biti spreman sudjelovati u društvu kao aktivan i participirajući građanin. Te posljedice posjedovanja navedenih kompetencija, vjerojatno će voditi još boljim mogućnostima ne samo u osnivanju potencijalnog vlastitog pouzeca, već i u poboljšanju opće kvalitete života.

1.2. Ključne kompetencije zaposlenika na tržištu rada u budućnosti

U današnje vrijeme, tržište rada je izuzetno konkurentno i dinamično, a tehnološki napredak i digitalizacija imaju sve veći utjecaj na način na koji poslujemo i radimo. Zbog toga su ključne kompetencije zaposlenika u budućnosti iznimno važne i tražene, jer se uvjeti rada i zahtjevi poslodavaca stalno mijenjaju. Stoga je izvješće World Economic Forum-a o budućnosti poslova iz 2020. godine naglasilo i prepoznalo potrebu za određenim ključnim kompetencijama za

zaposlenika na tržištu rada u budućnosti. U daljnjem tekstu, navedeno je deset najpoželjnijih kompetencija prema World Economic Forum-u (2020).

Analitičko razmišljanje i inovativnost je prva ključna kompetencija. U obavljanju posla, potrebno je pažljivo proučavati informacije i primijeniti logičko razmišljanje kako bismo riješili pitanja i probleme koji se odnose na posao. Istovremeno, važna je i sposobnost kreativnog razmišljanja i pronalaženja alternativnih pristupa kako bismo razvili nove ideje i pružili odgovore na poslovne izazove. Aktivno učenje i strategije učenja su druga ključna kompetencija. Ono nam služi za prepoznavanje posljedica novih informacija u vezi s trenutnim i budućim problemima te za donošenje boljih odluka. Izbor i primjena adekvatnih metoda i strategija prikladne su za situacije kada se stječe novo znanje. Kompleksno rješavanje problema je treća ključna kompetencija. Ta kompetencija nam služi kako bi samostalno uspjeli identificirati komplicirane i složene probleme, te kako bi uspjeli analizirati povezane informacije i procijeniti moguće opcije za provedbu rješenja. Četvrta ključna kompetencija je kritičko mišljenje i analiza. Služi nam kako bi upotrebljavali logiku i zaključivanje za identifikaciju snaga i slabosti različitih rješenja, zaključka ili pristupa problemima. Također nam služi da pratimo i procjenjujemo učinke vlastitog djelovanja, ali i učinke drugih pojedinaca ili organizacija radi poboljšanja ili poduzimanja korektivnih radnji. Kreativnost, originalnost i inicijativa su peta ključna kompetencija. Osim što moramo imati sposobnost kreiranja novih, originalnih i kreativnih ideja moramo i biti spremni za preuzimanje odgovornosti i izazova.

Šesta ključna kompetencija je liderstvo i društveni utjecaj. Ako želimo biti dobri lideri moramo biti spremni voditi posao, preuzimati odgovornost te drugima pružiti naše mišljenje i uputiti ih u pravi smjer, tj svojom energijom moramo utjecati na druge u organizaciji. Korištenje tehnologije, praćenje i kontrola je sedma ključna kompetencija. Ono podrazumijeva određivanje adekvatnog seta alata i opreme neophodne za izvršavanje zadatka, nadziranje i kontrolu rada opreme ili sistema, te također potreba da se prate pokazatelji kao što su mjerači, brojači ili drugi indikatori kako bi se osiguralo ispravno funkcioniranje strojeva. Tehnološki dizajn i programiranje je osma ključna kompetencija. Pod ovu kompetenciju se smatra da osoba zna pisati različite računalne programe za razne svrhe, te da zna stvarati i modificirati opreme i tehnologije prema zahtjevima korisnika. Deveta ključna kompetencija je otpornost, tolerancija stresa i fleksibilnost. Skoro svaki posao zahtijeva spremnost na prilagodbu (bilo da su promjene pozitivne ili negativne) i veliku raznolikost na radnom mjestu. U poslu je važno zadržati smirenost, kontrolirati svoje emocije, suzdržati se od izražavanja ljutnje i izbjegavati agresivno ponašanje, čak i u izuzetno teškim situacijama. Osim toga, posao zahtijeva sposobnost prihvaćanja kritike i sposobnost smirenog i učinkovitog suočavanja s visoko stresnim situacijama. Rezoniranje, rješavanje problema i ideja su deseta ključna kompetencija. Ova

kompetencija podrazumijeva da se imaju vještine koje utječu na korištenje i kontrolu informacija u procesu rješavanja problema, te također vještine koje utječu na razumijevanje i primjenu matematičkih koncepta prilikom rješavanja problema.

Kako se poslovno okruženje mijenja, tako se mijenjaju i zahtjevi za zaposlenicima. U budućnosti će se tražiti zaposlenici koji posjeduju ključne kompetencije kao što su kreativnost, fleksibilnost i tehnološka pismenost. Stoga je važno da se poslodavci i zaposlenici fokusiraju na razvijanje ovih ključnih kompetencija kako bi bili uspješni u budućnosti.

1.3. Pojmovno određenje i važnost poduzetničkih kompetencija

Poduzetništvo je postalo popularna tema posljednjih godina. S obzirom na to da su poduzetničke aktivnosti postale sve važnije u svijetu biznisa, mnogi se pitaju što točno znači biti poduzetnik i koje su ključne kompetencije koje su potrebne da biste uspješno vodili svoj posao.

Neke od ključnih sposobnosti su prepoznavanja poslovnih prilika, upravljanje rizikom, inovativnost, sposobnost vođenja timova, donošenje brzih odluka i sposobnost prilagodbe promjenama u okruženju. Kako navodi Peter Drucker (2014, str. 28), ekonomist i stručnjak za menadžment, "Poduzetnik uvijek traži promjenu, odgovara na nju i iskorištava je kao priliku". To znači da je ključna kompetencija poduzetnika njegova sposobnost prepoznavanja i rješavanja problema.

Jedna od ključnih poduzetničkih kompetencija je sposobnost inovativnosti (Drucker, 2014). Inovativnost poduzetnika je ključna za stvaranje novih proizvoda ili usluga koje će privući nove kupce i povećati lojalnost postojećih. Kako bi bili inovativni, poduzetnici moraju biti sposobni razmišljati izvan okvira, prepoznati prilike koje drugi ne vide i tražiti rješenja koja su drugačija od onih koji su trenutno dostupni na tržištu.

Druga važna kompetencija koju mora imati svaki poduzetnik je sposobnost vođenja timova (Sinek, 2017). Poduzetnici često rade u timovima i moraju biti sposobni motivirati svoje zaposlenike i osigurati da svi rade zajedno prema zajedničkom cilju. Sposobnost vođenja timova uključuje sposobnost delegiranja, razumijevanja individualnih potreba svakog zaposlenika, razvoja njihovih vještina i sposobnosti i osiguravanja da svaki član tima radi na najbolji mogući način. Važno da svoj tim potaknete da razmišlja izvan okvira. To je ključno za inovaciju i uspjeh.

Treća važna kompetencija je sposobnost upravljanja rizikom (Tkalec, 2011). Poduzetnici moraju biti spremni preuzeti rizik kako bi ostvarili svoje poslovne ciljeve. Preuzimanje rizika podrazumijeva sposobnost procjene rizika i donošenja odluka koje će smanjiti rizik i povećati

šanse za uspjeh. Kako je rekao Mark Zuckerberg (2011, prema Tobak, 2011) na konferenciji sveučilišta Stanford, "Najveći rizik je ne riskirati".

Važno je naglasiti da ove tri kompetencije nisu izolirane jedna od druge. Inovativnost, sposobnost vođenja timova i upravljanje rizikom često se međusobno preklapaju i međusobno se utječu na uspjeh poduzetnika (Drucker, 2014). Na primjer, inovativni poduzetnik može biti manje sklon preuzimanju rizika jer ne želi ugroziti svoju inovativnu ideju. Međutim, sposobnost upravljanja rizikom može pomoći poduzetniku da odluči kada je pravo vrijeme za ulaganje u nešto novo.

Pored navedenih kompetencija, postoje i druge važne vještine koje su ključne za uspjeh poduzetnika. To uključuje sposobnost komunikacije, pregovaranja, planiranja, upravljanja financijama, kao i sposobnost prilagođavanja promjenama na tržištu (Ivić, 2012; Proklin i Proklin, 2007; Šlogar i Cigan, 2012). Razvoj ovih kompetencija je važan za svakog poduzetnika, ali i za sve zaposlenike koji rade u poduzetničkom okruženju. U današnjem dinamičnom svijetu, promjene se događaju brzo i često. Stoga je važno da svi koji rade u poduzetničkom okruženju budu spremni prilagoditi se i razviti svoje vještine kako bi ostali relevantni.

Ukratko, poduzetničke kompetencije su ključne za uspjeh u poslu. Inovativnost, sposobnost vođenja timova i upravljanje rizikom samo su neke od vještina koje su ključne za uspjeh. Razvoj ovih vještina i sposobnosti je važan za sve koji rade u poduzetničkom okruženju, a omogućit će im da se uspješno nose s promjenama na tržištu i ostvare svoje poslovne ciljeve.

2. Razvoj postojećih i stjecanje novih kompetencija za potrebe poduzetništva

Poduzetnici moraju neprestano nadograđivati svoje postojeće kompetencije kako bi ostali konkurentni na tržištu. To uključuje stalno usavršavanje u područjima poput upravljanja, liderstva, financija, marketinga i prodaje. Na primjer, poduzetnici bi trebali biti u stanju učinkovito upravljati timom, razumjeti financijske izvještaje i analizirati tržišne trendove kako bi donijeli informirane poslovne odluke. S obzirom na brze promjene tehnologije, poduzetnici također moraju biti spremni prilagoditi se novim digitalnim alatima i tehnološkim inovacijama koje mogu unaprijediti njihovo poslovanje.

Pored razvoja postojećih vještina, poduzetnici također trebaju stjecati nove kompetencije kako bi se prilagodili promjenama u poslovnom okruženju. To može uključivati učenje novih tehnologija, upravljanje inovacijama, razumijevanje digitalnog marketinga i e-trgovine te vještine upravljanja projektima. Na primjer, poduzetnici bi trebali biti svjesni potencijala umjetne inteligencije, blockchain tehnologije ili interneta stvari te ih primijeniti na svoje poslovne modele. Sposobnost razumijevanja digitalnih trendova i implementacije novih tehnologija može otvoriti nove mogućnosti za rast i razvoj poduzetničkog pothvata.

2.1. Europski okvir poduzetničkih kompetencija (EntreComp)

EntreComp, ili Europski okvir poduzetničkih kompetencija, je razvijen od strane Europske komisije kao referentni okvir za poticanje poduzetništva i razvoj poduzetničkih vještina u Europi. Okvir je predstavljen 2016. godine, a temelji se na identifikaciji ključnih kompetencija koje su potrebne za uspjeh u poduzetništvu (Bacigalupo i sur., 2016).

EntreComp se sastoji od petnaest ključnih kompetencija, koje su podijeljene u tri skupine (Bacigalupo i sur., 2016):

- 1) Ideje i prilike
 - a) Kreativnost i inovativnost
 - b) Prepoznavanje prilika
 - c) Vizija
 - d) Vrednovanje ideja
 - e) Etika i održivi razvoj
- 2) Resursi

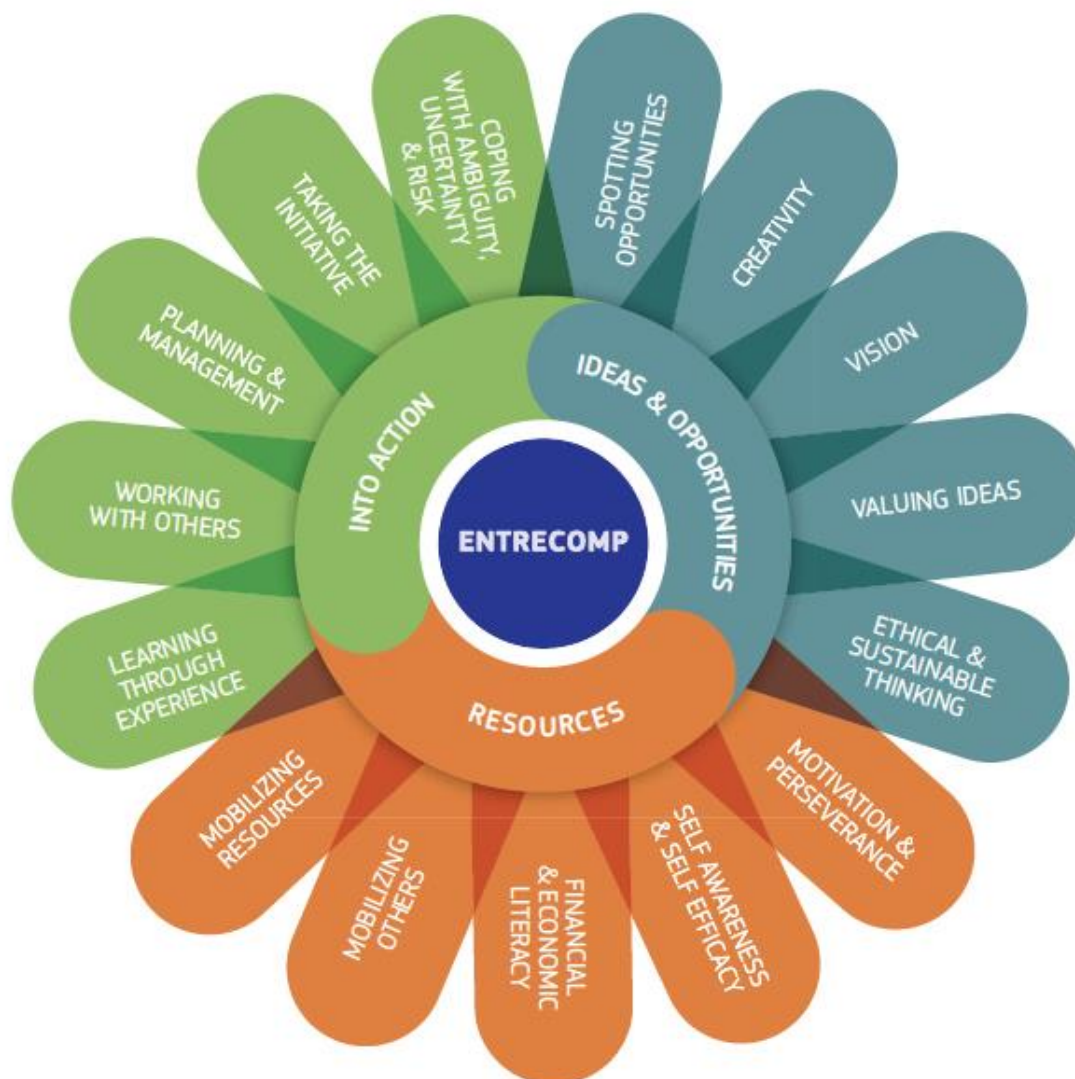
- a) Samosvijest i osobna efikasnost
 - b) Motivacija i istrajnost
 - c) Pokretanje resursa
 - d) Financijska i ekonomska pismenost
 - e) Angažiranje drugih sudionika
- 3) Akcije
- a) Preuzimanje inicijative
 - b) Planiranje i upravljanje
 - c) Rješavanje nejasnih i rizičnih situacija
 - d) Rad s drugima
 - e) Učenje putem iskustva

Prva skupina uključuje pet kompetencija koje se odnose na generiranje ideja, prepoznavanje prilika i razumijevanje potreba tržišta. Kreativnost i inovativnost nam daje sposobnost generiranja novih ideja i rješavanja problema na inovativan i kreativan način. Zatim imamo sposobnost prepoznavanja potencijalnih poslovnih prilika, analizu tržišta i potrebe kupaca te procjene izvedivosti i održivosti poslovnih ideja. Sljedeća vještina koja se treba posjedovati je da pretpostavimo kako bi mogla izgledati budućnost te da se osmisli kako da viziju pretvorimo u realnu ideju. Također treba na najbolji način iskoristiti ideje i ponuđene prilike. Procijeniti o kojoj je vrijednosti riječ te prepoznati potencijal koji ideja ima za stvaranje neke vrijednosti. Uz to je potrebno i znati procijeniti posljedice ideja koja donosi vrijednost, razmisliti o tome kakvi su odabrani održivi dugoročni ciljevi te raditi odgovorno.

Druga skupina uključuje pet kompetencije koje se odnose na upravljanje resursima potrebnim za uspješno vođenje poduzetničkog pothvata. Da bismo uspješno vodili poduzetnički pothvat moramo imati sposobnost razumijevanja vlastitih snaga i slabosti, motivaciju i samopoštovanje, te sposobnost korištenja tih spoznaja kako bi se postigli ciljevi. Također je potrebno održavati motivaciju i fokus, prepoznati i rješavati izazove i prepreke te kontinuirano raditi na ostvarenju ciljeva. Potrebno je i imati sposobnost prepoznavanja, upravljanja i korištenja resursa, uključujući financijske, materijalne i ljudske resurse. Između ostalog bitno je razumijevanje financijske i ekonomske pismenosti tj. pojmova kao što su profitabilnost, likvidnost, bilanca, prihodi i rashodi te sposobnost upravljanja financijama. Uz sve to je potrebno i izgraditi odnos i suradnju s drugima, uključujući zaposlenike, partnere, kupce i zajednicu, te znati kako pravilno komunicirati i rješavati sukobe u slučaju da nastanu.

Treća skupina uključuje pet kompetencije koje se odnose na provedbu poduzetničkog pothvata i razvoj poslovanja. Bitno je znati prepoznavati i stvarati prilike te preuzimati

inicijative u stvaranju novih poslovnih prilika i rješavanju problema. Potrebno je znati planirati i upravljati projektima te koordinirati aktivnosti kako bi se ostvarili ciljevi. Također je bitno imati sposobnost suočavanja s nejasnim i rizičnim situacijama, procjene rizika i izrade planova za rješavanje problema. Bez sposobnost suradnje i komunikacije s drugima bilo bi nemoguće izgraditi mrežu i partnerstvo za ostvarenje ciljeva. Između ostalog bitna je i sposobnost refleksije, učenja iz vlastitog iskustva te prilagođavanja svojih znanja i vještina kako bi se poboljšao rad i postigli ciljevi.



Shema 1: Entrecomp 3 područja kompetencija i 15 kompetencija

Izvor: Bacigalupo i sur., 2016., str. 6.

Svaka od ovih petnaest kompetencija može se koristiti kao referenca za identifikaciju područja u kojima je potrebno razviti vještine i kompetencije. Okvir je namijenjen ne samo poduzetnicima, već i obrazovnim institucijama, organizacijama civilnog društva, lokalnim i nacionalnim vlastima te drugim dionicima koji se bave razvojem poduzetništva.

EntreComp naglašava važnost razvijanja poduzetničkih kompetencija za osobni i profesionalni razvoj pojedinaca, ali i za razvoj gospodarstva u cjelini. Kao što je naglašeno u izvješću Europske komisije o poduzetništvu, poduzetničko znanje i vještine mogu biti ključni faktor za uspjeh poduzeća i za rast i razvoj gospodarstva u cjelini. Poduzetničke kompetencije važne su i za stvaranje novih radnih mjesta, što je od ključne važnosti u doba globalne konkurencije i rasta nezaposlenosti. Kao što se spominje u izvješću o poduzetništvu (Bacigalupe i sur. 2016), poduzetništvo ima ključnu ulogu u oblikovanju budućnosti rada.

U tom smislu, EntreComp se može koristiti kao referentni okvir za razvoj programa obrazovanja i osposobljavanja usmjerenih na razvoj poduzetničkih kompetencija. To može uključivati nastavne planove i programe u školama i sveučilištima, kao i programe osposobljavanja i stručnog usavršavanja za postojeće i potencijalne poduzetnike. Također, EntreComp može poslužiti kao orijentir za razvoj politika koje podupiru poduzetništvo i razvoj poduzetničkog okruženja. To uključuje podršku financijskih institucija i javnih tijela za razvoj novih poduzetničkih pothvata, ali i promicanje kulture poduzetništva i stvaranje poticajnog okruženja za razvoj poduzetništva. Uz to, EntreComp naglašava važnost razvoja interdisciplinarnih kompetencija, poput kreativnosti, inovativnosti i rješavanja problema, koje su ključne za uspješno poslovanje u modernom svijetu. Kao što je istaknuto u izvješću Europske komisije, osobe s poduzetničkim vještinama u mogućnosti su brzo prilagođavati se promjenama, preuzimati rizike, stvarati nove poslovne modele i pronalaziti nove načine kako zadovoljiti potrebe tržišta.

Kao zaključak, Europski okvir poduzetničkih kompetencija (EntreComp) pruža vrijedan okvir za razumijevanje ključnih poduzetničkih kompetencija potrebnih za uspjeh u modernom poslovnom svijetu. Razvoj ovih kompetencija nije samo važan za pojedince koji žele uspješno pokrenuti svoj posao, već i za cjelokupno gospodarstvo i društvo u cjelini. Kako se svijet mijenja brže nego ikad prije, poduzetničke kompetencije poput kreativnosti, inovativnosti i sposobnosti rješavanja problema postaju sve važnije za uspjeh u poslovanju. Stoga je ključno ulaganje u razvoj poduzetničkih kompetencija putem obrazovanja, osposobljavanja i politika koje podržavaju poduzetništvo, kako bi se stvorilo poticajno okruženje za razvoj novih ideja, poslovnih modela i rješenja za društvene probleme.

2.2. Važnost cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo u svijetu i Hrvatskoj

Cjeloživotno obrazovanje je koncept koji se odnosi na proces učenja i stjecanja znanja tijekom cijelog života. Osnovna ideja je da obrazovanje nije ograničeno samo na formalno obrazovanje u školskom sustavu, već se odvija i izvan njega te se nastavlja i nakon završetka formalnog obrazovanja. Ono promovira ideju da je učenje kontinuirani proces koji se događa u svim fazama života, uključujući djetinjstvo, adolescenciju, odraslu dob i starije doba. To obuhvaća sve vrste obrazovanja, uključujući formalno obrazovanje (škole, fakulteti, sveučilišta), neformalno obrazovanje (radionice, seminari, tečajevi) i informalno obrazovanje (samostalno učenje, iskustveno učenje) (Hrvatski sabor, 2007).

Cjeloživotno obrazovanje postalo je ključni faktor za uspjeh u suvremenom svijetu koji se brzo mijenja. Otvorenost za učenje i stjecanje novih vještina postali su neizostavan dio uspješne karijere, a posebno za poduzetnike. U današnjem globaliziranom društvu, poduzetnici su izloženi dinamičnom poslovnom okruženju koje zahtijeva prilagodbu, inovaciju i konkurentnost. Stoga, razumijevanje važnosti cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo postaje sve ključnije.

U mnogim istraživanjima provedenim u području poduzetništva, postoji snažna veza između cjeloživotnog obrazovanja i uspjeha poduzetnika. Većina njih dolazi do zaključka da cjeloživotno obrazovanje ima pozitivan utjecaj na inovativnost i konkurentnost poduzetnika (npr. Gregorić i sur., 2015; Lee Tupek i Ćorić, 2018; Sedlan-König, 2013). Poduzetnici koji se kontinuirano educiraju i razvijaju nove vještine imaju veću vjerojatnost da će prepoznati nove poslovne prilike i prilagoditi se promjenama na tržištu. „Obrazovanje, uz poduzetnički duh i kontinuiranu cjeloživotnu edukaciju, bitan je faktor razvoja društva u cijelosti, tj. da je nužno intenzivno ulagati u cjeloživotno učenje i razvoj pojedinca kako bi njegova znanja, vještine i sposobnosti bili u funkciji ostvarivanja strateških ciljeva kompletnog društva“ (Piljić, 2021, str. 216).

Kurikulum međupredmetne teme "Poduzetništvo" u osnovnim i srednjim školama predstavlja izuzetno važan segment obrazovnog procesa. Ovaj kurikulum ima za cilj osnaživanje učenika i pripremu za buduće izazove u poslovnom svetu, ali i razvoj vještina koje su korisne u svim aspektima života. Kurikulum se ostvaruje kroz 3 domene: promišljanje poduzetnički, djeluj poduzetnički te ekonomska i financijska pismenost. Kroz njih će učenici razviti organizacijske i upravljačke sposobnosti te sposobnosti donošenja odluka, postavljanje ciljeva i prioriteta, rješavanje problema, sposobnosti timskog rada i vođenja tima. Biti će otvoreni za nove ideje i mogućnosti, stvarati inovativna, konkurentna i kreativna rješenja.

Upoznati će se s izradom projektnih prijedloga i upravljanjem projektima. Razumjeti će ekonomsko okruženje te će razviti ekonomsku i financijsku pismenost. Te će također razviti upornost, pozitivan odnos prema radu i radne navike. (Ministarstvo znanosti i obrazovanja, 2019.)

Također postoji i nacionalni kurikulumom za rani i predškolski odgoj i obrazovanje (NN br. 5/2015) koji je jedan od pozitivnih primjera prakse. On promiče razvoj osam temeljnih kompetencija za cjeloživotno učenje, uključujući "inicijativnost i poduzetnost". Na temelju toga, stvoren je projekt poznat kao Dječji tjedan poduzetništva, koji se provodi u predškolskim ustanovama i osnovnim školama diljem zemlje. Ovaj projekt se koncipira na način da odgojitelji izrađuju nacрте projektnih prijedloga, koji su fleksibilni i prilagodljivi te ovise o interesima djece. Djeca samostalno biraju teme koje ih zanimaju i istražuju ih uz podršku odgojitelja, potičući tako razmišljanje, raspravu i suradnju među sobom. Aktivno sudjeluju u provedbi projekta, a odgojitelji prate i dokumentiraju stvorene audio i vizualne materijale. Ovi materijali kasnije se prezentiraju roditeljima i široj društvenoj zajednici. U drugoj fazi projekta, veći je naglasak stavljen na obrazovanje djelatnika odgojno – obrazovnih institucija. Prema dostupnim podacima, u Republici Hrvatskoj djeluju 643 učeničke zadruge, osnovane pri osnovnim i srednjim školama, kao i posebnim odgojno obrazovnim ustanovama. Učeničke zadruge pridonose, između ostalog, razvijanju radnih navika i poduzetničkih vještina, odgovornosti, inovativnosti, kreativnosti, samostalnosti i samostalnom istraživačkom učenju. (Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva, 2022.)

Jedan od primjera cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo u Hrvatskoj je program pod nazivom "Poduzetnička akademija" koji provodi Hrvatska gospodarska komora (2020). Ova akademija pruža obrazovanje i podršku za sve one koji žele razviti poduzetničke vještine i znanja. Poduzetnička akademija HGK nudi niz programa i radionica namijenjenih različitim poduzetnicima i osobama koje žele pokrenuti vlastiti posao. Ti programi obuhvaćaju širok spektar tema kao što su osnivanje tvrtke, poslovno planiranje, financijski menadžment, marketing, prodaja, upravljanje ljudskim resursima i mnoge druge relevantne teme za poduzetnike. Ovi programi obično traju nekoliko tjedana ili mjeseci i kombiniraju teorijska predavanja s praktičnim vježbama i studijama slučaja. Polaznici imaju priliku naučiti od stručnjaka iz područja poduzetništva te razmijeniti iskustva i ideje s drugim polaznicima. Također, HGK pomaže polaznicima povezivanjem s mentorima i stručnjacima iz poslovnog svijeta.

Osim Poduzetničke akademije HGK, postoje i drugi obrazovni programi u Hrvatskoj koji se bave poduzetništvom. Primjerice, neke visoke škole i sveučilišta nude specijalizirane programe iz poduzetništva ili poslovnog upravljanja (npr. Ekonomski fakultet u Rijeci, Ekonomski

fakultet u Zagrebu, Veleučilište u Rijeci, Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću...). Također, postoje i neovisne organizacije, inkubatori i poslovni centri koji organiziraju edukacije, mentorske programe i radionice za poduzetnike.

U 2019. godini, ministarstvo znanosti i obrazovanja pokrenulo je eksperimentalni program pod nazivom „Škola za život“ s ciljem unaprjeđenja kompetencija učenika u rješavanju problema, povećanje zadovoljstva učenika te motivacije nastavnika. U ovom programu sudjelovalo je 48 osnovnih i 26 srednjih škola iz svih županija Republike Hrvatske. Kao dio eksperimentalnog programa, poduzetništvo je bila jedna od međupredmetnih tema koje su nastavnici mogli, prema vlastitom izboru, uključiti u nastavni proces kao dodatni element unutar svojih već postojećih tema. (Škola za život, 2019.)

U 2021. godini, Institut za inovacije, Školska knjiga i Znanstveni centar izvrsnosti za školsku efektivnost i menadžment, zajedno su lansirali projekt pod imenom „Digitalni inovacijski inkubator“- online platforma za poticanje kreativnog potencijala učenika i stvaranje novih vrijednosti. Ključni ciljevi ovog projekta obuhvaćaju poticanje kreativnosti , razvoj poduzetničkog duha i promicanje edukacije učenika o ključnim konceptima, znanjima i vještinama za budućnost. U prvoj godini provedbe, projekt je privukao oko 2000 učenika i učitelja iz više od 160 različitih škola diljem Hrvatske te je rezultirao stvaranjem više od 170 inovativnih projekata. Projekt se odvija i dan danas te je otvoren za sudjelovanje učenicima osnovne škole (od petog do osnog razreda) te srednjim školama. (Digitalni inovacijski inkubator, 2021.)

Jedan od primjera programa cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo u svijetu je "Startup School" koju organizira Y Combinator, jedna od najpoznatijih svjetskih tehnoloških inkubatora i investicijskih fondova za startupe (*Startup School, nd*). Startup School je besplatni online tečaj koji nudi obuku i podršku poduzetnicima i osnivačima startupova diljem svijeta. Startup School nudi seriju predavanja, mentoriranje i mrežne resurse kako bi se pomoglo poduzetnicima u izgradnji i rastu njihovih startupova. Program obuhvaća različite teme kao što su validacija ideje, izrada poslovnog modela, razvoj proizvoda, marketing, prodaja, upravljanje timom i prikupljanje sredstava. Tijekom programa, polaznici imaju priliku učiti od uspješnih poduzetnika i stručnjaka iz industrije kroz predavanja i panel rasprave. Također imaju priliku povezati se s drugim poduzetnicima i izgraditi vrijedne poslovne veze. Ovaj program cjeloživotnog obrazovanja za poduzetništvo omogućuje pristup relevantnom znanju, alatima i mentorstvu koje su ključni za uspješno vođenje startupa. Startup School je otvoren za sve poduzetnike, bez obzira na njihovu geografsku lokaciju ili pozadinsko znanje.

Svjetska banka u suradnji s Europskom komisijom također provodi projekte koji omogućavaju tehničku pomoć za razvoj poslovnog okruženja. Kroz tri projekta tehničke

pomoći usmjerenih na poboljšanje poslovnog okruženja u Hrvatskoj, poznatih kao Business Environment Reform (BER), postignuti su značajni pomaci u regulativnim procesima koji se tiču poslovanja. To obuhvaća implementaciju održivih digitalnih rješenja i podršku regulatornim tijelima odgovornim za poslovni sektor kako bi se olakšala razmjena ključnih i integriranih informacija s privatnim sektorom. Ovi projekti su bili financirani putem sredstava Europske unije preko Programa potpore strukturnim reformama. Svjetska banka je vodila provedbu ovih projekata u partnerstvu s Glavnom upravom Europske komisije za potporu strukturnim reformama (GU REFORM), s ciljem pružanja podrške hrvatskoj vladi, koju je predstavljalo Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. Unaprjeđenje poslovnog okruženja je ključno za jačanje konkurentske pozicije Hrvatske i za promicanje održivog i inkluzivnog razvoja privatnog sektora. Svake godine, brojni poduzetnici u Hrvatskoj pokreću nova poduzeća, otvaraju radna mjesta i stvaraju nove mogućnosti za prosperitet zemlje. Da bi se podržao njihov rast i povećala produktivnost, neophodno je osigurati im jasne i dostupne informacije o zakonima, regulacijama i uvjetima poslovanja. Postignuća ostvarena kroz projekte Business Environment Reform (BER) u ovim ključnim područjima razvoja poslovnog okruženja danas su predstavljena u Zagrebu, uključujući aktivnu suradnju s privatnim sektorom i ključnim dionicima. Instrument za tehničku potporu, s proračunom od 864 milijuna EUR za 2021. - 2027., podržava države članice EU-a u reformama. Hrvatska je jedan od glavnih korisnika ovog programa i njegovog nasljednika. Podrška se pruža na zahtjev i obuhvaća različita područja, usklađena s prioritetima EU-a. U Hrvatskoj je od 2016. provedeno 113 projekata tehničke potpore, uključujući upravljanje financijama, obnovu nakon potresa, javnu upravu, digitalizaciju, pravosuđe, zdravstvo, poduzeća u državnom vlasništvu, poslovno okruženje, liberalizaciju tržišta profesionalnih usluga, tržišta kapitala, socijalne usluge, obrazovanje i mirovinsku reformu. Ovi projekti podržavaju izvršenje Nacionalnog plana oporavka i otpornosti.

U konačnici, postojanje mnogih programa cjeloživotnog obrazovanja i kurikuluma vezanih za poduzetništvo pruža ljudima priliku da kontinuirano razvijaju svoje poduzetničke kompetencije i doprinose razvoju inovativnih i održivih poslovnih inicijativa. To je ključno za uspješno sudjelovanje u dinamičnom suvremenom poslovnom okruženju.

3. Poduzetničko obrazovanje i stavovi studenata o poduzetništvu i poduzetničkoj namjeri u Hrvatskoj

Poduzetništvo je ključni faktor za gospodarski razvoj i inovacije u svakom društvu. Poduzetničko obrazovanje ima važnu ulogu u pripremi budućih poduzetnika i stvaranju poticajnog okruženja za razvoj poduzetničkih vještina i stavova. U Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama diljem svijeta, poduzetničko obrazovanje postaje sve važnije s obzirom na promjene u ekonomiji i tržištu rada.

Studiranje poduzetništva može pružiti studentima znanja i vještine potrebne za uspješno vođenje vlastitog posla ili pokretanje novih inicijativa (Adrić i sur., 2018). Kroz kurikulum usmjeren na poduzetništvo, studenti mogu naučiti o osnovnim konceptima poslovanja, upravljanju financijama, marketingu, pregovaranju, inovacijama i drugim relevantnim područjima. Osim toga, poduzetničko obrazovanje može potaknuti razvoj kreativnosti, samopouzdanja, timskog rada i poduzetničkog duha među studentima (Wang i sur., 2022).

Kako bismo bolje razumjeli stavove studenata o poduzetništvu i njihovu poduzetničku namjeru u Hrvatskoj, provedene su različite studije i istraživanja

3.1. Pregled dosadašnjih istraživanja poduzetničkih kompetencija i namjera

Teorija planiranog ponašanja (*eng. Theory of Planned Behavior, TPB*) je socijalno-psihološka teorija koja se koristi za objašnjavanje ljudskog ponašanja. TPB je razvijena od strane Martina Fishbeina i Iceka Ajzena kao proširenje njihove prethodne teorije, poznate kao teorija racionalnog ponašanja (Ajzen, 2005). Ova teorija je široko primijenjena u različitim područjima, uključujući obrazovanje, turizam, menadžment i marketing (npr. Daellenbach i sur., 2018; Martin i Hodges Kulinna, 2004; Quintal i sur., 2010; Yang i sur., 2018).

Prema TPB-u, naše ponašanje se oblikuje na temelju naših namjera, a naše namjere su rezultat tri ključna faktora: naših osobnih stavova o ponašanju, subjektivnih normi koje nas okružuju i percepcije kontrole nad ponašanjem. (Ajzen, 1991)

Osobni stavovi se odnose na našu evaluaciju određenog ponašanja. Ako smatramo da je ponašanje pozitivno i da ima koristi za nas, veća je vjerojatnost da ćemo ga namjeravati izvršiti. Subjektivne norme se odnose na naše percepcije o očekivanjima drugih ljudi i njihovim stavovima prema određenom ponašanju. Ako percipiramo da je društveno prihvatljivo ili da drugi ljudi podržavaju određeno ponašanje, veća je vjerojatnost da ćemo ga namjeravati izvršiti.

A percepcija kontrole nad ponašanjem se odnosi na naše vjerovanje da imamo sposobnost i kontrolu nad izvršenjem određenog ponašanja. Ako vjerujemo da možemo izvršiti ponašanje i da imamo kontrolu nad tim, veća je vjerojatnost da ćemo ga namjeravati izvršiti (Conner i Armitage, 1998).

Neka dosadašnja istraživanja su došla do zaključka da je jako važna poduzetnička samoeфикаsnost/kompetencija pri stvaranju poduzetničkih namjera kod studenata kao i poduzetničko obrazovanje i motiv samostalnosti (Bračun i Horvat, 2021; Lv i sur., 2021; Miljković Krečar, 2010; Morić Milovanović i sur., 2015; Pauković i Bačić, 2018; Popescu i sur., 2016; Rado, 2012). Tako su na primjer Bračun i Horvat došli do zaključka da studenti koji dobro poznaju nekog poduzetnika, nebitno je li taj poduzetnik prijatelj ili obitelj, imaju sasvim drugačije motive svog potencijalnog poduzetništva od studenata koji osobno ne poznaju nekog poduzetnika. Oni koji poznaju nekog poduzetnika više naglašavaju motiv da „budu svoj gazda“ dok studenti koji ne poznaju nekog poduzetnika više izražavaju želju za stvaranjem nečega što ih veseli i zanima. Ali njihovo istraživanje nije pokazalo značajnije razlike između onih studenata koji poznaju i koji ne poznaju nekog poduzetnika. Lv i sur. su istraživali utjecaj poduzetničkog obrazovanja na poduzetničke namjere i došli su do zaključka da nastava o poduzetništvu, razna natjecanja u izradi poslovnog plana i podrška poduzetničkoj praksi ima pozitivan utjecaj na poduzetničke namjere. Miljković Krečar smatra da škola daje okvir za stjecanje prvih radnih navika i stavova o poslu što predstavlja temelj u kasnijem odabiru karijere. Također govori o tome kako bi se razvoj poduzetničkih kompetencija trebao uključiti u odgojno obrazovni sustav od samog početka školovanja, te da se poduzetništvo i poduzetnost najbolje uči kroz osobna iskustva. Uz to je jako bitna socijalna podrška obitelji, škole i društva u cjelini. Morić Milovanović i sur. također govore o važnosti poduzetničke samoeфикаsnosti pri stvaranju poduzetničkih namjera kod studenata. Rezultati istraživanja sugeriraju da studenti pokazuju veću sklonost prema poduzetništvu kada vjeruju da posjeduju vlastite kompetencije koje im omogućuju da mijenjaju svoja osobna uvjerenja o vjerojatnosti uspješnog pokretanja i vođenja poslovnog poduhvata. Naglašava se ključna uloga poduzetničkog obrazovanja i njegovog utjecaja na poduzetničku samoeфикаsnost. Također, istraživanje je identificiralo motiv samostalnosti kao još jedan bitan čimbenik koji oblikuje poduzetničke namjere studenata. Drugim riječima, osobe koje teže slobodi, kontroli i fleksibilnosti također iskazuju jaču volju za ulaskom u poduzetnički svijet.

Također se došlo do zaključka da studenti sami moraju procijeniti takvu karijeru zanimljivom i poželjnom te da moraju vjerovati u svoje vlastite sposobnosti pokretanja poduzeća (Kolega, 2018).

Osobni stavovi su u skoro svim istraživanjima odabrani kao pozitivan prediktor namjera da netko postane poduzetnik dok subjektivne norme ponekad jesu (npr. Šestić i sur., 2017), a ponekad nisu značajan prediktor namjera (npr. Širola, 2020). Neka istraživanja pokazuju da unatoč tome što su stav, percipirana kontrola i norme najbolji prediktori poduzetničkih namjera, predikcija zna biti značajno bolja dodavanjem dodatnih prediktora (npr. Vučković, 2019), zbog čega je cilj ovog rada uz navedene elemente ispitati i poduzetničke kompetencije i obrazovanje kao prediktore namjera, kako bi integrirala istraživanja koja koriste kompetencije i istraživanja koja koriste stavove kao prediktore poduzetničkih namjera.

3.2. Instrumenti i metodologija istraživanja

Ispitanici: Ispitanici su regrutirani na dva načina: putem društvenih mreža (npr. Facebook, Instagram) kao i putem molbi različitim fakultetima da proslijede upitnik svojim studentima. Kao potencijalni ispitanici su dolazili u obzir samo osobe koje trenutno studiraju, neovisno o studijskom smjeru i vrsti studijskog programa. Tako prikupljen uzorak sastoji se od 162 ispitanika. Većinu uzorka su činile osobe ženskog spola (81.5%), nakon čega slijede muškarci (16.7%) i osobe koje nisu htjele izjasniti svoj spol (1.9%). Većina ispitanika je bila u ranim dvadesetima ($M = 23.51$; $SD = 4.48$). 19% ispitanika je pohađalo prvu godinu preddiplomskog ili integriranog studija, 19% drugu godinu preddiplomskog ili integriranog studija, 21% treću godinu preddiplomskog ili integriranog studija, 12% četvrtu godinu preddiplomskog ili integriranog studija, 3% petu ili šestu godinu integriranog studija, 13% prvu godinu diplomskog studija, te 13% drugu godinu diplomskog studija. 23% ispitanika je pohađalo studijski smjer ekonomije, dok je među ostalim ispitanicima najviše bilo onih koji pohađaju studij biotehničkih znanosti (31.71%, najčešće biotehnologije, nutricionizma ili prehrambene tehnologije) zatim onih koji pohađaju društvene znanosti (30.89%, najčešće pravo, socijalni rad i komunikologija), tehničke znanosti (17.07%, najčešće arhitekturu, građevinski studij ili promet), biomedicinske znanosti (10.57%, najčešće fizioterapiju, sestriinstvo ili primaljstvo), humanističke znanosti (7.32%, najčešće kroatistiku, anglistiku ili filozofiju), te najmanje onih koji studiraju studij umjetničkog područja (2.44%, likovnu umjetnost ili glumu).

Instrumentarij: Primijenjen je internetski upitnik kreiran u programu LimeSurvey. Upitnik se sastojao od četiri dijela:

U prvom dijelu, ispitanici su odgovarali na 7 pitanja kreiranih u svrhu ovog istraživanja koja su se odnosila na dosadašnje iskustvo s različitim aspektima poduzetničkog obrazovanja (fakultetsko obrazovanje iz ekonomije, fakultetsko obrazovanje iz područja poduzetništva, pohađanje radionica i seminara, rad u timskim projektima, praksa u privatnim poduzećima,

volontiranje u privatnim poduzećima te samostalno obrazovanje). Ispitanici su na svako od tih pitanja odgovarali na skali višestrukog izbora od pet stupnjeva, gdje je rezultat koji implicira najmanju razinu poduzetničkog obrazovanja bodovan s jedan, a rezultat koji implicira najvišu razinu poduzetničkog obrazovanja bodovan s pet. Ali, ova skala nije imala zadovoljavajuću pouzdanost tipa unutarnje konzistencije (Cronbachova $\alpha = .60$, pa je iz nje izbačeno četiri pitanja. Konačna skala dosadašnjeg obrazovanja za poduzetništvo izračunata je kao suma odgovora na prve tri čestice: „Tijekom svojeg dosadašnjeg fakultetskog obrazovanja, koliko ste odslušali sadržaja vezanog uz ekonomiju?“, „Tijekom svojeg dosadašnjeg fakultetskog obrazovanja, koliko ste odslušali sadržaja vezanog uz poduzetništvo?“, i „Koliko ste do sada pohađali seminara, tečajeva, treninga i/ili radionica posvećenima poduzetništvu?“). Ovako formirana skala imala je zadovoljavajuću pouzdanost ($\alpha = .70$).

U drugom dijelu upitnika, ispitanici su ispunjavali deset čestica preuzetih iz istraživanja Šlogar i sur. (2021) koje su se odnosile na samoprocjenu vlastitih poduzetničkih kompetencija. Ispitanicima je bilo navedeno deset kompetencija ključnih za uspješan razvoj vlastitog poduzeća, te je zadatak ispitanika bio procijeniti u kojoj mjeri posjeduju navedene kompetencije na skali od 1 (razina osnovnog poznavanja) do 5 (razina vrlo naprednog znanja, vještina i sposobnosti). Ova skala je imala izvrsnu pouzdanost ($\alpha = .90$) te je ukupan rezultat izračunat kao zbroj odgovora na svakoj skali.

U trećem dijelu upitnika, ispitanici su odgovarali na pitanja o komponentama teorije planiranog ponašanja u sferi poduzetništva. Ove četiri skale, koje su se odnosile na stavove prema poduzetništvu, percipiranu kontrolu nad osnivanjem poduzeća, poduzetničke norme te poduzetničke namjere, razvili su Linan i Chen (2009), te ih je na hrvatski jezik adaptirala Jeger (2013). Sve skale sastojale su se od tvrdnji na koje su ispitanici odgovarali na skali od 1 (U potpunosti se ne slažem) do 5 (U potpunosti se slažem). Skala stavova prema poduzetništvu sastojala se od pet tvrdnji (primjer: „Baviti se poduzetništvom ima više prednosti nego nedostatka“), te je imala izvrsnu pouzdanost ($\alpha = .90$). Ukupan rezultat izračunat je kao zbroj odgovora na sve čestice. Skala poduzetničkih normi sastojala se od dvije vrste čestica: tri čestice koje su mjerile dostupnu podršku obitelji, prijatelja i kolega, te tri čestice koje su mjerile važnost podrške navedenih aktera. Korespondentne čestice dostupnosti i važnosti podrške različitih aktera su pomnožene, te su ti umnošci sumirani kako bi se dobio ukupan rezultat. Ovako formirana skala je imala zadovoljavajuću pouzdanost ($\alpha = .78$). Skala percipirane kontrole sastojala se od šest čestica (npr. Osnovati poduzeće i uspješno upravljati njime za mene bilo bi jednostavno“) te je imala dobru pouzdanost ($\alpha = .89$). Skala poduzetničkih namjera se sastojala od sedam čestica (npr. „Moj profesionalni cilj je da postanem poduzetnik“) te je imala izvrsnu pouzdanost ($\alpha = .94$).

Četvrti dio upitnika se sastojao od demografskih pitanja kojima je mjereno spol, dob i akademski status ispitanika.

Postupak istraživanja: Ispitanici su upitniku pristupali putem osobnih uređaja s pristupom internetu (računalima, mobilnim uređajima, tabletima...).

3.3. Rezultati istraživanja

Provedeno je istraživanje s ciljem ispitivanja različitih prediktora poduzetničkih namjera kod studenata. Deskriptivni podaci o korištenim mjerama prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1: Deskriptivni podaci o korištenim mjerama

	M	SD	k	M/k	Min	Max
Pod. obrazovanje	5.61	2.39	3	1.87	3	12
Pod. kompetencije	31.77	8.36	10	3.18	10	49
Stav o pod.	17.66	4.68	5	3.53	6	25
Pod. norme	35.08	13.14	3*3	2.33	9	75
Percipirana kontrola	17.00	5.42	6	2.83	6	30
Pod. namjere	20.06	7.51	7	2.87	7	35

Napomena. M – aritmetička sredina, SD – standardna devijacija, k – broj čestica, M/k – aritmetička sredina izražena na skali od 1 do 5 radi lakše interpretacije, Min – minimalni postignuti rezultat, Max – maksimalni postignuti rezultat

Iz deskriptivnih pokazatelja možemo vidjeti da prosječan ispitanik ima nisku razinu poduzetničkog obrazovanja te nisku razinu podrške svoje okoline ukoliko se odluči za osnivanje vlastitog poduzeća. Stav prema poduzetništvu prosječnog ispitanika je više pozitivan nego negativan, te on ima umjerene poduzetničke kompetencije, percipiranu kontrolu nad osnivanjem poduzeća i poduzetničke namjere.

Izračunate su i korelacije između korištenih skala, te su one prikazane u Tablici 2.

Tablica 2: Korelacije između korištenih mjera

	Obrazovanje	Kompetencije	Stav	Norme	Kontrola	Namjere
Obrazovanje	1					
Kompetencije	.22**	1				
Stav	.19*	.05	1			
Norme	-.05	-.25**	.26***	1		
Kontrola	.35***	.40***	.63***	.12	1	

Namjere	.27***	.21**	.79***	.20*	.80***	1
---------	--------	-------	--------	------	--------	---

Napomena. * - $p < .05$; ** - $p < .01$; *** - $p < .001$

Konačno, napravljena je i regresijska analiza s poduzetničkim obrazovanjem, kompetencijama, stavom o poduzetništvu, poduzetničkim normama i percipiranom kontrolom nad poduzetničkim ishodima kao prediktorima, te poduzetničkim namjerama kao kriterijem. Rezultati regresijske analize prikazani su u Tablici 3.

Tablica 3: Rezultati regresijske analize prediktora poduzetničkih namjera

Prediktor	Nestandardizirani beta koeficijent	Standardna greška	p	Standardizirani beta koeficijent
Intercept	-5.27	1.82	0.004	
Poduzetničko obrazovanje	0.04	0.13	0.752	0.01
Poduzetničke kompetencije	-0.00	0.04	0.907	-0.01
Stav o poduzetništvu	0.75	0.08	< .001	0.47
Poduzetničke norme	0.01	0.02	0.700	0.02
Percipirana kontrola nad poduzetničkim ishodima	0.68	0.08	< .001	0.49

Provedena analiza je statistički značajna ($F(5, 156) = 103.46, p < .001$), te analizirani prediktori objašnjavaju 77% varijance poduzetničkih namjera. Među navedenim prediktorima, jedino su stav o poduzetništvu i percipirana kontrola nad poduzetničkim ishodima pronađeni kao značajne determinante poduzetničkih namjera. Unatoč teoretskim očekivanjima, kada kontroliramo stav i percipiranu kontrolu, niti poduzetničko obrazovanje, niti kompetencije, niti norme nisu bili statistički značajni prediktori namjera. Ovakav rezultat je neintuitivan – nije u skladu niti s teorijom niti s rezultatima analiziranih korelacija iz Tablice 2. Dva su potencijalna objašnjenja ovakvih rezultata. Prvo, možda obrazovanje, kompetencije i norme uistinu nisu prediktori poduzetničkih namjera. Drugo, postoji mogućnost da obrazovanje, kompetencije i norme nemaju direktan utjecaj na poduzetničke namjere, već da oni determiniraju stavove i percipiranu kontrolu koji posljedično utječu na poduzetničke namjere. Kako bi se provjerilo ovo drugo potencijalno objašnjenje, provedene su još dvije regresijske analize. Prva, sa stavom

o poduzetništvu kao kriterijem je prikazana u Tablici 4, a druga, s percipiranom kontrolom kao kriterijem je prikazana u Tablici 5.

Tablica 4: Rezultati regresijske analize prediktora stava o poduzetništvu

Prediktor	Nestandardizirani beta koeficijent	Standardna greška	P	Standardizirani beta koeficijent
Intercept	10.63	1.98	< .001	
Poduzetničko obrazovanje	0.37	0.15	0.015	0.19
Poduzetničke kompetencije	0.04	0.04	0.341	0.08
Poduzetničke norme	0.10	0.03	< .001	0.29

Provedena analiza je statistički značajna ($F(3,158) = 6.77, p < .001$), te analizirani prediktori objašnjavaju 11% varijance stava o poduzetništvu. Među prediktorima pronalazimo da poduzetničko obrazovanje i poduzetničke norme imaju značajan efekt na stavove o poduzetništvu, dok poduzetničke kompetencije nemaju značajan efekt.

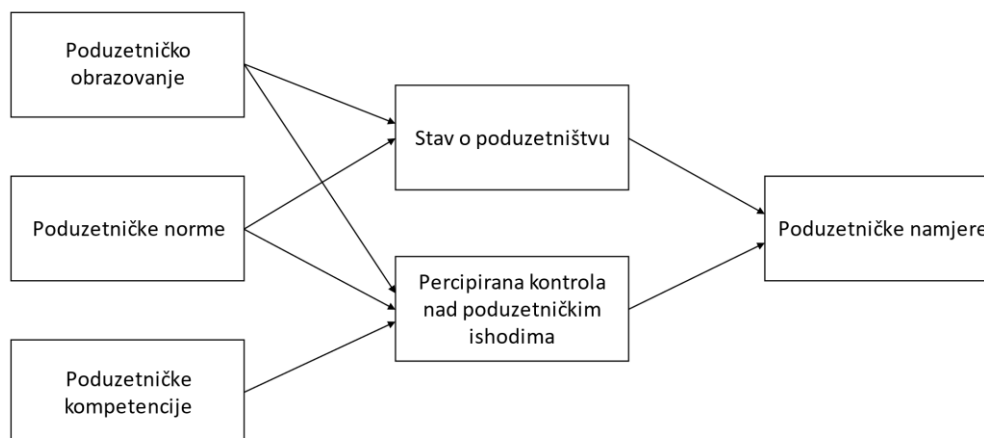
Tablica 5: Rezultati regresijske analize prediktora percipirane kontrole nad poduzetničkim ishodima

Prediktor	Nestandardizirani beta koeficijent	Standardna greška	P	Standardizirani beta koeficijent
Intercept	2.04	2.06	0.324	
Poduzetničko obrazovanje	0.62	0.16	< .001	0.27
Poduzetničke kompetencije	0.26	0.05	< .001	0.39
Poduzetničke norme	0.10	0.03	< .001	0.23

Provedena analiza je statistički značajna ($F(3, 158) = 20.34, p < .001$) te analizirani prediktori objašnjavaju 28% varijance percipirane kontrole nad poduzetničkim ishodima. Svi prediktori (obrazovanje, kompetencije i norme) su se pokazali značajnima.

Provedene analize idu u korist objašnjenju da, iako poduzetničko obrazovanje, kompetencije i norme nužno nemaju direktan efekt na poduzetničke namjere, one mogu biti determinante stavova o poduzetništvu i percipiranom kontrolom nad poduzetničkim ishodima, koji u konačnici determiniraju poduzetničke namjere.

Rezultati impliciraju da je odnos analiziranih prediktora s poduzetničkim namjerama malo drugačiji od pretpostavljenog, te da bi ga se moglo opisati prikazom na Slici 1.



Shema 2: Model razvoja poduzetničkih namjera impliciran provedenim analizama

Dobiveni rezultati impliciraju da poduzetničkim obrazovanjem studenti stječu pozitivnije stavove i veći osjećaj kontrole nad potencijalnim poduzetničkim pothvatima, vjerojatno zbog toga što se putem obrazovanja češće susreću s temama poduzetništva te im se pružaju znanja nužna za „snalaženje u poduzetničkim vodama“. Sličan efekt imaju i poduzetničke norme: osobe koje imaju podršku (obitelji, prijatelja i svoje okoline) koja bi im bila dostupna ukoliko se odluče za poduzetnički pothvat imaju i pozitivnije stavove o poduzetništvu, kao i veću percipiranu kontrolu. Poduzetništvo je često inicijalno skupocjen pothvat, zbog čega postojanje podrške potencijalno povećava percipiranu kontrolu nad poduzetničkim ishodima. Poduzetničke kompetencije su se također pokazale kao potencijalno relevantan prediktor percipirane kontrole: osoba koja ima znanja, vještine i sposobnosti koje su potrebne za uspješno bavljenje poduzetništvom predviđa bolje ishode svojih budućih poduzetničkih pothvata od osoba koje ne posjeduju ta znanja i vještine. U konačnici, stavovi i percipirana kontrola su se pokazale kao glavna determinanta poduzetničkih namjera – studenti koji pozitivno evaluiraju poduzetništvo, te koji smatraju da posjeduju resurse koji su nužni za uspješan poduzetnički pothvat imaju i najveće poduzetničke namjere, za koje se pretpostavlja da će se nakon završetka studija realizirati u prave pokušaje poduzetničkih pothvata.

Naravno, treba napomenuti da je ovaj model impliciran prikupljenim podacima, ali oni nisu dostatni da bi se on prihvatio. Bilo bi poželjno replicirati provedeno istraživanje na većem

uzorku studenata, kako bi se provjerilo odražavaju li dobiveni odnosi između varijabli stvarne odnose, ili specifičnosti prikupljenog uzorka. U prikupljenom uzorku je bilo znatno više studenata ekonomije, drugih društvenih znanosti i biotehničkih znanosti naspram ostalih znanosti. Različiti studijski programi sadrže različite količine poduzetničkog sadržaja, te je nužno replicirati dobiveni efekte na većem i akademski heterogenijem uzorku kako bi se efekti poduzetničkog obrazovanja mogli generalizirati. Također, u prikupljenom uzorku su žene činile znatnu većinu ispitanika: kod muškaraca efekti analiziranih varijabli potencijalno ne bi bili isti, što zbog spolnih razlika u poslovnim motivima, a što zbog socijalnih razlika u dostupnosti različitih resursa koji su nužni za poduzetničke pothvate. Preporučuje se i replikacija na uzorku koji je spolno uravnoteženiji. Konačno, čak i ako je dobiveni model točan, on ostavlja još dosta nepoznanica za daljnja istraživanja. Analizirani prediktori poduzetničke kontrole i stavova, iako značajni, su objasnili manje od 30% varijance. Ostalih 70% varijance nije objašnjeno, te bi buduća istraživanja mogla ispitati trenutno neispitane determinante tih varijabli.

Zaključak

Poduzetničke kompetencije su ključne vještine i sposobnosti koje pojedinci trebaju razviti kako bi uspješno djelovali u poduzetničkom okruženju. One su važne ne samo za samostalne poduzetnike, već i za sve one koji žele biti uspješni na tržištu rada. Uključivanje na tržište rada zahtijeva mnogo više od osnovnih akademskih ili stručnih kvalifikacija. Poslodavci traže kandidate s inovativnošću, kreativnošću, sposobnošću rješavanja problema, upravljanja vremenom, sposobnostima komunikacije i vođenja tima.

Razvoj postojećih kompetencija važan je jer omogućuje poduzetnicima da unaprijede svoje vještine i znanja u područjima u kojima su već stručni. Ovo uključuje stalno usavršavanje u području upravljanja, prodaje, financija, marketinga i drugih ključnih aspekata poslovanja. Kroz kontinuirano učenje, poduzetnici mogu pratiti najnovije trendove i razumjeti nove tehnologije i strategije koje mogu primijeniti u svom poslovanju. Također stjecanje novih kompetencija ključno je za poduzetnike kako bi se prilagodili brzo mijenjajućem poslovnom okruženju. To uključuje učenje novih tehnologija, digitalnih alata i platformi, kao i razumijevanje novih tržišnih trendova i potreba kupaca. Poduzetnici koji se aktivno uspinju na krivulju učenja imaju veće šanse za inovaciju i uspjeh, te bolje razumiju kako prilagoditi svoje poslovanje kako bi zadovoljili promjenjive potrebe tržišta. razvoj kompetencija za poduzetništvo nije ograničen samo na formalno obrazovanje. Poduzetnici mogu iskoristiti različite izvore učenja, kao što su stručne radionice, mentorski programi, online tečajevi i druge oblike neformalnog obrazovanja. Ključno je biti otvoren za učenje i stalno tražiti prilike za razvoj kompetencija.

U ovom radu ispitano je da li poduzetničke kompetencije i obrazovanje, kao i elementi teorije planiranog ponašanja predviđaju poduzetničke namjere. Anketnim istraživanjem dolazi se do zaključka da su samo stavovi i percipirana kontrola bili značajni prediktori poduzetničkih namjera, ali ta dva elementa su predviđale poduzetničke norme, kompetencije i obrazovanje. U budućim istraživanjima preporučuje se da se istraživanje provede na većem i raznovrsnijem uzorku kako bi se potvrdili pronađeni rezultati.

Hipoteza stav studenata o poduzetništvu i percipirana kontrola nad poduzetničkim ishodima pozitivno utječu na poduzetničke namjere studenata je potvrđena zato što su stavovi i percipirana kontrola direktno utjecali na poduzetničke namjere.

Bibliografija

Knjige:

- 1) Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. Open University Press.
- 2) Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y. i Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publication Office of the European Union.
- 3) Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- 4) Gibb, A., Haskins, G. i Robertson, I. (2009). *Leading the Entrepreneurial University: Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions*. The National Council for Graduate Entrepreneurship.
- 5) Piljić, J. (2021). Obrazovanje za poduzetništvo – pokretač konkurentnosti u Bosni i Hercegovini. U S. Dušanić Gačić (Ur.), *Zbornik radova: Međunarodna naučna konferencija Mediji i ekonomija* (str. 215-222). Banjaluka College.
- 6) Sinek, S. (2017). *Leaders eat last*. Portfolio Penguin.
- 7) Singer S., Šarlija, N., Pfeifer, S. i Oberman Peterka, S. (2018). *ŠTO čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom?*. Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
- 8) World Economic Forum (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. World Economic Forum.

Članci:

- 1) Adrić, I., Stanić, M., i Bilandžić, A. (2018). Uloga studijskog smjera u formiranju poduzetničkih namjera i sklonosti primjene efektivne logike. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 8(2), 9-26.
- 2) Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 3) Bračun, S. i Horvat, D. (2021). Poduzetničke namjere, motivi i prepreke studenata u realizaciji poslovne ideje. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E*, 11(2), 67-81. <https://doi.org/10.38190/ope.11.2.8>
- 4) Conner, M. i Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- 5) Daellenbach, K, Parkinson, J. i Krisjanous, J. (2018). Just How Prepared Are You? An Application of Marketing Segmentation and Theory of Planned Behavior for Disaster

- Preparation. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 30(4), 413-443.
<https://doi.org/10.1080/10495142.2018.1452830>
- 6) Gregorić, M., Knok, Ž. i Tkalec, Z. (2015). Ocjenjivanje uspješnosti studenata u visokom obrazovanju za poduzetništvo putem primjene modularnih inteligentnih sustava. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 5(2), 23-31.
 - 7) Hrvatski sabor (2007). Zakon o obrazovanju odraslih. *Narodne novine*, 17, 668.
 - 8) Ivić, P. (2012). Komunikacijski aspekti poduzetništva. *Liburna*, 1(1), 110-118.
 - 9) Koeppen, K., Hartig, J., Klieme, E. i Leutner, D. (2008). Current issues in competence modeling and assessment. *Zeitschrift für Psychologie*, 216(2), 61-73.
<https://doi.org/10.1027/0044-3409.216.2.61>
 - 10) Kolega, M. (2018). Provjera modela socijalno-poduzetničke namjere na uzorku studenata psihosocijalnog i poduzetničkog smjera. *Suvremene teme*, 9(1), 71-95.
 - 11) Lee Tupek, K. i Ćorić, G. (2018). Utjecaj poduzetničkih inkubatora na generiranje ideja i uspjeh start-up projekata u Hrvatskoj. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 8(1), 125-152.
 - 12) Liñán, F., i Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
 - 13) Luketić, D. (2011). Analiza temeljnih pristupa istraživanja poduzetničke kompetencije djece i mladih. *Acta Iadertina*, 8(1), 49-60.
 - 14) Lv, Y., Chen, Y., Sha, Y., Wang, J., An, L., Chen, T., Huang, X., Huang, Y. i Huang, L. (2021). How entrepreneurship education at universities influences entrepreneurial intention: mediating effect based on entrepreneurial competence. *Frontiers in Psychology*, 12, 655868. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>
 - 15) Martin, J. J. i Hodges Kulinna, P. (2004). Self-Efficacy Theory and the Theory of Planned Behavior: Teaching Physically Active Physical Education Classes. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 75(3), 288-297. <https://doi.org/10.1080/02701367.2004.10609161>
 - 16) Miljković Krečar, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. *Napredak*, 151(3-4), 417-432.
 - 17) Morić Milovanović, B., Krišto, T. i Srhoj, S. (2015). Što razlikuje studente s poduzetničkim namjerama? Analiza empirijskog modela odrednica poduzetničkih namjera među studentima Sveučilišta u Zagrebu. *Ekonomska misao i praksa*, 24(1), 151-170.
 - 18) Otache, I. (2019). Enhancing the effectiveness of entrepreneurship education: the role of entrepreneurial lecturers. *Education + Training*, 61(7/8), str. 918-939.
<https://doi.org/10.1108/ET-06-2018-0127>

- 19) Pauković, M. i Bačić, L. (2018). Trend kretanja cjeloživotnog obrazovanja i učenja kao preduvjet stvaranja društva znanja. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 8(2), 121-138.
- 20) Pfeifer, S., Singer, S., Šarlija, N. i Peterka, S. O. (2021). Perception of the National Entrepreneurship Conditions–Differences Across Time and Expert Specialization. *South East European Journal of Economics and Business*, 16(1), 1-17. <https://doi.org/10.2478/jeb-2021-0001>
- 21) Popescu, C. C., Bostan, I., Robu, I. B., Maxim, A. i Diaconu, L. (2016). An analysis of the determinants of entrepreneurial intentions among students: a Romanian case study. *Sustainability*, 8(8), 771. <https://doi.org/10.3390/su8080771>
- 22) Proklin, P. i Proklin, M. (2007). Planiranje i kontrola novčanih potreba poduzetnika. *Ekonomski vjesnik*, 20(1), 107-115.
- 23) Quintal, V. A., Lee, J. A. i Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797-805. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.006>
- 24) Sedlan-König, L. (2013). Poduzetnička kompetencija kao izvor konkurentnosti studenata na tržištu rada. *Ekonomski vjesnik*, 26(1), 57-69.
- 25) Šestić, M., Bičo Ćar, M., Pašić-Mesihović, A. i Softić, S. (2017). Poduzetničke namjere studenata poslovnih studija u Bosni i Hercegovini. *Obrazovanje za poduzetništvo*, 7(2), 147-160.
- 26) Širola, D. (2020). Determinants of entrepreneurial intentions: empirical evidence from Croatian perspective. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 8(1), 169-187. <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.17>
- 27) Šlogar, H. i Cigan, V. (2012). Umijeće pregovaranja kao ključna kompetencija u razvoju poduzetništva. *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), 259-265.
- 28) Šlogar, H., Stanić, N. i Jerin, K. (2021). Self-assessment of entrepreneurial competencies of students of higher education. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 9(1), 79-95. <https://doi.org/10.31784/zvr.9.1.5>
- 29) Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 35-43.
- 30) Wang, C., Mundorf, N. I Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100570. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>

- 31) Yang, Y., Choi, J. N. i Lee, K. (2018). Theory of Planned Behavior and Different Forms Of Organizational Change Behavior. *Social Behavior and Personality*, 46(10), 1657-1671. <https://doi.org/10.2224/sbp.6832>

Internet i ostali izvori:

- 1) Digitalni inovavijski inkubator- Preuzeto s <https://digitalniinkubator.eu/ucenicki/>
- 2) Hrvatska gospodarska komora (2020). *Besplatna akademija za poduzetnike: Poslovanje u digitalnom dobu*. Hrvatska gospodarska komora. Preuzeto s <https://www.hgk.hr/besplatna-akademija-za-poduzetnike-poslovanje-u-digitalnom-dobu-1> (1.6.2023)
- 3) Jeger, M. (2013). *Efektuacija i razvoj poduzetničkih namjera* (Doktorski rad). Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku.
- 4) Martić, I. (2020). *Poduzetnik i poduzetničke osobine* (Završni rad). Ekonomski fakultet u Osijeku.
- 5) Rado, T. (2012). *Ispitivanje poduzetničkih tendencija i sposobnosti kod studenata* (Diplomski rad). Filozofski fakultet u Osijeku.
- 6) Startup School (nd). *Startup School*. Startup School. Preuzeto s <https://www.startupschool.org/> (5.6.2023)
- 7) Škola za život- Preuzeto s <https://skolazazivot.hr/o-projektu/>
- 8) Tobak, S. *Facebook's Mark Zuckerberg – Insights for entrepreneurs*. CBS News. Preuzeto s <https://www.cbsnews.com/news/facebooks-mark-zuckerberg-insights-for-entrepreneurs/> (5. 6. 2023)
- 9) Vijeće Europske unije (2018). *Preporuke Vijeća o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje*. Europska komisija. Preuzeto s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0024&from=ES> (15.2.2023)
- 10) Vučković, A. (2019). *Primjena teorije planiranog ponašanja u objašnjavanju i predviđanju poduzetničkih namjera studenata* (Diplomski rad). Filozofski fakultet u Zagrebu.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1: Deskriptivni podaci o korištenim mjerama	20
Tablica 2: Korelacije između korištenih mjera.....	20
Tablica 3: Rezultati regresijske analize prediktora poduzetničkih namjera	21
Tablica 4: Rezultati regresijske analize prediktora stava o poduzetništvu	22
Tablica 5: Rezultati regresijske analize prediktora percipirane kontrole nad poduzetničkim ishodima	22

Sheme

Shema 1: Entrecomp 3 područja kompetencija i 15 kompetencija	10
Shema 2: Model razvoja poduzetničkih namjera impliciran provedenim analizama.....	23

Prilozi

ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Ovaj anketni upitnik sastavni je dio istraživanja koje se provodi u završnom radu na Sveučilištu u Rijeci, Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na temu Poduzetničke kompetencije i odrednice poduzetničkih namjera među studentima .

Ovaj anketni upitnik namijenjen je studentima te ispituje odnose između razine poduzetničkih kompetencija studenata i njihovih namjera da se angažiraju u poduzetništvu. Ovaj anketni upitnik je u potpunosti anoniman a rezultati će se analizirati isključivo na razini grupe u svrhu istraživanja i izrade završnog rada.

Molimo Vas da na svako pitanje odgovorite što iskrenije i preciznije kako bi rezultati bili što vjerodostojniji. Za ispunjavanje upitnika potrebno je maksimalno 10 minuta.

Zahvaljujemo na Vašem sudjelovanju i uloženoj trudu!

Ukoliko imate ikakvih pitanja u vezi s ovim istraživanjem, možete ih uputiti na sljedeću e-mail adresu:

Luka Peran, ps24789@fthm.hr

Pitanje 1: Tijekom svojeg dosadašnjeg fakultetskog obrazovanja, koliko ste odslušali sadržaja vezanog uz ekonomiju (zaokružite jedan odgovor)?

1. Nisam slušao/la niti jedan kolegij s područja ekonomije, niti smo se bavili ekonomskim temama na predavanjima
2. Nisam slušao/la niti jedan kolegij s područja ekonomije, ali smo se doticali ekonomskih tema u sklopu ostalih kolegija
3. Slušao/la sam jedan ili dva kolegija s područja ekonomije
4. Slušao/la sam tri ili više kolegija s područja ekonomija

Pitanje 2: Tijekom svojeg dosadašnjeg fakultetskog obrazovanja, koliko ste odslušali sadržaja vezanog uz poduzetništvo (zaokružite jedan odgovor)?

1. Nisam slušao/la niti jedan kolegij s područja poduzetništva, niti smo se bavili tim temama na predavanjima
2. Nisam slušao/la niti jedan kolegij s područja poduzetništva, ali smo se doticali tih tema u sklopu ostalih kolegija
3. Slušao/la sam jedan ili dva kolegija s područja poduzetništva
4. Slušao/la sam tri ili više kolegija s područja poduzetništva

Pitanje 3: Koliko ste do sada pohađali seminara, tečajeva, treninga i/ili radionica posvećenima poduzetništvu?

1. Nisam nikada pohađao/la seminare, treninge, tečajeve i/ili radionice posvećene poduzetništvu.
2. Bio/la sam samo na jednom seminaru, treningu, tečaju ili radionici posvećenoj poduzetništvu.
3. Bio/la sam na dva ili tri seminara, treninga, tečaja i/ili radionice posvećene poduzetništvu.
4. Bio/la sam na više od tri seminara, treninga, tečaja i/ili radionice posvećene poduzetništvu.

Pitanje 4: Koliko često se učlanjujete na projekte koji podrazumijevaju timski rad?

1. Nikad
2. Rijetko
3. Ponekad
4. Često

Pitanje 5: Koliko ste do sada odradili stručne prakse u privatnim poduzećima?

1. Nisam nikada odrađivao/la stručnu praksu.
2. Odrađivao/la sam stručnu praksu, ali ne u privatnim poduzećima.
3. Odradio/la sam manje od mjesec dana stručne prakse u privatnom poduzeću.
4. Odradio/la sam više od mjesec dana stručne prakse u privatnom poduzeću.

Pitanje 6: Jeste li do sada imali kakvih volonterskih iskustava?

1. Nisam nikada volontirao/la.
2. Volontirao/la sam, ali ne u privatnim poduzećima.
3. Volontirao/la sam u privatnom poduzeću manje od mjesec dana.
4. Volontirao/la sam u privatnom poduzeću više od mjesec dana.

Pitanje 7: Koliko često se samostalno obrazujete o poduzetništvu (na primjer, čitanjem knjiga ili traženjem informacija na internetu)?

1. Nikad
2. Rijetko
3. Ponekad
4. Često

Molimo Vas da procijenite razine Vaših specifičnih poduzetničkih kompetencija na način da za svaku kompetenciju procijenite razinu usvojenoga ishoda, tj. procijenite razinu Vašega znanja/vještina. Svaki od načina ocijenite jednom ocjenom pritom koristeći sljedeću ljestvicu:

Razina 1 (razina osnovnog poznavanja)

Razina 2 (razina temeljnog znanja, vještina i sposobnosti)

Razina 3 (razina prosječnog znanja, vještina i sposobnosti)

Razina 4 (razina naprednog znanja, vještina i sposobnosti)

Razina 5 (razina vrlo naprednog znanja, vještina i sposobnosti)

PODUZETNIČKE KOMPETENCIJE	Razina kompetencija					Ne mogu procijeniti
	1	2	3	4	5	
UOČAVANJE PRILIKA. Opis: koristiti maštu i sposobnosti kako biste prepoznali mogućnosti za stvaranje vrijednosti istraživanjem društvenog, kulturnog i ekonomskog okruženja.	1	2	3	4	5	0
FINANCIJSKA I EKONOMSKA PISMENOST. Opis: razviti financijsku i ekonomsku stručnost (procijeniti cijenu pretvaranja ideje u aktivnost koja stvara vrijednost; planirati, postaviti i procijeniti financijske odluke tijekom vremena; upravljati financiranjem kako biste osigurali da aktivnost stvaranja vrijednosti može trajati dugoročno).	1	2	3	4	5	0
PLANIRANJE I UPRAVLJANJE SPORAZUMOM. Opis: postaviti dugoročne, srednjoročne i kratkoročne ciljeve, definirati prioritete i akcijske planove, prilagoditi se nepredviđenim promjenama.	1	2	3	4	5	0
Donošenje odluka	1	2	3	4	5	0
Inicijativa	1	2	3	4	5	0
Ostvarivanje rezultata	1	2	3	4	5	0
Vještina vođenja	1	2	3	4	5	0
Empatija	1	2	3	4	5	0
Timski rad	1	2	3	4	5	0
Integritet	1	2	3	4	5	0

Ocijenite razinu Vašega slaganja s navedenim tvrdnjama koje se vežu uz Vaše stavove o poduzetništvu i poduzetničkim namjerama. Svaku tvrdnju ocijenite s JEDNOM ocjenom na

sljedećoj ljestvici: 1 – uopće se ne slažem; 2 – uglavnom se ne slažem; 3 – niti se slažem, niti se ne slažem; 4 – uglavnom se slažem; 5 – u potpunosti se slažem.

TVRDNJE

Stupanj slaganja

Baviti se poduzetništvom ima više prednosti nego nedostatka.	1	2	3	4	5
Karijera poduzetnika mi se čini atraktivnom.	1	2	3	4	5
Kada bih imao(la) priliku i potrebne resurse, htio(htjela) bih pokrenuti vlastiti posao.	1	2	3	4	5
Biti poduzetnikom pružalo bi mi veliko zadovoljstvo.	1	2	3	4	5
Da mogu birati između različitih mogućnosti zaposlenja, najradije bi bio(bila) poduzetnik.	1	2	3	4	5
Osnovati poduzeće i uspješno upravljati njime za mene bilo bi jednostavno.	1	2	3	4	5
Spreman(na) sam pokrenuti održiv poduzetnički pothvat.	1	2	3	4	5
Sposoban(na) sam kontrolirati proces pokretanja novog poduzeća.	1	2	3	4	5
Posjedujem sve informacije i znanja za pokretanje poduzeća.	1	2	3	4	5
Posjedujem kompetencije kako bi mogao razviti poduzetnički projekt.	1	2	3	4	5
Kada bih pokušao/pokušala osnovati poduzeće, imao/imala bih velike šanse za uspjeh.	1	2	3	4	5
Moja uža obitelj bi me podržala ukoliko odlučim osnovati svoje vlastito poduzeće.	1	2	3	4	5
Moji prijatelji bi me podržali ukoliko odlučim osnovati svoje vlastito poduzeće.	1	2	3	4	5
Moji kolege bi me podržali ukoliko odlučim osnovati svoje vlastito poduzeće.	1	2	3	4	5
Mišljenje moje uže obitelji znatno utječe na moje poslovne odluke.	1	2	3	4	5
Mišljenje mojih prijatelja znatno utječe na moje poslovne odluke.	1	2	3	4	5
Mišljenje mojih kolega znatno utječe na moje poslovne odluke.	1	2	3	4	5

Spreman/spremna sam učiniti sve što je potrebno (edukacija, pronalazak partnera, financijskih sredstava i sl.) kako bi postao poduzetnik.	1	2	3	4	5
Moj profesionalni cilj je da postanem poduzetnik.	1	2	3	4	5
Uložiti ću značajan napor kako bi započeo(la) i vodio(la) svoje poduzeće.	1	2	3	4	5
Ozbiljno razmatram pokretanje vlastitog poduzeća.	1	2	3	4	5
Imam čvrstu namjeru jednom pokrenuti svoj posao.	1	2	3	4	5
U sljedeće tri godine, vjerojatno ću pokrenuti svoje vlastito poduzeće.	1	2	3	4	5
U sljedećih pet godina, vjerojatno ću pokrenuti svoje vlastito poduzeće.	1	2	3	4	5

Spol (molimo, zaokružite):	a) ženski	b) muški	c) ne želim se izjasniti
Koje ste godine rođeni	_____		
Koju godinu i studij trenutno pohađate (molimo zaokružite)	Pohađam 1 godinu sveučilišnog prijediplomskoga studija ili integriranog studija Pohađam 2 godinu sveučilišnog prijediplomskoga studija ili integriranog studija Pohađam 3 godinu sveučilišnog prijediplomskoga studija ili integriranog studija Pohađam 4 sveučilišnog prijediplomskoga studija ili integriranog studija Pohađam 5 godinu integriranog studija Pohađam 1 godinu sveučilišnog diplomskoga studija Pohađam 2 godinu sveučilišnog diplomsloga studija Ostalo (nadopiši): _____		
Studirate li trenutno ekonomiju ili neki srodni studijski program kojim se stječe akademski naziv sveučilišni	Da Ne		

prvostupnik/prvostupnica ekonomije i/ili sveučilišni/a magistar/magistra ekonomije?	
Ukoliko ne studirate ekonomiju, upišite koju vrstu studijskog programa trenutno pohađate	_____