



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2021: Nacionalni izvještaj za Republiku Hrvatsku



University of Zadar
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |



Zahvala

Kao delegati na nacionalnoj razini Republike Hrvatske koji su koordinirali proces doprinosa globalnom istraživanju GUESSS 2021, želimo zahvaliti svim našim partnerskim sveučilištima diljem zemlje. Svi su nam, u različitom opsegu, ali jednakom željom i trudom, pružili vrijedne doprinose prikupljene u suradnji s njihovim cijenjenim studentima, koji predstavljaju krajnje korisnike i nezaobilazan element ove ankete. Zahvaljujemo također rektorici Sveučilišta u Zadru, prof. dr. sc. Dijani Vican na kontinuiranoj i bezuvjetnoj podršci u provođenju ovog istraživanja diljem Republike Hrvatske.

Nadalje, svu potrebnu pomoć i podršku našem timu pružio je prof. dr. sc. Phillip Sieger (Sveučilište u Bernu) kao izvršni direktor GUESSS-a, koji nas je primjerom vodio u ovom globalnom projektu te na čijem administrativnom vodstvu uistinu zahvaljujemo.

Također, zahvalni smo i **Ernst & Youngu** kao globalnom partneru projekta.

Projekttni tim Sveučilišta u Zadru:

Borna Buljan, mag. oec.

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske
znanosti

bbuljan@unizd.hr

dr. sc. Gabrijele Vidić

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske
znanosti

gvidic@unizd.hr

Antonija Šimek, mag. oec.

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam
i komunikacijske znanosti

asimek21@unizd.hr

izv. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

krceb@unizd.hr

doc. dr. sc. Tomislav Klarin

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

tklarin@unizd.hr

Pri referiranju na ovaj izvještaj, molimo navesti sljedeće:

Buljan, B., Vidić, G., Šimek, A., Krce Miočić, B. & Klarin, T. (2022). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2021: Nacionalni izvještaj za Republiku Hrvatsku*. Sveučilište u Zadru

Sadržaj

1. Uvod	2
1.1. Važnost GUESSS istraživanja na razini Republike Hrvatske	4
2. Demografske informacije o uzorku	6
3. Namjere izbora karijere / poduzetničke namjere	9
4. Pokretači poduzetničkih namjera	15
5. Poduzetnici u nastajanju	21
6. Aktivni poduzetnici	27
7. Poduzetništvo roditelja	36
8. Zaključak	38
Bibliografija	40

1. Uvod

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) predstavlja jedan od najopsežnijih istraživačkih projekata poduzetništva na globalnoj razini. Istraživačke aktivnosti u okviru ove ankete naglašavaju poduzetničke namjere, stavove i aktivnosti studenata (Sieger et al., 2018), što se može pratiti unutar tematskih cjelina kao što su: utjecaj obrazovanja (Hahn et al., 2020), obiteljsko podrijetlo koje utječe na potencijalne i stvarne poduzetničke pothvate (Edelman et al., 2016), poticanje od strane vršnjaka te nekoliko drugih čimbenika. Pokušavajući steći uvid u takve fenomene, nastojalo se pridonijeti postizanju glavnog cilja GUESSS istraživanja – stvaranju iznimnog i jedinstvenog pristupa studentskom poduzetništvu u obliku akademski i praktično orijentiranog ostvarenja.

Konkretno, kao što je prethodno navedeno, postoji nekoliko tematskih područja koja su dublje istraživana, kao što su, na primjer (Sieger et al., 2018):

- Poduzetništvo u nastajanju;
- Rast i uspješnost novih poduzetničkih pothvata;
- Prateći čimbenici utjecaja na različitim razinama, kao na primjer:
 - Individualna razina: motivi, preferencije, društveni identitet;
 - Razina obitelji: struktura obitelji, obiteljski odnosi;
 - Sveučilišna razina: poduzetničko obrazovanje, poduzetnička klima i učenje; te
 - Kontekstualna razina: kultura i institucije.

Korijeni istraživanja GUESSS (ranije imenovano kao ISCE, do 2006. godine) sežu još u 2003. godinu, kada je navedeno istraživanje ustanovljeno na Sveučilištu St. Gallen (Švicarska). Pod koordinacijom spomenute visokoškolske ustanove, a u suradnji sa Sveučilištem u Bernu (Švicarska) svake 2-3 godine provodi se globalno prikupljanje podataka putem centralno upravljanog *on-line* anketnog upitnika koji sadrži provjerene i aktualne mjerne instrumente (Fueglistaller et al., 2009). Na taj način moguće je izvršiti detaljne i sveobuhvatne usporedbe među zemljama te, također, provesti i detaljne analize unutar zemlje. Nadalje, još se jedna prednost takvog pristupa prepoznaje u mogućnosti da se oni studenti koji su odgovorili na GUESSS anketu identificiraju u dva različita vala prikupljanja podataka. Ova opcija otvara mogućnost

longitudinalne analize. No, da bi prikupljanje podataka moglo funkcionirati na takav način, postoje određeni organizacijski zahtjevi. Stoga je moguće identificirati jasno definiranu hijerarhijsku strukturu tako da za svaku zemlju sudionicu postoji jedan odgovorni tim koji koordinira prikupljanje podataka na navedenom području. To znači da GUESSS-ovi koordinatori (jedan tim po zemlji) prosljeđuju pozive za anketiranje vlastitim studentima, ali i sveučilišnim partnerima na nacionalnoj razini (koji su također dužni proslijediti anketne upitnike svojim studentima). Sudjelovanje raznih visokoškolskih ustanova u istraživanju uvelike olakšava i činjenica da GUESSS istraživanje ima za cilj postići neke od ishoda koji mogu biti veoma korisni i drugim sudionicima šireg poduzetničkog ekosustava. Neki od tih ishoda su:

- Omogućavanje sveučilištima koja sudjeluju da procijene opseg i kvalitetu svojih studijskih programa u kontekstu poduzetničkog obrazovanja;
- Podizanje svijesti javnosti i vlasti o poduzetništvu općenito, a posebno o temeljima novih poduzetničkih pothvata (razumljivo, s ciljem prepoznavanja mogućih radnji koje je potrebno poduzeti kako bi se olakšao spomenuti proces stvaranja novih pothvata); te
- Omogućavanje studentima uživanje dugoročnih koristi od provedbe aktivnosti koje su identificirane kao potrebne nakon prethodnog koraka.

Rezultati GUESSS istraživanja, bilo na nacionalnoj ili globalnoj razini prepoznaju se u vrlo relevantnim i pouzdanim podacima koji su često korišteni kao osnova za brojne publikacije u vodećim međunarodnim akademskim časopisima. To znači da, premda se fokusira na razinu studenata, GUESSS istraživanje obuhvaća i pruža rezultate koje koriste različiti dionici, među kojima se posebno ističu studenti, istraživači, poduzetnici, kreatori politike, sveučilišta, itd.

U sklopu istraživanja GUESSS 2021 prikupljeni su globalni podaci koji se sastoje od više od 267.000 odgovora iz 58 zemalja. Kada su, pak, u pitanju naponi poduzeti na razini Republike Hrvatske, tijekom GUESSS istraživanja 2021. godine, sveukupno 44 sveučilišta dala su svoj doprinos različitom razinom i opsegom *inputa*, odnosno ispunjenih odgovora svojih studenata. Ukupno je prikupljeno 1.660 dovršenih odgovora. Na razini Republike Hrvatske čitavim procesom doprinosa globalnom istraživanju koordinirali su dr. sc. Gabrijele Vidić sa Sveučilišta u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti te Borna Buljan, mag. oec. i Antonija Šimek, mag. oec., također sa Sveučilišta u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti.

Izvještaj koji se nalazi pred Vama sažima neke od glavnih fenomena vezanih uz poduzetništvo hrvatskih studenata. Za početak, izvještaj posebno naglašava namjere studenata prilikom izbora karijere, odnosno njihove poduzetničke namjere koje su obrađene u obliku pitanja o namjeri s više stavki. U tom smislu, na primjer, ispitanici su određeni obrasci udjela namjernih poduzetnika neposredno nakon studija naspram udjela namjernih poduzetnika pet godina kasnije. Također, važan bi se uvid mogao steći kada se u odnos dovede dio poduzetnika u nastajanju te aktivnih poduzetnika.

Nadalje, posebna pažnja posvećena je pokretačima poduzetničkih namjera. S tim u vezi, neki od najvažnijih i najzanimljivijih zaključaka koji se na nacionalnoj razini mogu izvući odnose se na utjecaj sveučilišnog konteksta na spomenute poduzetničke namjere. Na primjer, zanimljivo je pokušati prepoznati postoje li neke značajne posljedice „izloženosti” poduzetničkom obrazovanju, odnosno postoji li neka veza između pohađanja kolegija povezanih s poduzetništvom te aktivnog, odnosno poduzetništva u nastajanju. Osim toga, studenti kao jedinstveni i zasebni pojedinci stavljeni su u kontekst pokretača poduzetničkih namjera. Neke od njihovih unutarnjih karakteristika, kao što su lokus kontrole, stav i poduzetnička samoučinkovitost, nužne su prilikom proučavanja takvih pojava. Također, kao što je već spomenuto u uvodnom dijelu izvješća, obiteljsko podrijetlo i društvo u cjelini neizbježni su kada se ispituju poduzetničke namjere, stavovi i aktivnosti učenika. Odgovori na pitanja povezana s društvenim kontekstom mogu poslužiti prilikom daljnjeg proučavanja, na primjer, utjecaja podrške okoline (bliža obitelj, prijatelji, kolege studenti) na aktivno, odnosno poduzetništvo u nastajanju.

Konačno, glavni zaključci i ključne pouke, zajedno s preporukama na razini sveobuhvatne analize, služe za pružanje bitnih informacija cijelom nizu zainteresiranih dionika (znanstvenici, kreatori politika, itd.) o poduzetničkim namjerama i aktivnostima studenata na razini Republike Hrvatske.

1.1. Važnost GUESSS istraživanja na razini Republike Hrvatske

Odgovor na pitanje zašto bi informacije prikupljene ovim istraživanjem mogle biti važne cijelom nizu zainteresiranih dionika nameće se sam po sebi. Ponajprije, potrebno je promotriti demografsko okruženje. Na razini Republike Hrvatske, naime, zabilježen je snažan trend iseljavanja. Iseljavanju je najsklonije mlađe stanovništvo, koje je najvažniji kontingent radne snage. Iseljavanje mlađe populacije ostavlja dalekosežne posljedice jer ovakva vrsta iseljavanja

stvora takozvane „krnje generacije“ u dobnom sastavu zbog odljeva reproduktivnog potencijala (Pokos, 2017). U tom smislu, zanimljivo je promotriti istraživanje provedeno u Hrvatskoj koje se bavi problemom depopulacije s obzirom na stupanj obrazovanja ispitanika (Ilišin & Spajić Vrkaš, 2015). Naime, masovni odlazak mladih stručnjaka u druge zemlje kao generacijski problem u Hrvatskoj iznadprosječno spominju studenti i učenici, za razliku od nezaposlenih. Prema nekim izvorima, Hrvatska je tijekom produljenog razdoblja recesije uslijed financijske krize iz 2008. godine bila jedna od zemalja EU-a s najvećom stopom nezaposlenosti mladih (45,1%) (Hornstein Tomić & Taylor, 2018).

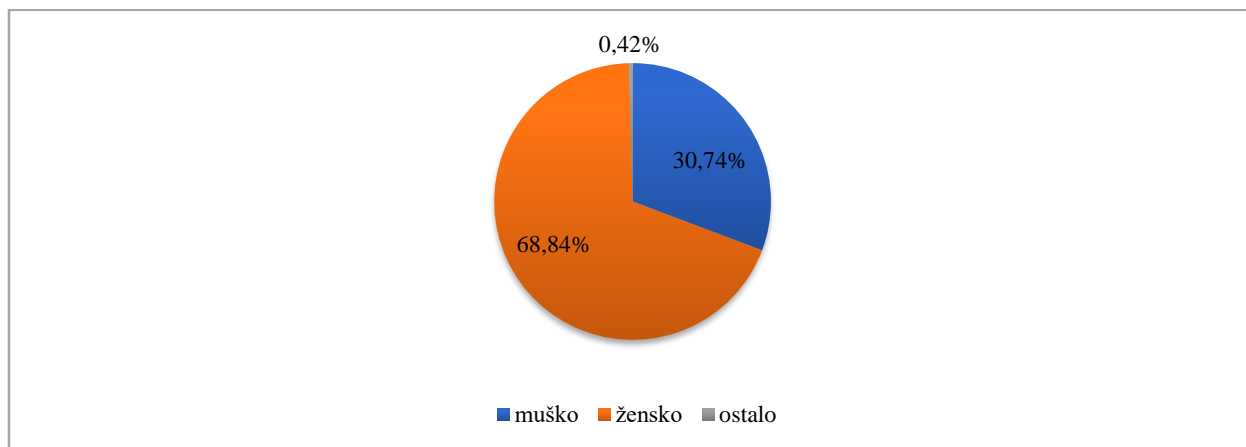
Stoga se razvoj poduzetništva mladih sve više prepoznaje kao mogući „mehanizam“ koji bi mogao doprinijeti ublažavanju izazova s kojima se susreće mlada populacija diljem svijeta, prvenstveno kao odgovor na brojne ekonomske i obrazovne izazove (Chigunta, 2017; Green, 2013; Holienka, 2014; Kasim et al., 2014; Ogamba, 2019; Shore et al., 2016). Suočene s povećanim brojem nezaposlenih mladih ljudi, vlasti diljem svijeta promiču poduzetništvo kao moguće sredstvo za samozapošljavanje i poboljšanje ukupne kvalitete života (Chigunta, 2017). Na taj način vlasti potiču gospodarski razvoj i unose svježinu u gospodarski sustav kroz inovativnost i kreativnost koju donose poduzetnički pothvati. Istovremeno, poduzetništvo poboljšava kvalitetu života na području u kojem se razvija jer, s jedne strane, povećava prihode stanovništva, a s druge strane stvara dodatnu ponudu. Time se povećava atraktivnost prostora i smanjuje se želja za iseljavanjem.

Konačno, dodatna činjenica koja ide u prilog poticanju poduzetništva među populacijom mladih odnosi se na kontekst, odnosno prevladavajuće okolnosti. Većina zemalja još uvijek je osjećala posljedice financijske krize iz 2008. godine (Sulejman, 2020) kada je nastupila pandemija COVID-19. Slično kao u prethodnim krizama, očekuje se da će stopa nezaposlenosti nastaviti rasti, a jedna od skupina koje su najviše pogođene ovim nepovoljnim trendovima su mladi ljudi (Širec & Vrečko, 2020). Budući da se usred krize ne očekuje otvaranje novih radnih mjesta, prvenstveno u javnom sektoru (Brixiova et al., 2015), poduzetništvo mladih sve se više doživljava kao „alat“ koji osigurava održivo ostvarivanje prihoda. U tom je smislu prepoznata sposobnost populacije mladih prilagođavanju promjenama koje se događaju i implementiranju inovacija u svakodnevni život, čime se potiče poduzetništvo i održivi rast (Amesheva et al., 2019; Minola et al., 2014).

2. Demografske informacije o uzorku

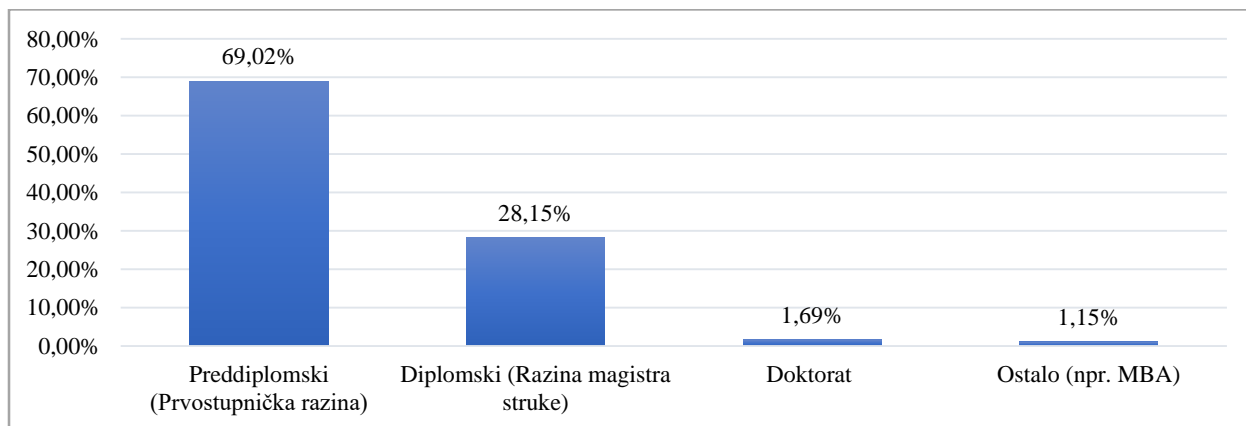
Od ukupno 1660 studenata koji su sudjelovali u istraživanju, većina (60,68%) ih je imala između 19 i 23 godine, a slijedila je dobna skupina između 24 i 28 godina (27,35%). Prosječna dob studenata koji su sudjelovali u istraživanju iznosila je 24,3 godine, dok je medijalna dob ispitanika iznosila 23 godine. Rezultati o dobi ispitanika u skladu su s onima na međunarodnoj razini gdje je većina ispitanih studenata u vrijeme provođenja istraživanja imala između 18 i 23 godine (59,2%).

Grafikon 1. Spol ispitanika



Grafikon 1. prikazuje da je u istraživanju sudjelovalo značajno više ženskih (68,84%) nego muških (30,74%) ispitanika, dok dio njih (0,42%) nije naveo spol. Neravnoteža spolova ispitanika jače je naglašena u uzorku Republike Hrvatske nego na međunarodnoj razini gdje je udio ženskih ispitanika u vrijeme istraživanja iznosio 60,3%.

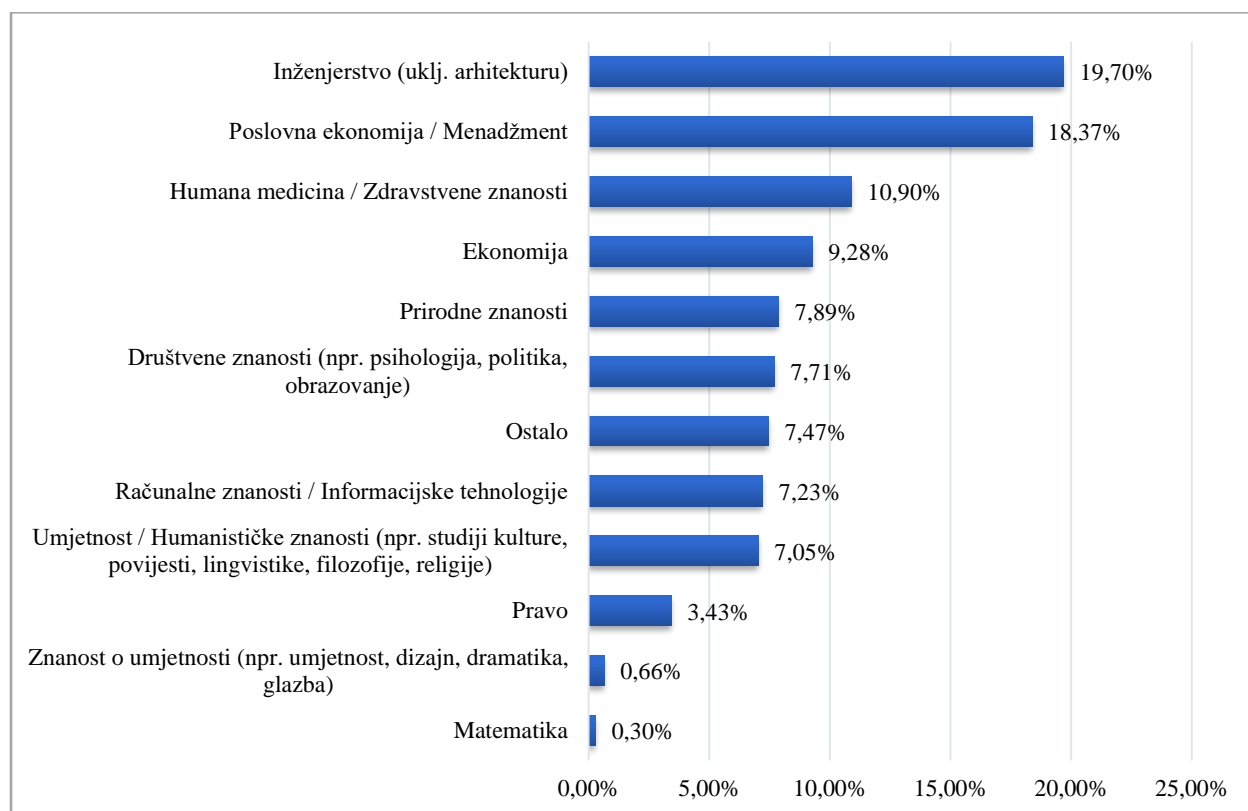
Grafikon 2. Razina studija ispitanika



Grafikon 2. pokazuje da se većina ispitanih studenata u vrijeme provođenja istraživanja nalazila na preddiplomskoj razini studija (69,02%), 28,15% ispitanika nalazilo se na diplomskoj razini studija, a još se 1,69% ispitanika u vrijeme anketiranja nalazilo na razini postdiplomskog doktorskog studija. Kada se radi usporedba s globalnim GUESSS uzorkom, primjećuje se razlika u zastupljenosti studenata preddiplomskih studija s obzirom na to da je isti postotak na globalnoj razini iznosio 79%. Također, udio studenata postdiplomskih doktorskih studija na globalnoj razini iznosio je 2,8%. S druge strane, udio studenata diplomske razine studija bio je viši na nacionalnoj razini (28,15%) u odnosu na globalnu (13%).

Što se tiče bračnog statusa, većina ispitanika izjasnila se da su samci (62,35%), dok je u braku bilo samo 8,05% ispitanih studenata. Značajan udio ispitanika (29,60%) na pitanje o bračnom statusu nije se izjasnilo, već navelo odgovor “ostalo”.

Grafikon 3. Glavno područje studija ispitanika



Grafikon 3. prikazuje područja studija ispitanika koja su prilagođena za potrebe ovog istraživanja. Najveći udio ispitanika unutar uzorka Republike Hrvatske u vrijeme istraživanja studirao je inženjerstvo (19,70%) te poslovnu ekonomiju i menadžment (18,37%), nakon čega su slijedile

humana medicina i zdravstvene djelatnosti (10,90%) te ekonomija (9,28%). Među ispitanicima slično su bile zastupljene prirodne znanosti (7,89%), društvene znanosti (7,71%), računalne znanosti i informacijske tehnologije (7,23%), umjetnost i humanističke znanosti (7,05%), kao i kategorija ostalo (7,47%). Najmanji broj ispitanika studirao je pravo (3,43%), znanost o umjetnosti (0,66%) i matematiku (0,30%). Slično kao i nacionalnoj razini, i na globalnoj razini skoro jedna petina ispitanika studirala je u području poslovne ekonomije i menadžmenta (19,6%) te je to područje na globalnoj razini bilo najzastupljenije u uzorku, dok je na nacionalnoj razini inženjerstvo (uključujući arhitekturu) bilo najzastupljenije područje studija.

3. Namjere izbora karijere / poduzetničke namjere

Jedna od tema kojoj je tijekom istraživanja posvećena najznačajnija pozornost odnosi se na namjere izbora karijere/poduzetničke namjere. Pokušalo se prepoznati kolika je razina poduzetničkih namjera među trenutno upisanim studentima. Time bi se mogao identificirati stav studenata prema poduzetništvu kao karijernom izboru. Međutim, treba naglasiti da stavovi studenata u tom smislu ne obuhvaćaju isključivo razinu napora koju je potrebno uložiti kako bi se pokrenuo vlastiti posao. Uz to se, naime, potrebno pozabaviti percepcijom studenata iz perspektive odnosa prema različitim pitanjima. Na primjer, neki od autora ispitivali su vezu između stavova pojedinca (prema prihodu, poslu, neovisnosti i riziku) te namjere te osobe da se (ne) samozaposli (Douglas & Shepherd, 2002). Uspjeli su istaknuti da su ti stavovi utjecali na izbor karijere, što znači da na namjeru osobe da pokrene vlastiti posao utječe i razina poduzetničkih stavova (pri čemu ostale varijable ostaju nepromijenjene).

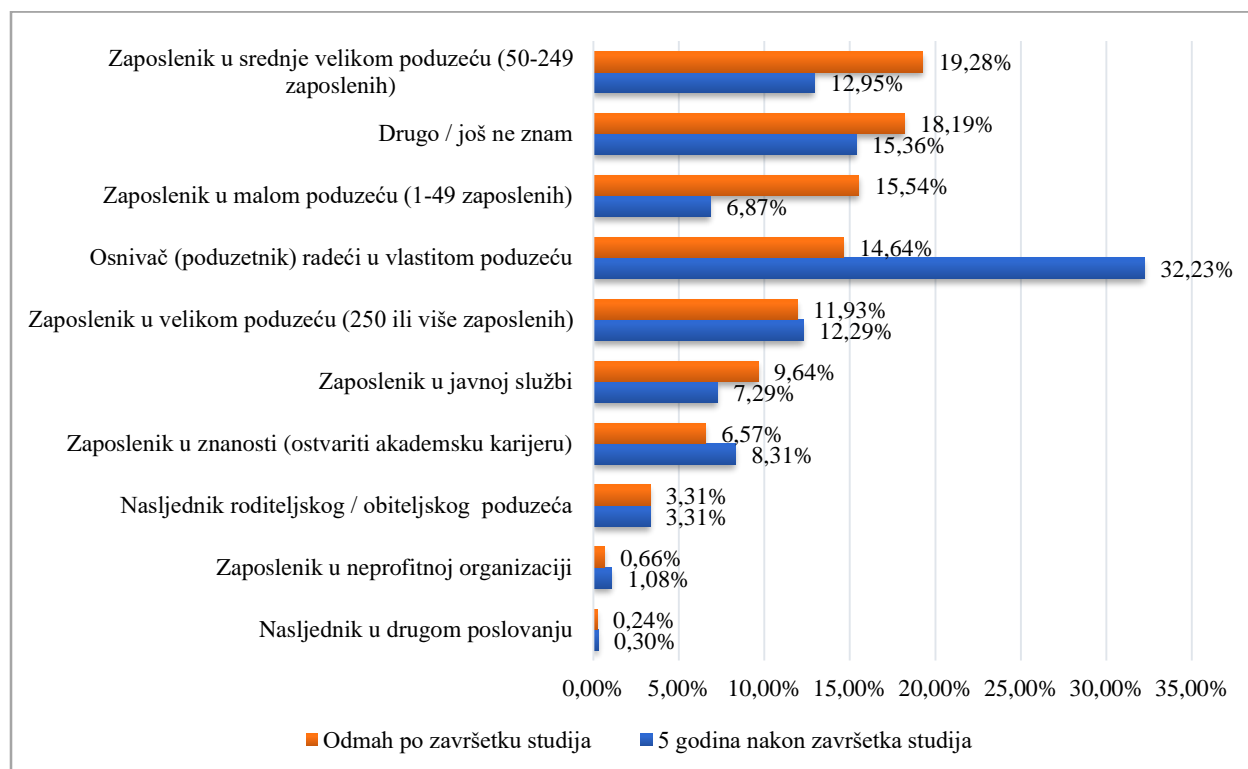
S druge strane, neki su autori pokušali istražiti specifične teme vezane uz namjere izbora karijere/poduzetničke namjere, kao što je model poduzetničkih namjera koji se temelji na teoriji socijalne kognitivne karijere (SCCT). U okviru ovog istraživanja naglašeni su važni utjecaji prethodne izloženosti poduzetništvu, kao i „mehanizmi socijalne podrške na formiranje poduzetničkih namjera i očekivanja poduzetničkog ishoda“ (Liguori et al., 2020: 311). Time su autori mogli istaknuti važnost poduzetničkog stava kao „posrednika“ u odnosu između poduzetničke motivacije i namjere, budući da su prepoznali stav kao važnog prethodnika poduzetničkoj namjeri.

Opis ovakvih istraživanja i isticanje činjenice da se pri proučavanju problematike poduzetništva kao izbora karijere mogu primijeniti različite perspektive, važan je jer pokazuje da je na samom početku potrebno shvatiti da cijeli proces počinje s određenim stupnjem planskog i dobrovoljnog ponašanja pojedinca. U tom smislu, poduzetništvo treba shvatiti kao neku vrstu bihevioralnog slijeda radnji koji se odvija tijekom dužeg vremenskog razdoblja. Jedan važan koncept koji se ispituje kako bi se bolje razumjelo zašto pojedinci pokazuju spremnost upustiti se u ovaj proces odnosi se na poduzetničke namjere.

U konkretnom istraživanju na razini Republike Hrvatske studenti su odgovarali na razna pitanja o namjeri s više ponuđenih stavki, kao na primjer: „Kakvu karijeru namjeravate nastaviti odmah po završetku studija?“ i „Kakvim putem u karijeri namjeravate nastaviti pet godina nakon završetka studija?“.

Grafikon 4. prikazuje kako su se ispitanici izjasnili u vezi nastavka karijere odmah nakon završetka studija i pet godina nakon završetka studija.

Grafikon 4. Namjera nastavka karijera odmah nakon završetka studija i pet godina nakon završetka studija



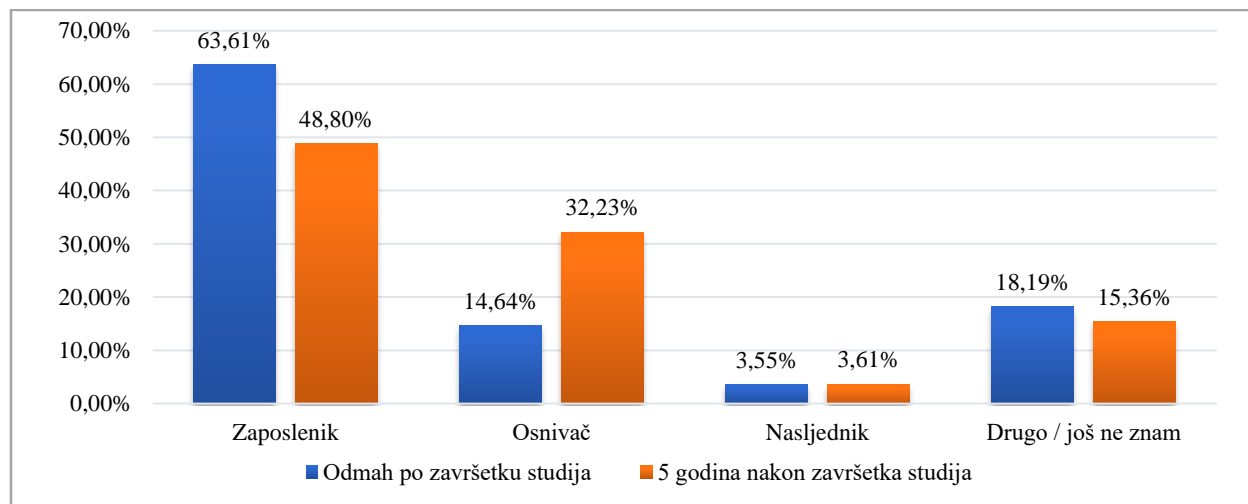
Većina ispitanika odmah po završetku studija namjeravala je, u vrijeme provođenja istraživanja, raditi kao zaposlenik u srednje velikom poduzeću (19,28%), dok značajan udio studenata još nije znao gdje namjerava raditi odmah po završetku studija ili je planirao neki oblik drugi oblik zaposlenja (18,19%). Odmah po završetku studija u malom poduzeću namjeravalo se zaposliti 15,54% ispitanika, dok je njih 14,64% odmah po završetku studija namjeravalo biti poduzetnik, odnosno namjeravalo je raditi u vlastitom poduzeću. Najmanji udio ispitanika namjeravao je odmah nakon završetka studija raditi kao nasljednik u drugom poslovanju (0,24%), kao zaposlenik u neprofitnoj organizaciji (0,66%) te kao nasljednik obiteljskog poduzeća (3,31%).

S druge strane, pet godina nakon studija, skoro jedna trećina ispitanih studenata odgovorila je da želi raditi u vlastitom poduzeću (32,23%) te je taj odgovor ujedno imao i najveću postotnu razliku u karijernim namjerama ispitanika odmah po završetku studija i pet godina nakon studija (17,59% više ispitanika pet godina nakon završetka studija želio je raditi u vlastitom poduzeću). Kao i u

slučaju namjere nastavka karijere odmah nakon završetka studija, drugi najzastupljeniji odgovor ispitanika o karijernim intencijama pet godina nakon završetka studija, bio je da žele raditi negdje drugdje ili da još uvijek ne znaju (15,36%). U srednje velikom poduzeću, pet godina nakon završetka studija željelo je biti zaposleno 12,95% ispitanika, a taj udio za veliko poduzeće iznosio je 12,29%. Slično kao i u slučaju namjere nastavka karijere odmah nakon završetka studija, najmanji broj ispitanika pet godina nakon završetka studija, želio je biti nasljednik u drugom poslovanju (0,30%), zaposlenik u neprofitnoj organizaciji (1,08%) te nasljednik obiteljskog poduzeća (3,31%). Značajna razlika u karijernim namjerama odmah nakon završetka studija i pet godina nakon završetka studija, osim u slučaju zaposlenja u vlastitom poduzeću, može se primijetiti i u slučaju zaposlenja u malom poduzeću gdje je 8,67% ispitanika više željelo raditi odmah po završetku studija.

Grafikon 5. namjere nastavka karijere odmah po završetku studija i pet godina nakon grupira u četiri skupine koje jasno pokazuju da su studenti preferirali zaposlenje u organizaciji odmah po završetku studija, a mnogi su se nakon toga planirali okrenuti poduzetničkoj karijeri.

Grafikon 5. Namjera nastavka karijera odmah nakon završetka studija i pet godina nakon po kategorijama

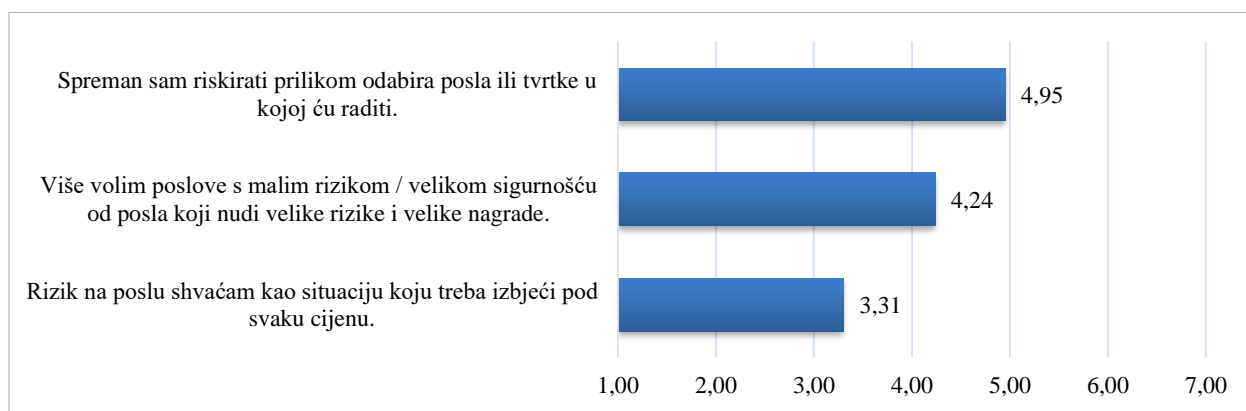


Kada se rezultati uspoređuju s globalnim GUESSS uzorkom, primjećuje se sličnost u poduzetničkim intencijama ispitanika. Naime, na globalnoj razini, intencija pokretanja novog poslovanja rasla je skoro dvostruko kada se promatraju zadane točke u vremenu. Odmah po završetku studija, raditi u vlastitom poduzeću željelo je 17,8% ispitanika, a taj udio nakon pet godina iznosio je 32,3%. Također, sličnost između globalnog i nacionalnog uzorka se primjećuje

i unutar grupe zaposlenika. Naime, zaposlenicima u organizacijama odmah po završetku studija na globalnoj razini namjeravalo je postati 64,9% ispitanika, a pet godina kasnije taj udio iznosio je 52,7%. S druge strane, nasljednicima odmah nakon završetka studija na globalnoj razini planiralo je postati 1,9% ispitanika, dok je taj udio nakon pet godina iznosio 2,5%.

Nadalje, slažući se s određenim izjavama, ispitanici su iskazali spremnost na rizik dajući odgovore na pitanje koje je u velikoj mjeri povezano s poduzetničkim namjerama. Ispitanici su zamoljeni da procijene u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjama koje se odnose na njihovu spremnost na rizik te su odgovori prikazani na *Grafikonu 6*. Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće ne“) do 7 („u potpunosti“).

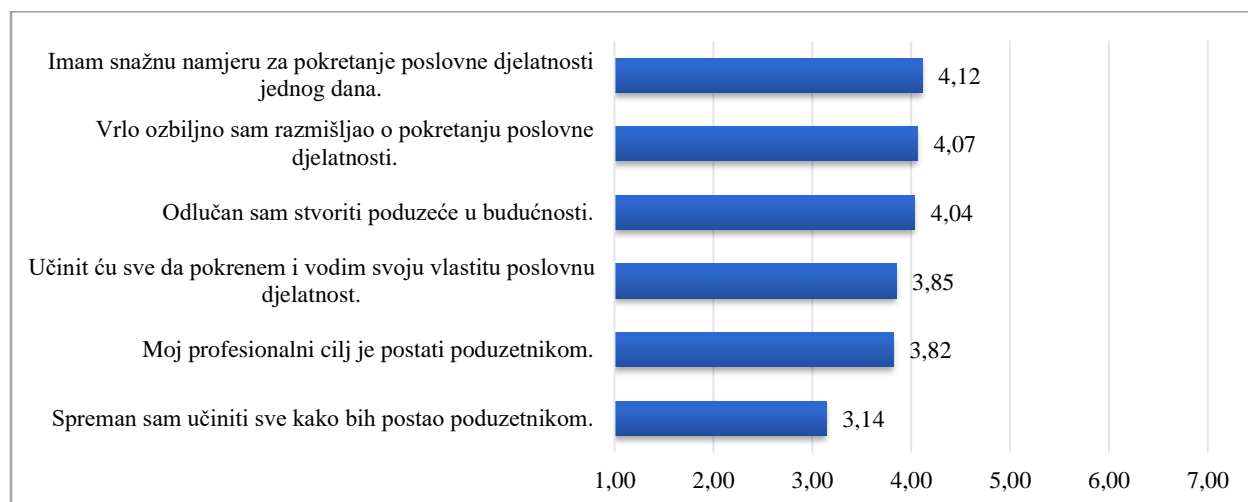
Grafikon 6. Spremnost na rizik ispitanika



Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 4,17 što je nešto više u neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „spreman sam riskirati prilikom odabira posla ili tvrtke u kojoj ću raditi“ (4,95), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „rizik na poslu shvaćam kao situaciju koju treba izbjeći pod svaku cijenu“ (3,31).

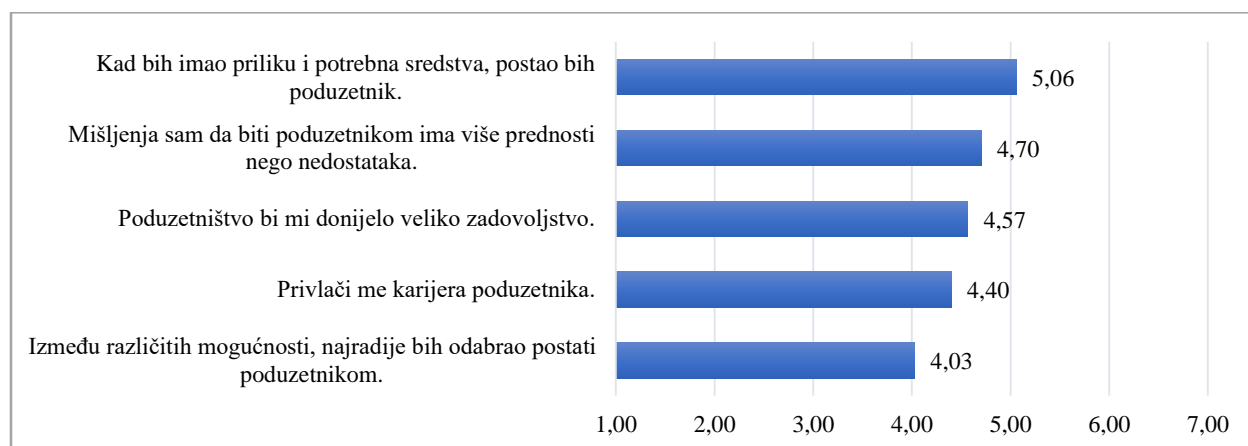
Grafikon 7. i *Grafikon 8.* prikazuju razmišljanja ispitanih studenata o poduzetništvu općenito, a uzorak su činili studenti koji u trenutku provođenja istraživanja nisu pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba te nisu vodili vlastito poduzeće odnosno nisu bili samozaposlena osoba (N=1417). Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 7. Poduzetničke namjere ispitanika



Grafikon 7. prikazuje poduzetničke namjere ispitanika te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila 3,84 što je nešto niže od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „imam snažnu namjeru za pokretanje poslovne djelatnosti jednog dana“ (4,12), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „spreman sam učiniti sve kako bih postao poduzetnikom“ (3,14).

Grafikon 8. Poduzetnički stav ispitanika



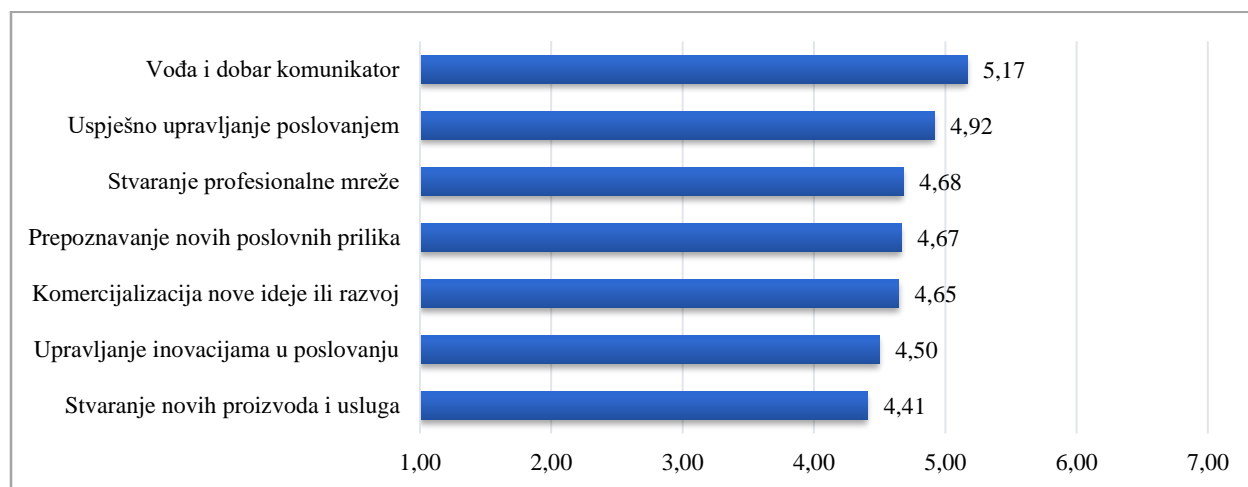
Poduzetnički stav ispitanika prikazan je na *Grafikonu 8.* te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 4,55 što je više u odnosu na prosječnu ocjenu koja se odnosila na poduzetničke namjere ispitanika (3,84) te nešto više od prosječne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „kad bih imao priliku i

potrebna sredstva, postao bih poduzetnik“ (5,06), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „između različitih mogućnosti, najradije bih odabrao postati poduzetnikom“ (4,03).

Nadalje, GUESSS istraživanje je usmjereno i na poduzetnički stav i samoučinkovitost (ponovno je predviđeno prikupljanje odgovora na pitanja koja pokazuju razinu slaganja studenata s pojedinim tvrdnjama). Pitanja o samoučinkovitosti poslužila su za pridobivanje uvida u uvjerenje studenata u kolikoj su mjeri sposobni uspješno obavljati različite zadatke i uloge poduzetništva. (Chen et al., 1998).

Procjena vlastitih kompetencija ispitanika prikazana je na *Grafikonu 9.* gdje su uzorak ponovno činili studenti koji u vrijeme provođenja istraživanja nisu pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba te nisu vodili vlastito poduzeće odnosno nisu bili samozaposlena osoba (N=1417). Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („vrlo male kompetencije“) do 7 („vrlo visoke kompetencije“).

Grafikon 9. Poduzetnička samoučinkovitost ispitanika



Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 4,71 što je više od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „vođa i dobar komunikator“ (5,17), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „stvaranje novih proizvoda i usluga“ (4,41).

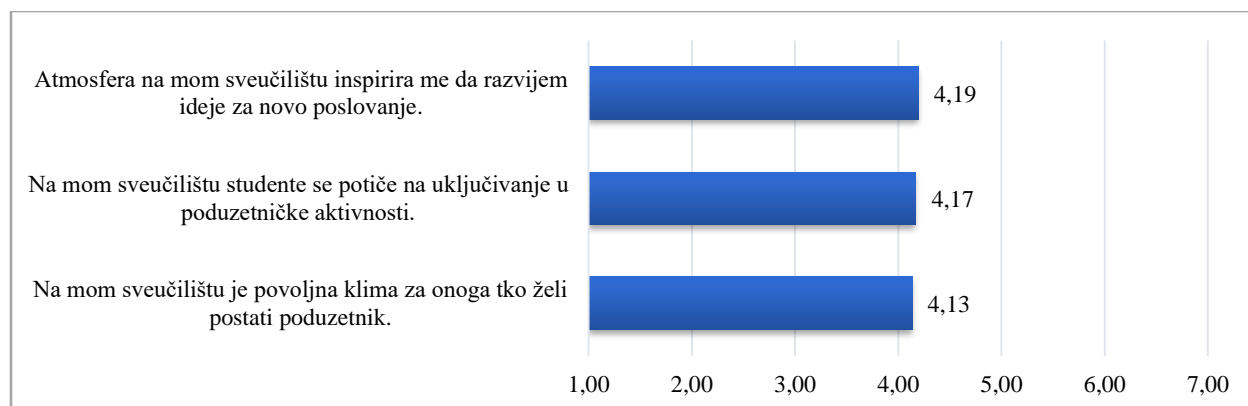
Iz perspektive istraživanja na razini Republike Hrvatske važno je naglasiti kako su dobiveni rezultati koji upućuju na činjenicu kako se „pojedinci najizravnije odlučuju postati poduzetnici (ili barem razvijaju namjere za to) jer su visoko na ljestvici poduzetničke samoučinkovitosti – uvjereni su da mogu uspjeti u ovoj ulozi“ (Zhao et al., 2005: 1270).

4. Pokretači poduzetničkih namjera

Unutar ovog dijela GUESSS ankete dobiven je dodatni uvid u ono što pokreće poduzetničke stavove i namjere među studentima. Za početak, pružanje odgovora na određena pitanja je od studenata zahtijevalo iskazivanje razine slaganja s konkretnim izjavama o njihovom sveučilišnom okruženju. U tu svrhu posebne su izjave, kao na primjer: „Atmosfera na mom sveučilištu inspirira me da razvijem ideje za novo poslovanje“; „Na mom sveučilištu je povoljna klima za onoga tko želi postati poduzetnik“, i „Na mom sveučilištu studente se potiče na uključivanje u poduzetničke aktivnosti“ poslužile kao temelj za donošenje zaključaka koji mogu pokazati na kojoj je razini sveučilišno okruženje u stanju promovirati poduzetništvo među studentima.

Ispitani studenti su zamoljeni da na ljestvici Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće ne“) do 7 („u potpunosti“) procijene u kojoj mjeri njihovo sveučilište pruža povoljno okruženje za poduzetništvo, a rezultati su prikazani na *Grafikonu 10*.

Grafikon 10. Sveučilišno okruženje i poduzetništvo



Okruženje za poduzetništvo na svome sveučilištu ispitanici su ocijenili prosječnom ocjenom 4,16 koja je nešto viša od neutralne (4,00). Ispitanici u Republici Hrvatskoj ocijenili su poduzetničko okruženje na svome sveučilištu nešto nižom prosječnom ocjenom u odnosu na prosjek zemalja unutar globalnog GUESSS uzorka (4,4).

Povoljna klima za poduzetništvo na sveučilištu vrlo je važna za razvoj budućih poduzetnika jer bi te visokoškolske ustanove mogle djelovati kao svojevrsni medij podrške u kojem bi se mogli pokrenuti inovativni *start-up*-ovi. U tom smislu treba naglasiti kako postoje nalazi poput onih koji ukazuju na to kako se niža razina osnivačkih namjera među studentima na pojedinim sveučilištima može dovesti u vezu s njihovim manje opsežnim poduzetničkim obrazovanjem (Franke & Lüthje,

2004). Budući da pitanja u ovom dijelu ankete ističu pokretače studenata, važno je imati na umu da sveučilišno okruženje i podrška koju pruža studentima uvelike ovise o percepciji poduzetništva među studentima. Neki su autori prepoznali rastuću potrebu za razumijevanjem „parametara koji su važni za uspostavljanje povoljnije i inspirativnije klime za poduzetništvo na visokoškolskim ustanovama“ (Bergmann et al., 2018: 701). Takvi parametri moraju uzeti u obzir pokretače studentske percepcije o poduzetničkoj klimi sveučilišta.

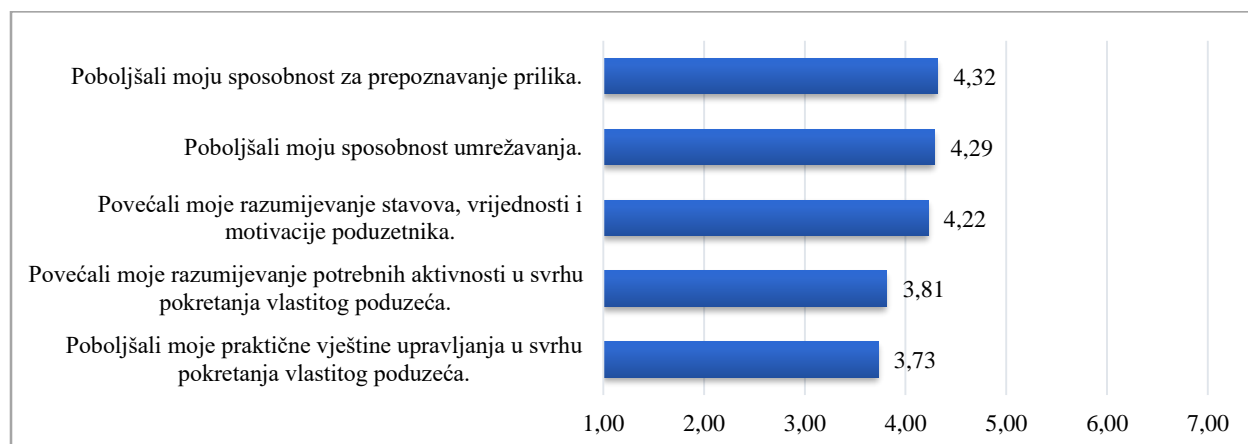
Zanimljivo je vidjeti u kolikoj su mjeri rezultati na razini Republike Hrvatske u skladu s općeprihvaćenim uvjerenjem da poduzetničko obrazovanje ima važnu ulogu u povećanju namjere o pokretanju poduzetničkog pothvata. Stoga se uvid u percepciju studenata o pozitivnom utjecaju koji može ostvariti učenje u sklopu poduzetničkih programa pokušao pridobiti odgovorima na izjave koje se odnose na:

- 1) razumijevanje stavova, vrijednosti i motivacije poduzetnika;
- 2) razumijevanje radnji potrebnih za pokretanje posla;
- 3) posjedovanje praktičnih upravljačkih vještina potrebnih za pokretanje posla;
- 4) sposobnost razvoja mreža i, konačno;
- 5) sposobnost identificiranja prilika.

Drugim riječima, moglo bi biti znakovito utvrditi potvrđuju li rezultati na razini Republike Hrvatske ranije dobivene rezultate koji pokazuju „da programi izgrađuju određene stavove i cjelokupnu poduzetničku namjeru te da inspiracija (koncept s emocionalnim elementom) predstavlja najutjecajnijiu korist koja se može ostvariti programom” (Souitaris et al., 2007: 566).

Ispitanici su ocijenili u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjama o kolegijima i programima koje su pohađali na svome studiju prikazanim na *Grafikonu 11*. Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće ne“) do 7 („u potpunosti“).

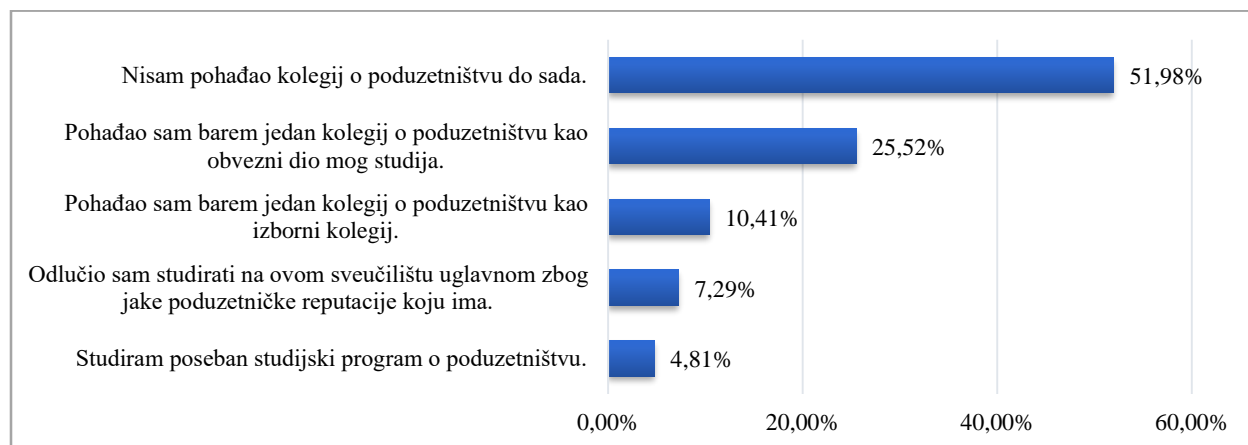
Grafikon 11. Kompetencije stečene polaganjem kolegija i programa te poduzetništvo



Od navedenih pojedinačnih elemenata, najvećom prosječnom ocjenom ocijenjeno je poboljšanje sposobnosti za prepoznavanje prilika (4,32), dok je poboljšanje praktičnih vještina upravljanja u svrhu pokretanja vlastitog poduzeća ocijenjeno najnižom prosječnom ocjenom (3,73). Ukupna prosječna ocjena za sve čestice iznosila je 4,08, što je nešto više od neutralne ocjene (4,00).

Također, studenti su upitani jesu li pohađali kolegije o poduzetništvu tijekom studija te je bilo moguće dati više odgovora.

Grafikon 12. Poduzetničko obrazovanje i poduzetništvo



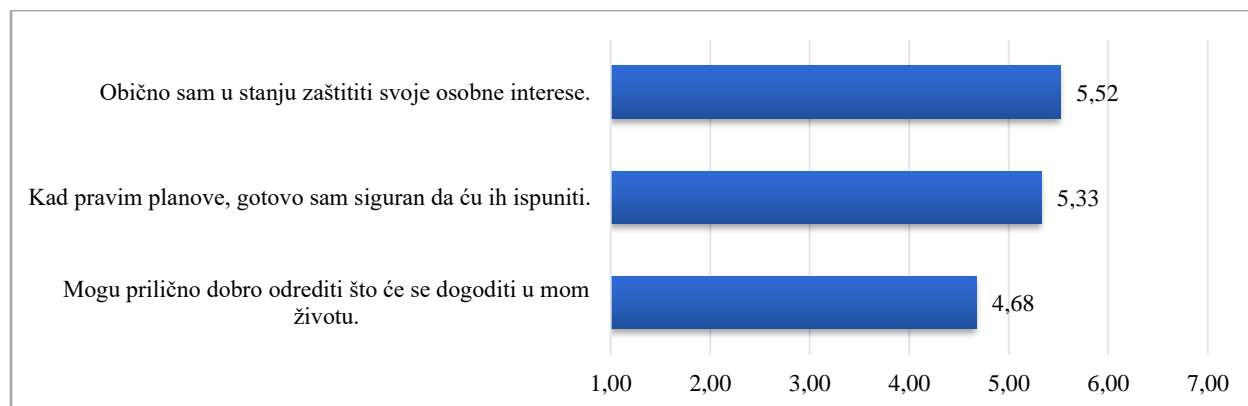
Grafikon 12. prikazuje da više od polovice ispitanika (51,98%) nije pohađalo niti jedan kolegij o poduzetništvu tijekom studija, što je u skladu s rezultatima globalnog GUESSS istraživanja (53,3%). Nadalje, 25,52% ispitanika pohađalo je barem jedan kolegij o poduzetništvu kao obvezni dio svog studija, dok je taj rezultat na globalnoj razini iznosio 19,6%. Zamjetna razlika primjećuje

se među studentima koji su pohađali barem jedan kolegij o poduzetništvu kao izborni kolegij te je taj udio među ispitanicima u Republici Hrvatskoj iznosio 10,41%, a na globalnoj razini 26,1%.

Također, usko povezana s prethodno ispitanim pitanjima poduzetničkog stava i samoučinkovitosti je i tema lokusa kontrole. Ukazivanjem na razinu slaganja s izjavama kao, na primjer: „Obično sam u stanju zaštititi svoje osobne interese“, „Kad pravim planove, gotovo sam siguran da ću ih ispuniti“, i „Mogu prilično dobro odrediti što će se dogoditi u mom životu“, studenti su pokazali u kojoj se mjeri mogu smatrati pozvanima za davanje prijedloga poput onih koji pokazuju kako „interna orijentacija lokusa kontrole (ILOC) povećava vjerojatnost da će potencijalni poduzetnik poduzeti određene radnje kako bi izvršio svoje planove“ (Mueller & Thomas, 2001: 57).

Grafikon 13. prikazuje odgovore ispitanika na temu lokusa kontrole, a uzorak su činili studenti koji u vrijeme provođenja istraživanja nisu pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba te nisu vodili vlastito poduzeće odnosno nisu bili samozaposlena osoba (N=1417). Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 13. Lokus kontrole



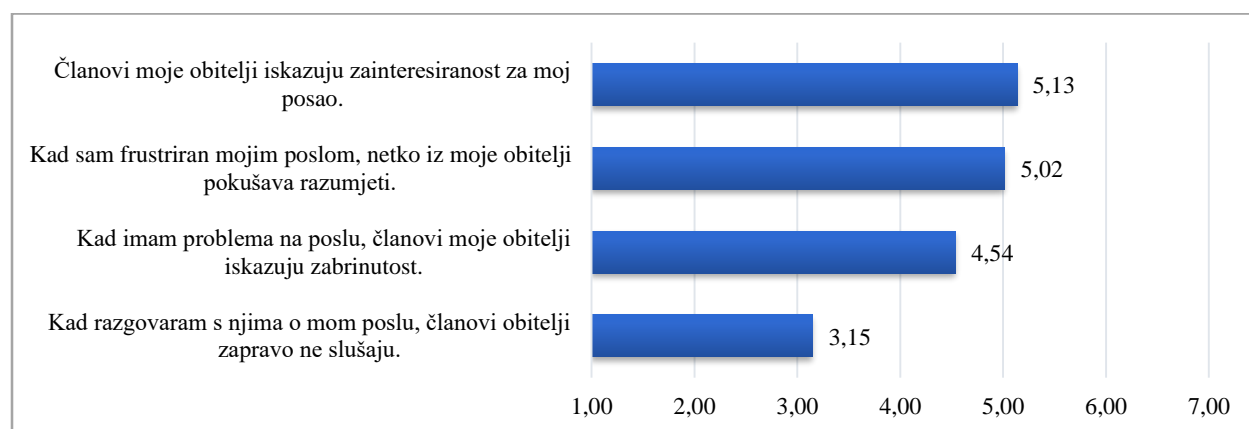
Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 5,18 što je više od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „obično sam u stanju zaštititi svoje osobne interese“ (5,52), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „mogu prilično dobro odrediti što će se dogoditi u mom životu“ (4,68).

Konačno, istraživano je obiteljsko podrijetlo i društvo u cjelini kako bi se ušlo u trag pokretačima poduzetničkih namjera među studentima. Naglašavajući svoja očekivanja i predviđanja o tome kako će reagirati ljudi u njihovoj neposrednoj okolini (uža obitelj, prijatelji i kolege studenti) u

slučaju da se odluče za poduzetničku karijeru, studenti su također pokazali u kojoj mjeri se mogu nositi s percipiranim društvenim pritiskom ustanovljenim od određenih pojedinaca (Liñán & Chen, 2009). U tom smislu, podrška koju studenti mogu dobiti od svojih obitelji od velikog je interesa u GUESSS anketama. Postoji više načina na koje bi obitelj mogla pružiti podršku poduzetnicima među njima. Na jedan način, članovi obitelji često nude emocionalnu podršku ohrabrujući poduzetnike, razumijevajući izazove s kojima se susreću, dajući im potrebnu pažnju, itd. (Edelman et al., 2016). Time se članovi obitelji često nalaze u dobrom položaju u kojem mogu pridonijeti uspjehu i razvoju poduzetničkog pothvata. Način na koji percipiraju podršku koju im pružaju njihove obitelji, studenti su mogli naznačiti u anketi otkrivajući razinu slaganja s izjavama poput: „Kad sam frustriran mojim poslom, netko iz moje obitelji pokušava razumjeti“, ili, na primjer „Kad razgovaram s njima o mom poslu, članovi obitelji zapravo ne slušaju“.

Grafikon 14. prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnje koje se odnose na emocionalnu podršku obitelji, a uzorak su činili studenti koji su u vrijeme provođenja istraživanja vodili vlastito poduzeće ili su bili samozaposleni odnosno uzorak su činili aktivni poduzetnici (N=55). Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 14. Emocionalna podrška obitelji

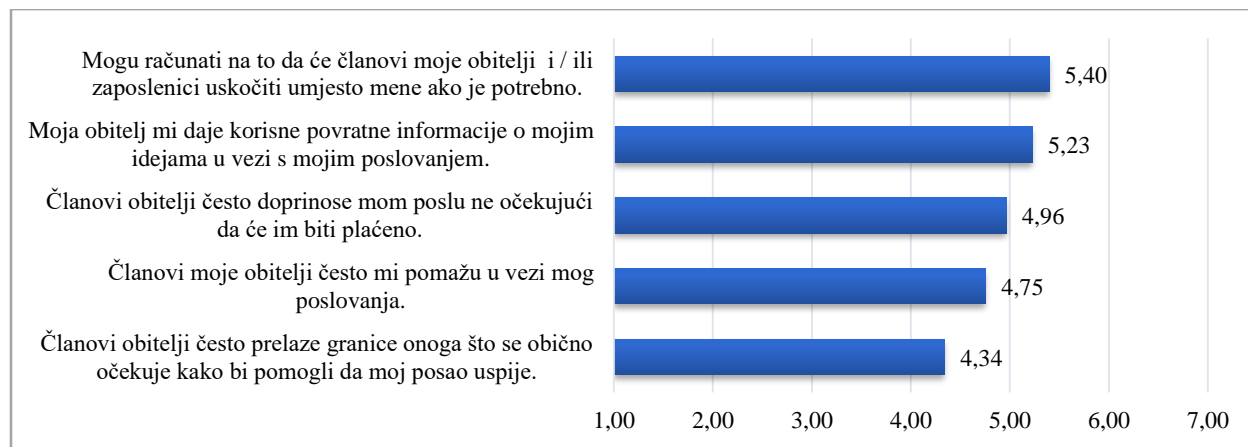


Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 4,46 što je nešto više od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „članovi moje obitelji iskazuju zainteresiranost za moj posao“ (5,13), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „kad razgovaram s njima o mom poslu, članovi obitelji zapravo ne slušaju“ (3,15).

Međutim, ne samo pružanjem emocionalne podrške, već i instrumentalne, članovi obitelji pokazuju još jedan način podrške poduzetnicima. Takav se način često ilustrira u doprinosu u osiguravanju financijskih i ljudskih resursa koji su neophodni za održavanje poduzeća. Stoga bi se moglo zaključiti da „obitelj može pružiti 'sigurnosnu mrežu' poduzetnicima, pomažući u zaštiti opstanka poslovanja kada se pojave financijski problemi“ (Edelman et al., 2016: 265-266). Određene izjave u samoj GUESSS anketi poslužile su za uvid u način na koji studenti kao poduzetnici izražavaju svoje mišljenje o instrumentalnoj podršci koju dobivaju od svojih obitelji: „Članovi obitelji često doprinose mom poslu ne očekujući da će im biti plaćeno“ ili „Članovi obitelji često prelaze granice onoga što se obično očekuje kako bi pomogli da moj posao uspije“.

Navedeno prikazuje *Grafikon 15.*, a uzorak su ponovno činili studenti koji su u vrijeme provođenja istraživanja vodili vlastito poduzeće odnosno studenti koji su bili samozaposleni (N=55). Ponovno je korištena ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 15. Instrumentalna podrška obitelji



Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila je 4,94 što pokazuje da su ispitanici nešto većom prosječnom ocjenom ocijenili instrumentalnu u odnosu na emocionalnu podršku obitelji (4,46). Od navedenih pojedinačnih elemenata koji se odnose na instrumentalnu podršku obitelji, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „mogu računati na to da će članovi moje obitelji i/ili zaposlenici uskočiti umjesto mene ako je potrebno“ (5,40), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „članovi obitelji često prelaze granice onoga što se obično očekuje kako bi pomogli da moj posao uspije“ (4,34).

5. Poduzetnici u nastajanju

Jedan od najvažnijih dijelova istraživanja GUESSS odnosi se na prepoznavanje načina na koji studenti pokušavaju pokrenuti vlastiti posao. Naznačivanjem koje su aktivnosti studenti (ili netko drugi iz osnivačkog tima, ako postoji) već proveli kako bi pokrenuli vlastiti posao, studenti pokazuju u kojoj mjeri zadovoljavaju kriterije koji „propisuju“ karakteristike poduzetnika u nastajanju. U tom smislu važno je istaknuti činjenicu da stvaranje novog pothvata doista predstavlja proces koji se sastoji od jasno razlučivih četiriju faza i triju prijelaznih točaka među njima (te točke se također mogu smatrati nekom vrstom tipičnih prepreka koje se nalaze pred poduzetnicima) (Reynolds et al., 2005). Sa stajališta GUESSS istraživanja, prva faza procesa pokretanja *start-up*-a se nalazi u središtu pozornosti. Naime, glavni su akteri u ovoj fazi oni pripadnici odrasle populacije koji, vođeni različitim motivima (bilo da je riječ o nedostatku drugih mogućnosti zaposlenja ili se radi o iznenadnom prepoznavanju prilika), razmišljaju o osnivanju poduzeća. Unutar ove grupe, neki pojedinci mogu odlučiti poduzeti određene radnje kako bi pokrenuli posao. Dakle, nakon što su krenuli u razne poduzetničke *start-up* aktivnosti, prošli su prvu prijelaznu točku. To znači da se kreću od začeca u fazu gestacije i stoga se mogu smatrati poduzetnicima u nastajanju.

Studenti su, u tom smislu, upitani koje su od aktivnosti već proveli u cilju osnivanja vlastitog poduzeća te je bilo moguće dati više odgovora, a rezultati su prikazani na *Grafikonu 16*. Uzorak ispitanika u Republici Hrvatskoj koji su u vrijeme provođenja istraživanja pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba i nisu vodili vlastito poduzeće ili bili samozaposlena osoba činilo je 188 studenata.

Grafikon 16. Aktivnosti provedene u cilju osnivanja vlastitog poduzeća



Grafikon 16. prikazuje da je nešto više od petine ispitanika (22,31%) analiziralo proizvod ili poslovnu ideju s potencijalnim korisnicima te prikupilo podatke o tržištu i konkurenciji (22,04%). Ipak, 14,52% ispitanika nije provelo niti jednu od ponuđenih aktivnosti, dok je poduzeće registriralo tek 0,54% ispitanika unutar uzorka. Također, niti jedan od ispitanika nije proveo aktivnost prijave patenta, zaštite autorskog prava ili prijave zaštitnog znaka.

Sljedeća tema od interesa u okviru GUESSS istraživanja odnosi se na usporedbu između novonastalih i aktivnih poduzetnika. Aktivni poduzetnici su oni koji su prošli kroz preostale faze prethodno opisanog procesa pokretanja poduzetničkog pothvata. Broj i udio poduzetnika u nastajanju te aktivnih poduzetnika unutar uzorka u Republici Hrvatskoj prikazan je u *Tablici 1.*

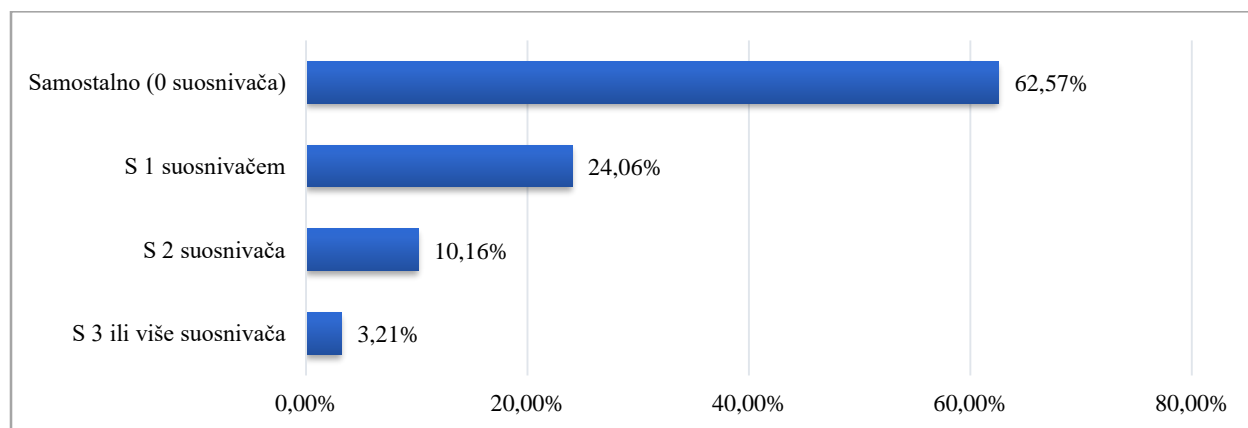
Tablica 1. Poduzetnici u nastajanju i aktivni poduzetnici

Odgovor	Poduzetnici u nastajanju		Aktivni poduzetnici	
	N	%	N	%
Ne	1440	86,75	1605	96,69
Da	220	13,25	55	3,31
Ukupno	1660	100,00	1660	100,00

U vrijeme provođenja istraživanja 13,25% (N=220) ispitanih studenata odgovorilo je da pokušava osnovati vlastito poduzeće odnosno postati samozaposlena osoba, dok je njih 3,31% (N=55) navelo da su u vrijeme provođenja istraživanja već vodili vlastito poduzeće odnosno da su bili samozaposleni. Unutar uzorka Republike Hrvatske manji je udio aktivnih poduzetnika u uspoređivanju s globalnim prosjekom (10,8%) te je manji postotak poduzetnika u nastajanju u odnosu na globalni prosjek (28,4%). S obzirom na to da zemlje u razvoju imaju vrlo visoke udjele aktivnog poduzetništva, a pogotovo poduzetništva u nastajanju, za procjenu budućeg trenda računa se i udio poduzetnika u nastajanju u odnosu na aktivne poduzetnike. Na globalnoj razini, na svakog aktivnog poduzetnika u prosjeku dolazi 2,6 poduzetnika u nastajanju. S druge strane, unutar uzorka Republike Hrvatske, na svakog aktivnog poduzetnika u prosjeku dolazi 4,0 poduzetnika u nastajanju, što Republiku Hrvatsku svrstava u sam vrh zemalja unutar globalnog GUESSS izvještaja. Ipak, ovaj rezultat treba uzeti s oprezom s obzirom na to da svaki poduzetnik u nastajanju neće postati aktivni poduzetnik (Khan et al., 2014).

Nadalje, zanimljivo je promotriti kakva su mišljenja studenata o potrebi suradnje s drugima kada pokušavaju „napredovati“ od poduzetnika u nastajanju do aktivnih poduzetnika. U tu svrhu postavljaju se pitanja kao na primjer: „Pokušavate li pokrenuti ovo poduzeće samostalno ili sa suosnivačima?“. Uzorak su ponovno činili studenti koji su u vrijeme provođenja istraživanja pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba, ali u vrijeme provođenja istraživanja nisu vodili vlastito poduzeće ili bili samozaposlena osoba (N=188).

Grafikon 17. Broj suosnivača prilikom pokretanja poduzeća



Grafikon 17. pokazuje da je većina ispitanih poduzetnika u nastajanju pokušavala samostalno pokrenuti posao (62,57%), što je više u odnosu na globalnu razinu (53,5%). Slična razlika uočava

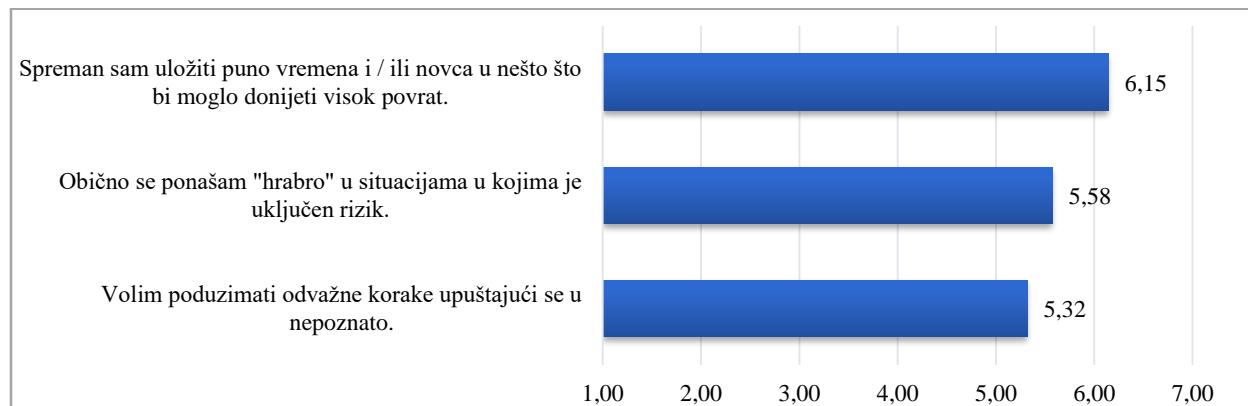
se i kada se uspoređuju namjere poduzetnika u nastajanju koji su pokušavali poduzeće pokrenuti s jednim ili više suosnivača – u slučaju ispitanika Republike Hrvatske taj postotak iznosio je 37,43%, a na globalnoj razini 46,5%.

Kada je riječ o suradničkom pristupu, treba naglasiti kako su „nove organizacije očito društveni subjekti od samog početka, budući da čak i samostalni osnivači implicitno donose odluke ili se suočavaju s ograničenjima koja ih navode da ne surađuju s drugima u procesu osnivanja“ (Ruef et al., 2003: 196). Budući da je jasno da je promatranu problematiku, odnosno poduzetničke timove potrebno percipirati „kao grupu poduzetnika sa zajedničkim ciljem koji se može postići samo odgovarajućim kombinacijama pojedinačnih poduzetničkih radnji“ (Harper, 2008: 614), u domeni društvenog konstrukta postoje razna pitanja koja se posljedično razvijaju. Na primjer „Koji su to pokretači na osobnoj razini koji motiviraju poduzetnika da u pothvat kreće sam, a ne da se pridruži drugima?“, ili „Kojom su se logikom vodili poduzetnici u višečlanim timovima prilikom odabira drugih osnivača?“, itd. Stoga je potrebno shvatiti kako je individualno-timska dinamika uključena u sam proces pokretanja vrlo složeno pitanje kojem treba posvetiti odgovarajuću pozornost. Na primjer, iako postoje dokazi da suosnivački *start-up*-ovi obavljaju svoje poslovanje na uspješniji način od individualno osnovanih *start-up*-ova, veća heterogenost tima može potencijalno dovesti do povećane razine sukoba, budući da različiti članovi primjenjuju različite perspektive i gledišta (Chandler et al., 2005). Možda je to razlog zašto se neki pojedinci odlučuju sami upustiti u poduzetnički pothvat. U tom smislu, individualna je poduzetnička orijentacija kao vrlo važan koncept također ispitana u okviru GUESSS istraživanja. Kako bi se saznalo na kojoj razini ponašanja poput preuzimanja rizika, inovativnosti i proaktivnosti utječu na uspjeh određene tvrtke u smislu rasta, performansi, inovativnosti proizvoda i profitabilnosti (Langkamp-Bolton & Lane, 2012), studenti su odgovarali na pitanja koja su se odnosila na njihovo slaganje s tvrdnjama kao, na primjer: „Volim poduzimati odvažne korake upuštajući se u nepoznato“, „Često volim isprobavati nove i neobične aktivnosti koje nisu tipične, ali ne nužno i rizične“, i „Obično djelujem u očekivanju budućih problema, potreba ili promjena“.

S obzirom na navedeno, ispitanici (poduzetnici u nastajanju, odnosno studenti koji su u vrijeme provođenja istraživanja pokušavali osnovati vlastito poduzeće ili postati samozaposlena osoba, ali u vrijeme provođenja istraživanja nisu vodili vlastito poduzeće ili bili samozaposlena osoba; N=188) bili su zamoljeni da procijene u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjama koje se odnose na individualnu poduzetničku orijentaciju te su odgovori prikazani na *Grafikonima 18., 19. i 20.* Na

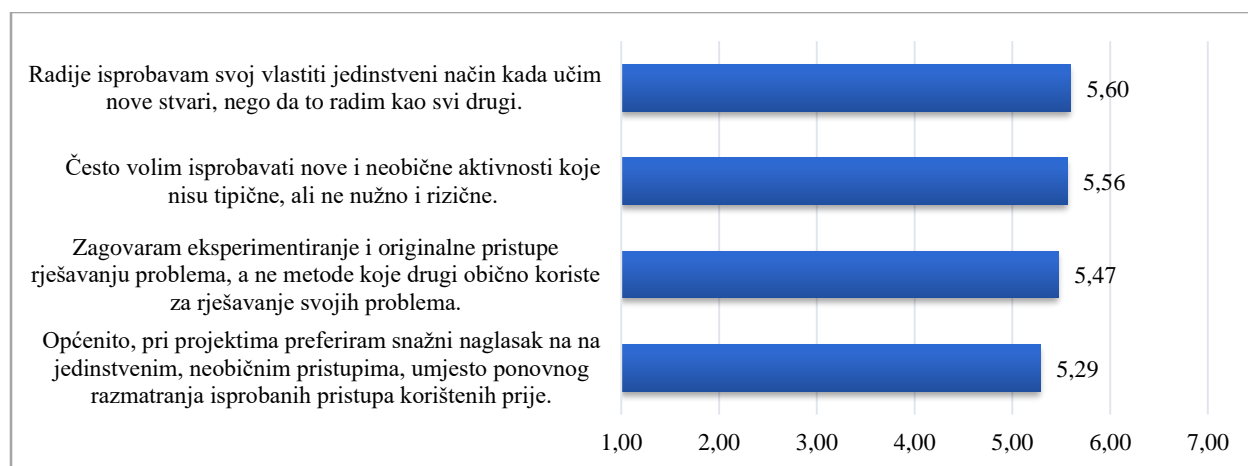
navedenim grafikonima korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 18. Individualna poduzetnička orijentacija – preuzimanje rizika



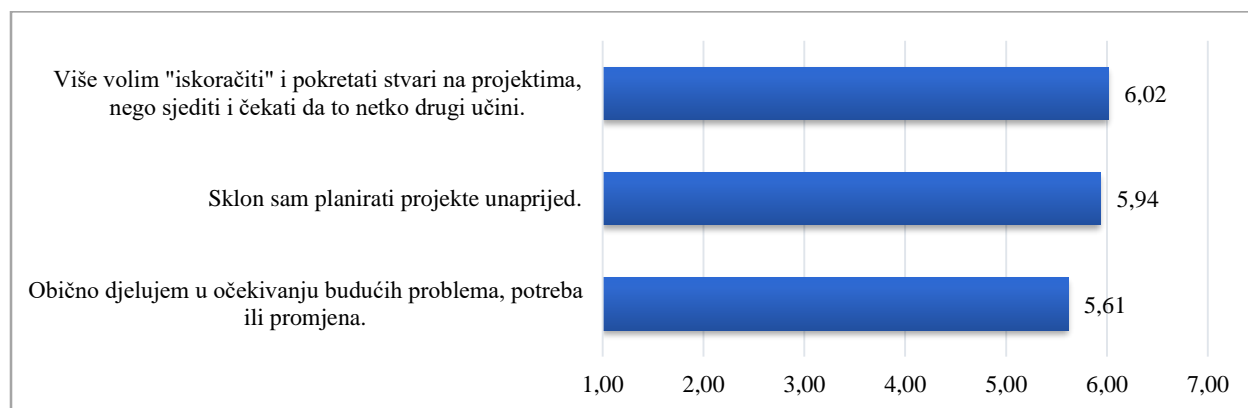
Grafikon 18. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na spremnost preuzimanja rizika te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila visokih 5,69. Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „spreman sam uložiti puno vremena i/ili novaca u nešto što bi moglo donijeti visok povrat“ (6,15), a najmanjom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „volim poduzimati odvažne korake upuštajući se u nepoznato“ (5,32).

Grafikon 19. Individualna poduzetnička orijentacija - inovativnost



Grafikon 19. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na inovativnost te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila visokih 5,48. Pojedinačni elementi slično su ocijenjeni, a prosječne ocjene kretale su se između 5,29 i 5,60.

Grafikon 20. Individualna poduzetnička orijentacija - proaktivnost



Grafikon 20. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na proaktivnost te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila visokih 5,86, što je najviše kada se uspoređuju elementi individualne poduzetničke orijentacije (spremnost na rizik, inovativnost i proaktivnost). Od navedenih pojedinačnih elemenata proaktivnosti, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „više volim „iskoračiti“ i pokretati stvari na projektima, nego sjediti i čekati da to netko drugi čini“ (6,02), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „obično djelujem u očekivanju budućih problema, potreba ili promjena“ (5,61).

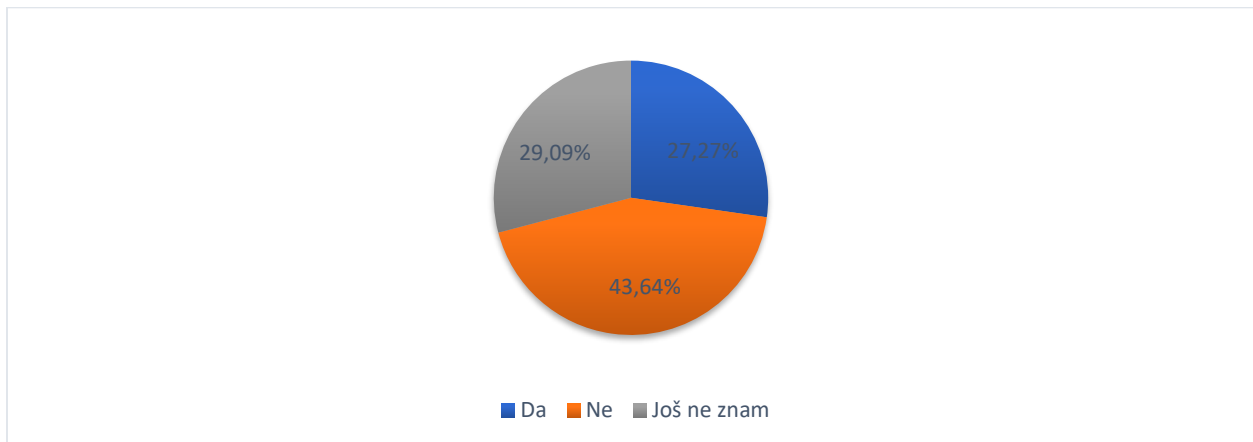
6. Aktivni poduzetnici

Kao što je nagoviješteno tijekom rasprave o pitanjima iz prethodnog tematskog područja GUESSS ankete, nakon što poduzetnici u nastajanju poduzmu konkretne radnje s ciljem osnivanja poduzeća, njihova se karakterizacija istovremeno pretvara u aktivne poduzetnike.

U svjetlu ankete provedene na razini Republike Hrvatske, početna pitanja unutar ovog tematskog područja slična su onima na koja su studenti odgovarali tijekom prethodnog. Tako su studenti, osim uvida u osnovne podatke vezane uz konkretnu djelatnost kojom se bave (godina osnivanja, broj zaposlenih, dosadašnje iskustvo u stvaranju poduzetničkih pothvata i sl.), ponovno dali podatke o svom osnivačkom timu, ako on postoji, odnosno ako nisu sami osnovali tvrtku.

Ukupno 55 ispitanih studenata (3,31% ispitanika) navelo je da su u vrijeme provođenja istraživanja bili aktivni poduzetnici, odnosno da su vodili vlastito poduzeće. Većina poduzeća osnovana je 2020. godine (16,36%), 2021. godine (12,73%) i 2017. godine (10,91%), što je u skladu s globalnim rezultatima gdje je većina poduzeća osnovana 2020. (31,3%) i 2021. godine (18,2%). Važno je naglasiti da se među ispitanicima u Republici Hrvatskoj 9,09% ispitanika nije izjasnilo u vezi s godinom osnivanja poduzeća, a prije 2011. godine osnovano je ukupno 18,18% poduzeća dok je taj postotak na globalnoj razini iznosio 8,3%. Poduzeća ispitanika u Republici Hrvatskoj uglavnom su imala jednog zaposlenika (29,09%), dva zaposlenika (16,36%), tri zaposlenika (12,73%) ili niti jednog zaposlenika (10,91%), dok poduzeća u globalnom GUESSS uzorku uglavnom nisu imala zaposlenika (27,6%) ili su imala jednog ili dva zaposlenika (48%). Većina aktivnih poduzetnika unutar uzorka u Republici Hrvatskoj (64,81%) izjavila je da je većinski vlasnik (51-100%) poduzeća, 20,37% njih imao je manjinski udio (0-49%), dok je manjina (14,81%) izjavila da je njihov vlasnički udio iznosio 50%. Zanimljivo je da većina ispitanih aktivnih poduzetnika (89,09%) poslovanje svojeg poduzeća nije pokrenulo temeljem implikacija pandemije COVID-19 te da je njih 60,00% već ranije imalo poduzeće. Na *Grafikonu 21.* prikazane su preferencije ispitanih aktivnih poduzetnika u vezi s poslovanjem vlastitog poduzeća kao osnovog zanimanja nakon završetka studija.

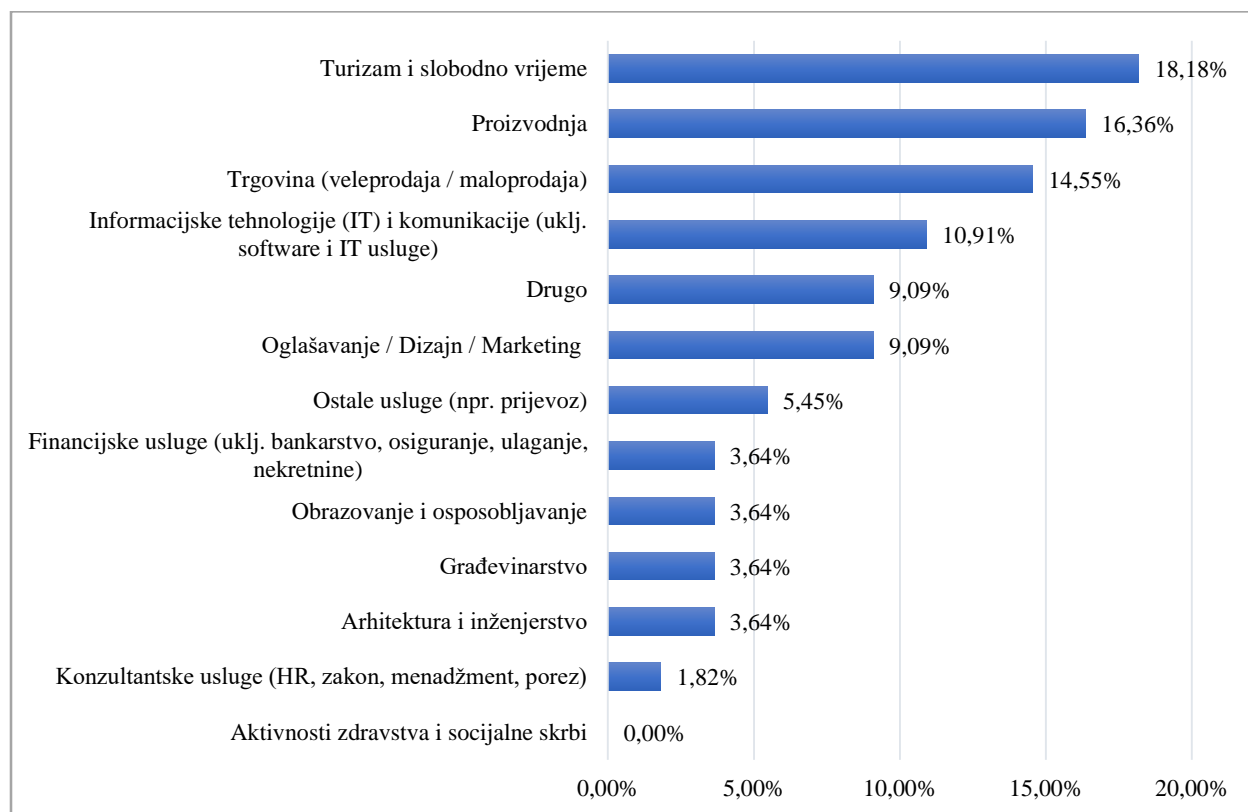
Grafikon 21. Poslovanje vlastitog poduzeća kao osnovno zanimanje nakon završetka studija



Rezultati pokazuju da je čak 43,64% ispitanih aktivnih poduzetnika odgovorilo da ne žele da poslovanje njihovog poduzeća bude njihovo osnovno zanimanje nakon završetka studija, dok je podjednako bilo neodlučnih (29,09%) i onih koji žele da im poslovanje poduzeća bude osnovno zanimanje nakon završetka studija (27,27%). S druge strane, na globalnoj razini, 30,1% ispitanika ne želi da im vlastiti posao bude osnovno zanimanje nakon završetka studija, dok je neodlučnih bilo 33,9%.

Nadalje, *Grafikon 22.* prikazuje sektore u koje je uglavnom uključeno poslovanje poduzeća ispitanika.

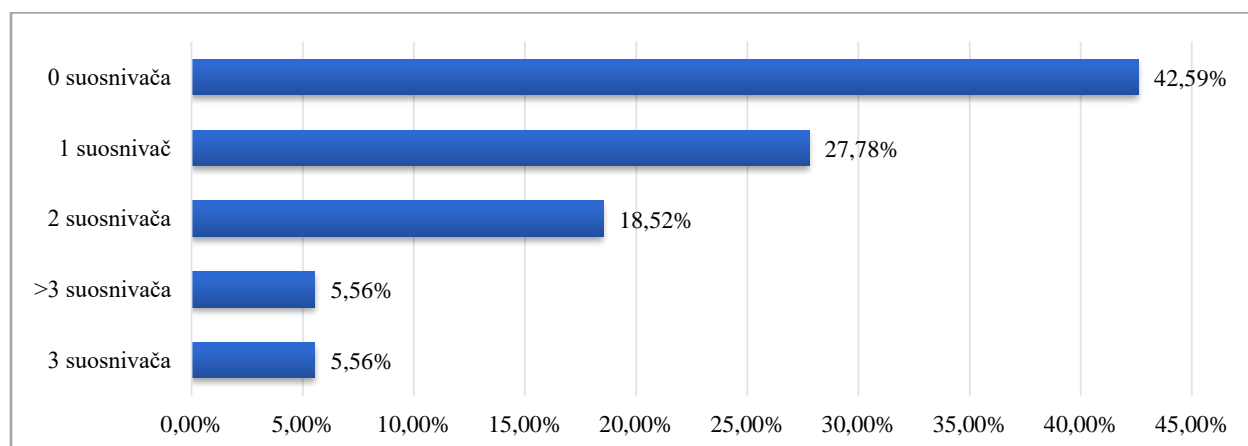
Grafikon 22. Sektor u koje je uglavnom uključeno poslovanje poduzeća



Većina aktivnih poduzetnika u vrijeme provođenja istraživanja poslovala je u sektoru turizma i slobodnog vremena (18,18%), proizvodnje (16,36%) i trgovine (veleprodaje/maloprodaje) (14,55%), dok je u nekim drugim sektorima poslovalo 9,09% poduzeća.

Grafikon 23. prikazuje koliko suosnivača je imalo poduzeće ispitanih studenata koji su u vrijeme provođenja istraživanja bili aktivni poduzetnici (N=55).

Grafikon 23. Broj suosnivača u poduzeću



Većina poduzeća (42,59%) unutar uzorka Republike Hrvatske nije imala suosnivača ili je imala jednog ili dva suosnivača (46,30%) što je u skladu s rezultatima na globalnoj razini gdje suosnivača nije imalo 37,3% poduzeća, a jednog ili dva suosnivača imalo je 48,5% poduzeća.

Nadalje, *Tablica 2.* daje detaljniji uvid u osnivački tim poduzeća ispitanika u slučaju kada je poduzeće imalo jednog ili više suosnivača, što je bio slučaj kod 31 aktivnog poduzetnika.

Tablica 2. Struktura osnivačkog tima

Odgovor	Koliko suosnivača su žene?		S koliko ste suosnivača u rodbinskoj vezi?		Koliko je suosnivača Vaših kolega studenata?	
	N	%	N	%	N	%
0 suosnivača	14	45,16	10	33,33	26	83,87
1 suosnivač	10	32,26	8	26,67	3	9,68
2 suosnivača	5	16,13	7	23,33	0	0,00
3 suosnivača	0	0,00	4	13,33	0	0,00
>3 suosnivača	2	6,45	1	3,33	2	6,45
Ukupno	31	100,00	30	100,00	31	100,00

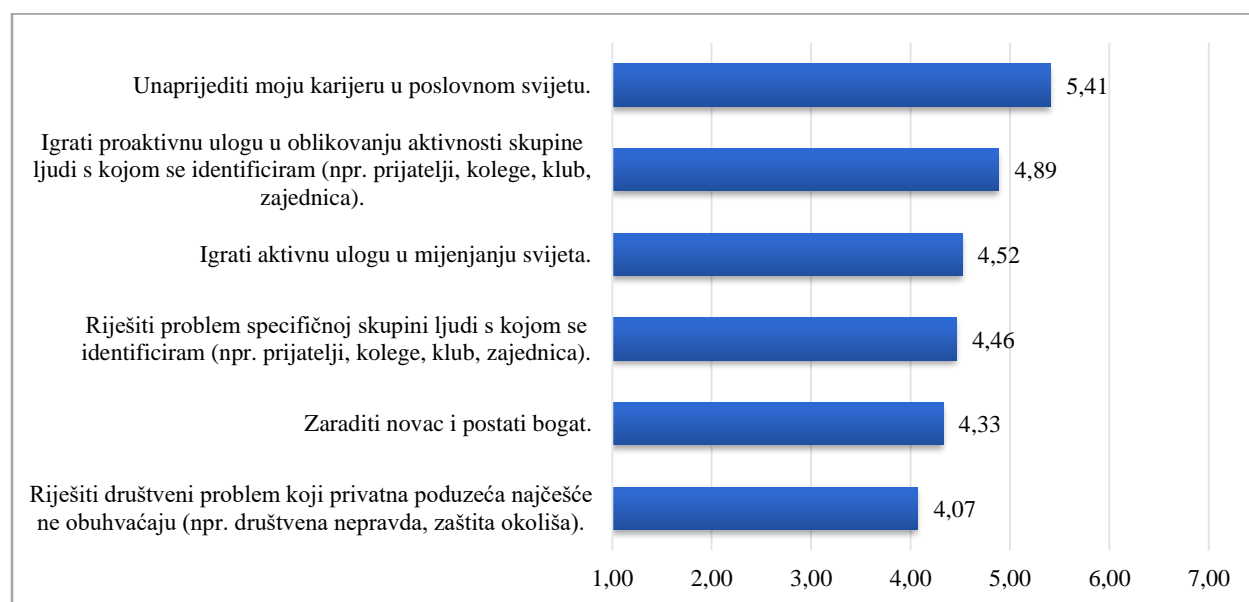
Od poduzeća koja su u vrijeme provođenja istraživanja imala jednog ili više suosnivača, gotovo polovina njih (45,16%) nije imala suosnivača ženskog spola, dok je 32,26% poduzeća imalo jednog ženskog suosnivača. Nadalje, 33,33% ispitanih aktivnih poduzetnika koji su imali jednog ili više suosnivača, u osnivačkom timu nije imalo osobu s kojima su u rodbinskoj vezi, dok je njih 26,67% u osnivačkom timu imalo jednu osobu s kojom su u rodbinskoj vezi. Zanimljivo je da većina poduzeća koja su u vrijeme provođenja istraživanja imala jednog ili više suosnivača u osnivačkom timu nisu imala niti jednog suosnivača koji je također student (83,87%).

No, iako je poduzetnički ekosustav kao sveobuhvatna cjelina sa svim pripadajućim procesima i dionicima prikazan i ispitan u okviru GUESSS istraživanja, poseban je naglasak stavljen na studente kao poduzetnike na individualnoj razini. U tu svrhu istražena su ne samo ranije obrađena pitanja (kao što su namjere odabira karijere / poduzetničke namjere, poduzetnički stavovi, lokus kontrole, samoučinkovitost itd.), nego je obrađen i društveni identitet osnivača. Teorija društvenog identiteta od velike je važnosti kada se detaljnije raspravlja o poduzetnicima kao poduzetnim pojedincima i njihovom „snalaženju“ unutar cjelokupnog procesa pokretanja pothvata i popratnih ishoda. Stoga je u okviru ankete osmišljen niz tvrdnji s ciljem procjene kako studenti ocjenjuju

neke od glavnih dimenzija, kao što su socijalna motivacija, osnova samoevaluacije, okvir referenci itd. (Sieger et al., 2016). Na primjer, u smislu socijalne motivacije, studenti su primijetili u kojoj se mjeri slažu s različitim tvrdnjama o stvaranju svoje tvrtke kako bi bili u stanju: „zaraditi novac i postati bogat“, „unaprijediti svoju karijeru u poslovnom svijetu“, „riješiti društveni problem koji privatna poduzeća najčešće ne obuhvaćaju (na primjer društvena nepravda, zaštita okoliša)“, itd. Uz motivaciju, unutar pojedinih izjava bili su uključeni i ciljevi koje si studenti postavljaju, pa su tako trebali navesti što im je kao osnivačima firme vrlo važno, bilo da namjeravaju „voditi poduzeće prema čvrstim praksama upravljanja“, „ponuditi proizvod/uslugu koja je korisna skupini ljudi s kojom se identificiram (na primjer prijatelji, kolege, klub, zajednica)“, ili se jednostavno radi o tome da žele „učiniti svijet „boljim mjestom“ (na primjer provođenjem socijalne pravde, zaštitom okoliša)“, itd.

Ispitani aktivni poduzetnici (N=55) bili su zamoljeni da procijene u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjama koje se odnose na društveni identitet osnivača te su odgovori prikazani na *Grafikonima 24., 25. i 26.* Na navedenim grafikonima korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

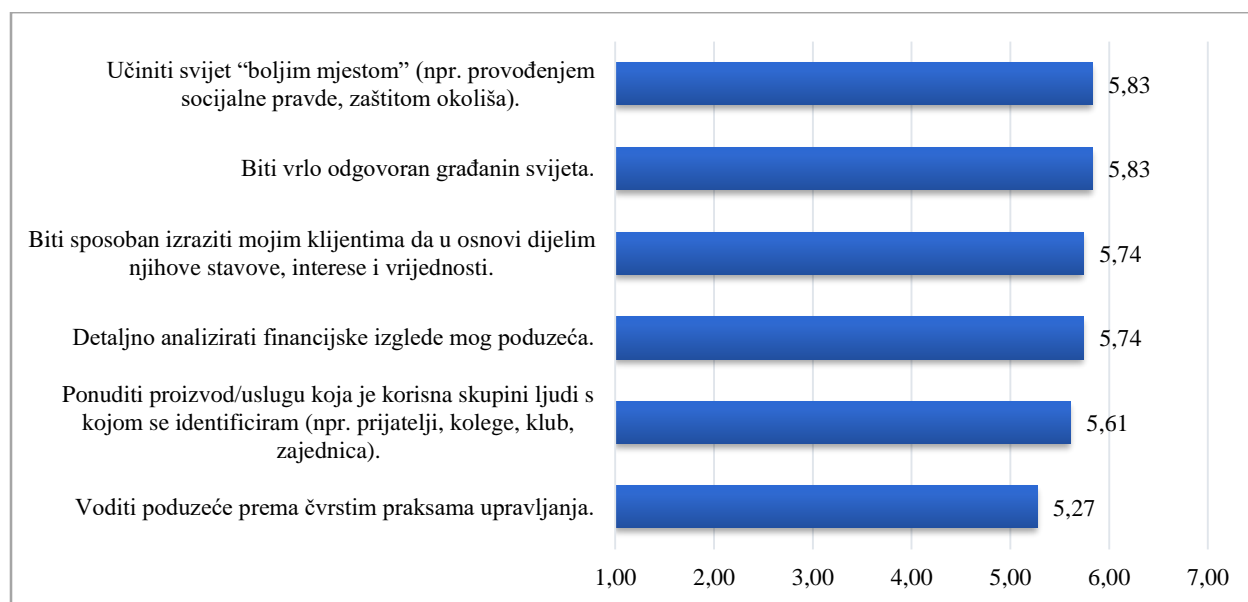
Grafikon 24. Društveni identitet osnivača – socijalna motivacija



Grafikon 24. prikazuje slaganje ispitanih aktivnih poduzetnika s tvrdnjama koje se odnose na njihovu socijalnu motivaciju („osnovao sam poduzeće jer želim...“) te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila 4,61 što je više od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih

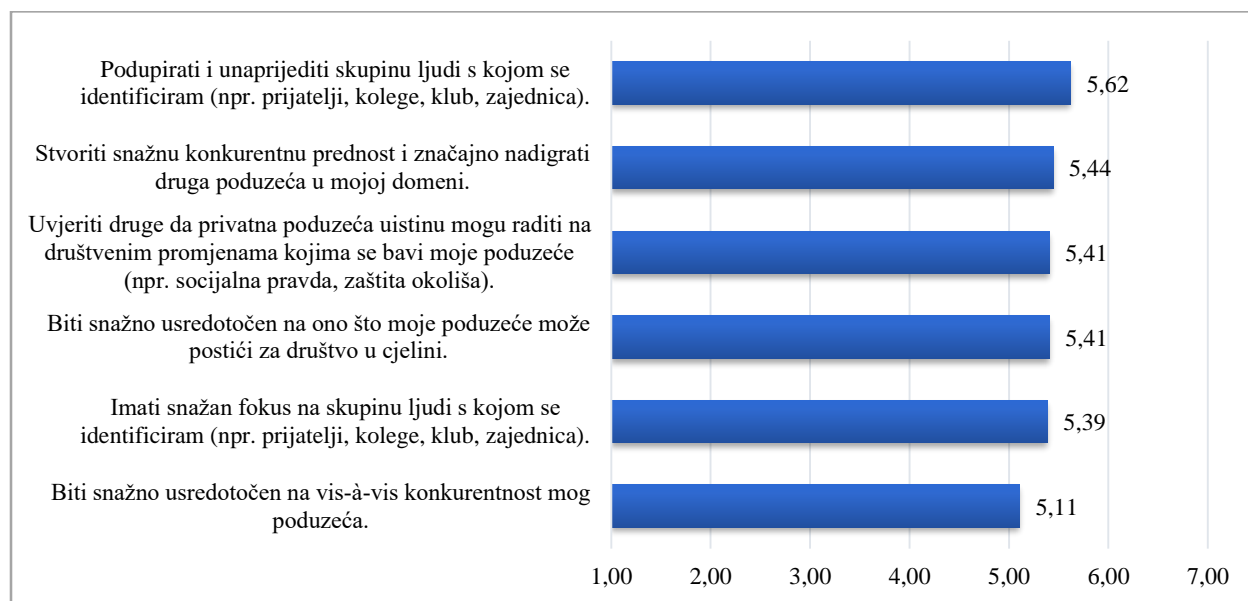
elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „unaprijediti svoju karijeru u poslovnom svijetu“ (5,41), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „riješiti društveni problem koji privatna poduzeća najčešće ne obuhvaćaju (na primjer društvena nepravda, zaštita okoliša)“ (4,07).

Grafikon 25. Društveni identitet osnivača – ciljevi osnivača



Grafikon 25. prikazuje slaganje ispitanih aktivnih poduzetnika s tvrdnjama koje se odnose na njihove ciljeve kao osnivača poduzeća („kao osnivaču poduzeća, vrlo mi je važno...“) te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila visokih 5,67 što je najviša prosječna ocjena kada se uspoređuju elementi društvenog identiteta osnivača (socijalna motivacija, ciljevi osnivača i ciljevi pri upravljanju). Pojedinačni elementi slično su ocijenjeni, a prosječne ocjene kretale su se između 5,27 i 5,83.

Grafikon 26. Društveni identitet osnivača – ciljevi pri upravljanju



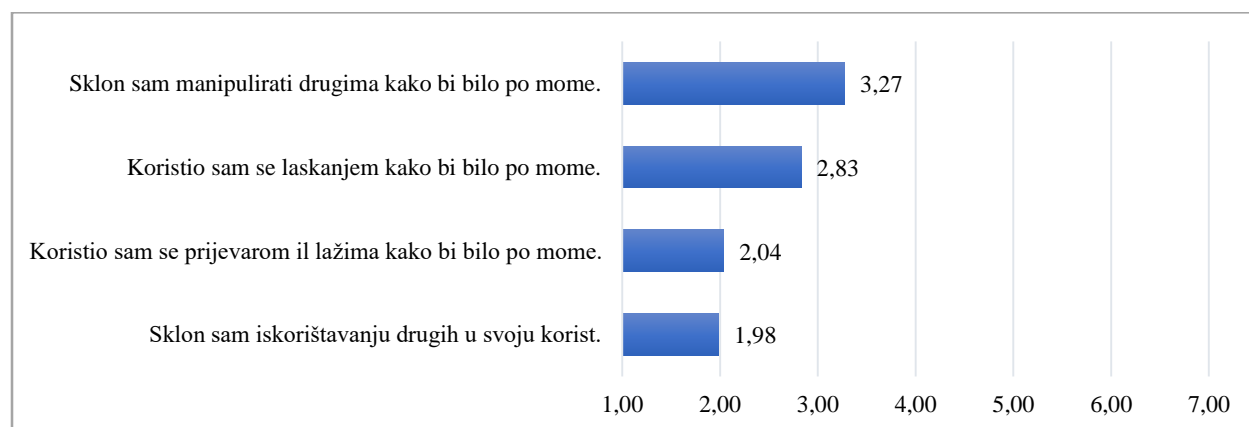
Grafikon 26. prikazuje slaganje ispitanih aktivnih poduzetnika s tvrdnjama koje se odnose na njihove ciljeve pri upravljanju poduzećem („kada upravljam poduzećem, vrlo mi je važno...“) te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila visokih 5,40. Pojedinačni elementi slično su ocijenjeni, a prosječne ocjene kretale su se između 5,11 i 5,62.

Nadalje, pitanje obilježja poduzetnika za potrebe istraživanja prošireno je uvođenjem dodatnih osobina ličnosti koje su povezane s tzv. „mračnom trijadom“. Ovaj se pojam odnosi na sustav sastavljen od triju nezavisna konstrukta, odnosno društveno nepoželjnih osobina ličnosti koje se u određenoj mjeri međusobno preklapaju: narcizam, psihopatija i makijavelizam. Prilikom pokušaja utvrđivanja opravdanja za uključivanje takvih fenomena u istraživačke napore, potrebno je detaljnije proučiti općeprihvaćeno vjerovanje. Naime, vjeruje se da se poduzetnici upuštaju u nove pothvate jer „žele biti sami svoji gazde“ te se na taj način emancipirati od institucionalnih ograničenja. U tom smislu, spremni su se nositi s rizicima i neizvjesnošću, kako bi postigli veću autonomiju. Međutim, istraživači su u posljednje vrijeme svoju pozornost preusmjerili i na neke druge vjerojatne uzroke poduzetničkog djelovanja, prema polju složenijih motiva temeljenih na moći. U toj mjeri, moglo bi se ustanoviti kako, „umjesto da traže slobodu od moći koju drugi mogu vršiti nad njima, neki pojedinci mogu slijediti poduzetničku akciju jer vjeruju da će im to dati moć nad drugima“ (Brownell et al., 2021: 1). Kako bi se ispitalo može li se takvo obrazloženje primijeniti na studente na razini Republike Hrvatske, u okviru ankete osmišljene su sljedeće

tvrdnje i studenti su izrazili svoje slaganje: „Sklon sam manipulirati drugima kako bi bilo po mome“, „Sklon sam iskorištavanju drugih u svoju korist“, „Obično nisam zabrinut oko moralnosti svojih postupaka“, „Sklon sam cinizmu“, „Sklon sam želji da drugi obraćaju pozornost na mene“, itd.

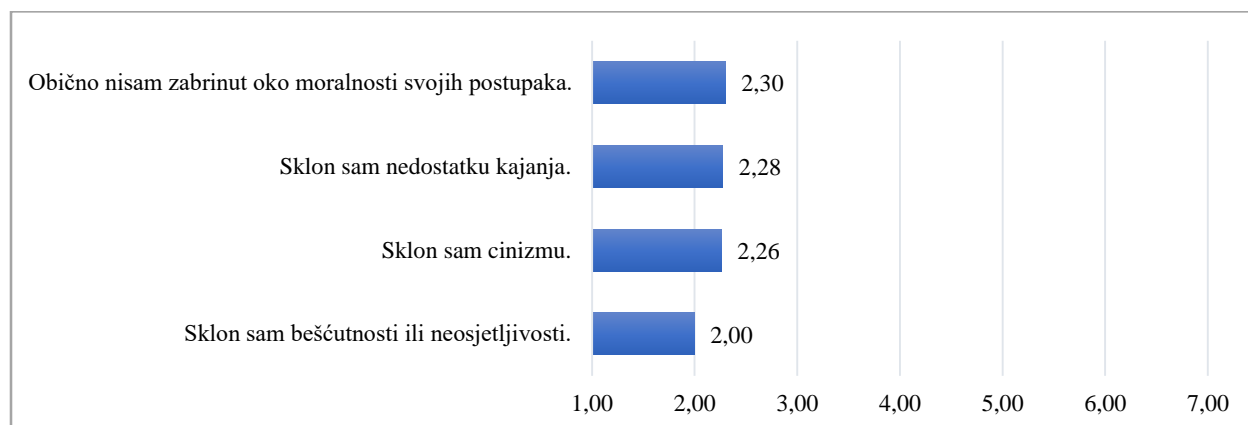
S obzirom na prethodno navedeno, ispitanici (aktivni poduzetnici) su zamoljeni da procijene u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjama koje se odnose na društveno nepoželjne osobine ličnosti koje se u određenoj mjeri međusobno preklapaju: narcizam, psihopatija i makijavelizam te su odgovori prikazani na *Grafikonu 27.*, 28. i 29. Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 27. „Mračna trijada“ - makijavelizam



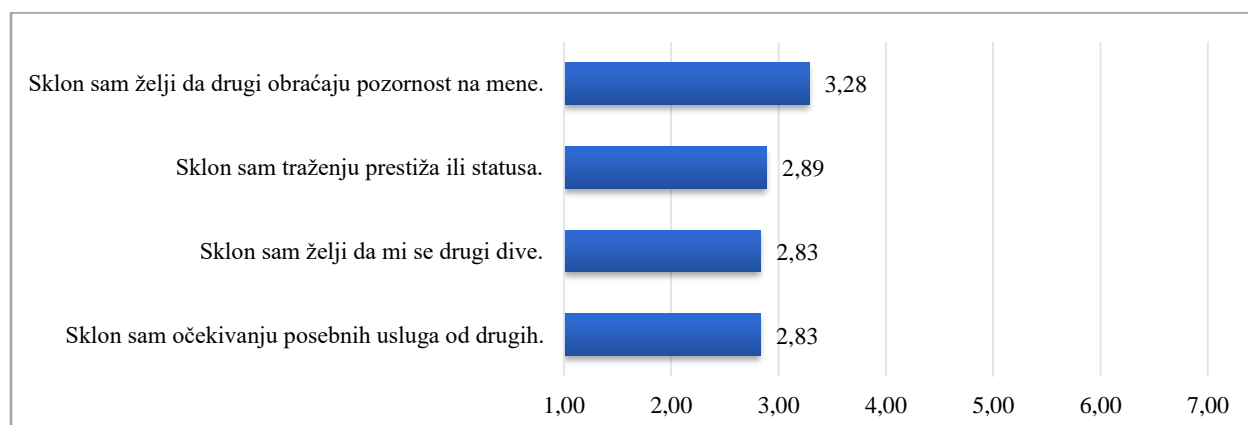
Grafikon 27. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na makijavelizam te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila 2,53 što je niže od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „sklon sam manipulirati drugima kako bi bilo po mome“ (3,27), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „sklon sam iskorištavanju drugih u svoju korist“ (1,98).

Grafikon 28. „Mračna trijada“ - psihopatija



Grafikon 28. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na psihopatiju te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila 2,21 što je najniža prosječna ocjena kada se uspoređuju tri analizirane društveno nepoželjne osobine ličnosti. Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „obično nisam zabrinut oko moralnosti svojih postupaka“ (2,30), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnju „sklon sam bešćutnosti ili neosjetljivosti“ (2,00).

Grafikon 29. „Mračna trijada“ - narcizam



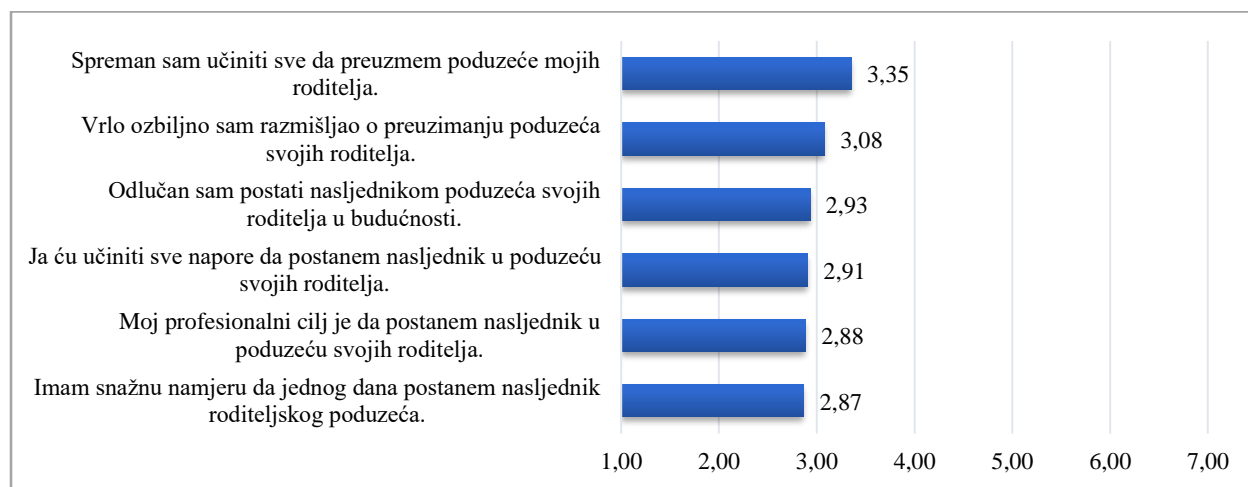
Grafikon 29. prikazuje slaganje studenata s tvrdnjama koje se odnose na narcizam te je prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosila 2,96 što je najviša prosječna ocjena kada se uspoređuju tri analizirane društveno nepoželjne osobine ličnosti. Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „sklon sam želji da drugi obraćaju pozornost na mene“ (3,28), a najmanjom prosječnom ocjenom tvrdnje „sklon sam očekivanju posebnih usluga od drugih“ i „sklon sam želji da mi se drugi dive“ (2,83).

7. Poduzetništvo roditelja

Uloga podrške obitelji u uspješnosti *start-up*-ova već je opširno ispitivana unutar ranijih tematskih područja GUESSS istraživanja, no na ovom mjestu je naglašena uloga roditelja kao jednog od najvažnijih „konstitutivnih elemenata“ obiteljske strukture. Njihov utjecaj na njihove nasljednike unutar obitelji mogao bi biti od vitalnog značenja, jer neki od nalaza ukazuju na činjenicu da „poduzetništvo roditelja povećava vjerojatnost poduzetništva i među njihovom djecom za oko 60%“ (Lindquist et al., 2015: 269). Koje su namjere studenata u vezi s nasljeđivanjem roditeljskog poslovanja pokušalo se doznati izjavama poput: „Spreman sam učiniti sve da preuzmem poduzeće svojih roditelja“, „Moj profesionalni cilj je da postanem nasljednik u poduzeću svojih roditelja“ ili „Imam snažnu namjeru da jednog dana postanem nasljednik roditeljskog poduzeća“, itd.

Grafikon 30. prikazuje razmišljanja ispitanih studenata o namjeri nasljeđivanja roditeljskog poduzeća, a uzorak su činili studenti koji u vrijeme provođenja istraživanja nisu vodili vlastito poduzeće odnosno nisu bili samozaposleni te su imali barem jednog samozaposlenog roditelja ili barem jednog roditelja koji je bio većinski vlasnik poduzeća (N=537). Korištena je ljestvica Likertova tipa s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 30. Namjera nasljeđivanja roditeljskog poslovanja



Prosječna ocjena za sve navedene čestice iznosi 3,00 što je niže od neutralne ocjene (4,00). Od navedenih pojedinačnih elemenata, ispitanici su najvećom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „spreman sam učiniti sve da preuzmem poduzeće svojih roditelja“ (3,35), dok su ostali elementi bili slično ocijenjeni, a prosječne ocjene kretale su se između 3,08 i 2,87.

Obiteljska poduzeća često uporište temelje na kontinuitetu kroz generacije, a mladi članovi obitelji često su doživljavani kao izvor inovacija i pozitivnih promjena u poslovanju. Njihovi roditelji često priželjkuju manifestacije upornosti i spremnosti na suočavanje s nadolazećim izazovima te pomoć pri održavanju obiteljskog „karaktera“, odnosno identiteta te održavanje obiteljskih vrijednosti na životu. Međutim, premda obitelj igra važnu ulogu pružajući svojevrsan „inkubator“ za mlade poduzetnike, pojedinci čiji roditelji imaju poduzetničko iskustvo ne žele nužno slijediti njihov isti poslovni i razvojni put. Rezultati na razini Republike Hrvatske pokazuju kako postoji velika mogućnost da će mladi poduzetnici sami odabrati za njih povoljno okruženje, stil upravljanja te podršku za pokretanje posla.

8. Zaključak

Kao što je ranije navedeno, ovo izvješće analizira poduzetničke namjere studenata u Republici Hrvatskoj uzimajući u obzir nekoliko čimbenika specifičnih za osobne karakteristike poduzetnika, kao i vanjske čimbenike koji se odnose na okruženje u kojem djeluju (u prvom redu utjecaj obitelji te sveučilišnih obrazovnih programa). Upitnik razvijen za potrebe GUESSS istraživanja stoga se temelji uglavnom na psihološkim i sociološkim instrumentima korištenima za razumijevanje poduzetničkih namjera studenata u različitim zemljama.

Kada je riječ o namjerama studenata prilikom izbora karijere, moguće je prepoznati određene obrasce udjela namjernih poduzetnika neposredno nakon studija naspram udjela namjernih poduzetnika pet godina kasnije. Naime, kada se rezultati uspoređuju s globalnim GUESSS uzorkom, primjećuje se sličnost u poduzetničkim intencijama ispitanika pri čemu studenti preferiraju zaposlenje u organizaciji odmah po završetku studija, a mnogi se nakon toga planiraju okrenuti poduzetničkoj karijeri. Brojni su razlozi tome, a jedno od mogućih rješenja treba potražiti u teoriji tri kapitala (Arenius & Ehrstedt, 2008), sukladno kojoj se može pretpostaviti kako studenti po završetku svojeg sveučilišnog obrazovanja osjećaju kako ne posjeduju dovoljne razine društvenog (veze i poznanstva), ljudskog (znanja i vještine prikupljene obrazovanjem i radnim iskustvom) te financijskog kapitala (resursi potrebni za pokretanje poduzetničkog pothvata). U tom smislu, vjeruju kako će kroz pet godina postići zadovoljavajuću razinu navedenih resursa te postati poduzetnicima.

Također, posebna pažnja unutar GUESSS istraživanja posvećena je utjecaju društvenog konteksta (prije svega sveučilišnog te obiteljskog okruženja) na spomenute poduzetničke namjere. Za početak, valja naglasiti kako je na razini Republike Hrvatske okruženje za poduzetništvo na sveučilištu ocijenjeno nešto nižom prosječnom ocjenom u odnosu na prosjek zemalja unutar globalnog GUESSS uzorka. Budući da se radi o ocjeni koja je tek neznatno viša od neutralne ocjene (4), jasno je kako je potrebno poduzeti još odlučnije korake pri oblikovanju poduzetničkih namjera studenata kroz osmišljavanje novih i modernih studijskih programa koji prate trendove na tržištu. Navedeno inovativno okruženje za učenje studentima pruža priliku za stjecanje naprednih vještina poslovnog upravljanja kroz predavanja u učionici, kao i kroz proces poslovne inkubacije u skladu sa zahtjevima lokalnog tržišta. Konačno, postoji potreba za pružanjem tehničkih savjeta

i infrastrukturne podrške studentima kako bi svoje poduzetničke ideje pretvorili u pravi poslovni pothvat.

Nadalje, pokretači poduzetničkih namjera među studentima su ispitani uzimajući u obzir i obiteljsko podrijetlo. Naime, odluka o odabiru poduzetničke karijere sa sobom nosi i određeni društveni pritisak te je, u tom smislu, podrška koju studenti mogu dobiti od svojih obitelji od velikog interesa u GUESSS anketama. Budući da postoji više načina na koje bi obitelj mogla pružiti podršku poduzetnicima među studentima, zanimljivo je primijetiti kako studenti na razini Republike Hrvatske nešto većom prosječnom ocjenom ocjenjuju instrumentalnu (4,94) u odnosu na emocionalnu podršku obitelji (4,46). Navedeno djeluje posebno zanimljivo uzevši u obzir produljeno post-krizno razdoblje nakon financijskog kolapsa iz 2008. godine. Ipak, valja naglasiti kako se radi o percepcijama ispitanika koji vjeruju kako obitelj može pružiti „sigurnosnu mrežu“ poduzetnicima, pomažući u zaštiti opstanka poslovanja kada se pojave problemi vezani za financijske i ljudske resurse.

Konačno, kada je riječ o postotcima ispitanih studenata koji pokušavaju osnovati vlastito poduzeće odnosno postati samozaposlena osoba (13,25% u Republici Hrvatskoj; na globalnoj razini 28,4%) te onih koji su u vrijeme provođenja istraživanja već vodili vlastito poduzeće, odnosno bili su samozaposleni (3,31% u Republici Hrvatskoj; na globalnoj razini 10,8%), moguće je primijetiti velike razlike između nacionalnog i globalnog prosjeka. S ciljem smanjivanja tako drastičnih razlika potrebno je provesti sveobuhvatne reforme koje uključuju visokoškolske institucije, lokalnu, regionalnu i nacionalnu vlast te lokalnu industriju kao jednakovrijedne dijelove poduzetničkog ekosustava. Kako bi se navedeno postiglo, potrebno je prvenstveno uspostaviti suradnju za pružanje podrške i usluga poslovne inkubacije poduzetnicima u nastajanju, s ciljem daljnjeg poboljšanja povoljne poduzetničke klime za studente na sveučilištima.

Bibliografija

- Amesheva, I., Clark, A., & Payne, J. (2019). Financing for Youth Entrepreneurship in Sustainable Development: The Role of Young Entrepreneurs in Sustainable the SDGs. In J. Walker, A. Pekmezovic, & G. Walker (Eds.), *Sustainable Development Goals* (1st ed., pp. 253–273). Wiley. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781119541851.ch14>
- Arenius, P., & Ehrstedt, S. (2008). Variation in the Entrepreneurial Level of Activity across the Stages of the Entrepreneurial Startup Process - Evidence from 35 Countries. *Estudios de Economia*, 35(2), 133–152.
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700–716. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018>
- Brixiová, Z., Ncube, M., & Bicaba, Z. (2015). Skills and Youth Entrepreneurship in Africa: Analysis with Evidence from Swaziland. *World Development*, 67, 11–26. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.09.027>
- Brownell, K. M., McMullen, J. S., & O’Boyle, E. H. (2021). Fatal attraction: A systematic review and research agenda of the dark triad in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106106. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106106>
- Chandler, G. N., Honig, B., & Wiklund, J. (2005). Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 705–725. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.09.001>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Chigunta, F. (2017). Entrepreneurship as a Possible Solution to Youth Unemployment in Africa. In T. Abebe, J. Waters, & T. Skelton (Eds.), *Laboring and Learning* (pp. 433–451). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-287-032-2>
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81–90. <https://doi.org/10.1177%2F104225870202600305>

- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428–448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students - A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269–288. www.worldscientific.com
- Fueglistaller, U., Klandt, H., Halter, F., & Müller, C. (2009). An international comparison of entrepreneurship among students. *International Report of the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey Project (GUESSS 2008)*., Guesss, 52. <http://www.alexandria.unisg.ch/export/DL/58986.pdf>
- Green, F. (2013). *Youth entrepreneurship*. https://www.oecd.org/cfe/leed/youth_bp_finalt.pdf
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55(1), 257–282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Harper, D. A. (2008). Towards a theory of entrepreneurial teams. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 613–626. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.002>
- Holienka, M. (2014). Youth entrepreneurship in Slovakia: a GEM based perspective. *Comenius Management Review*, 8(2), 41–50. <https://www.researchgate.net/publication/306917464>
- Ilišin, V., & Spajić Vrkaš, V. (2015). *Needs, problems and potentials of youth in Croatia*.
- Kasim, R. S. R., Zulkharnain, A., Hashim, Z., Ibrahim, W. N. W., & Yusof, S. E. (2014). Regenerating Youth Development through Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 322–327. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.683>
- Khan, S. A., Tang, J., & Joshi, K. (2014). Disengagement of Nascent Entrepreneurs from the Start-Up Process. *Journal of Small Business Management*, 52(1), 39–58. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12032>
- Langkamp-Bolton, D., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>

- Liguori, E., Winkler, C., Vanevenhoven, J., Winkel, D., & James, M. (2020). Entrepreneurship as a career choice: intentions, attitudes, and outcome expectations. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(4), 311–331.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2019.1600857>
- Liñán, F., & Chen, Y. (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/https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2009.00318.x>
- Lindquist, M. J., Sol, J., & Van Praag, M. (2015). Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children? *Journal of Labor Economics*, 33(2), 269–296.
<https://doi.org/10.1086/678493>
- Minola, T., Criaco, G., & Cassia, L. (2014). Are youth really different? New beliefs for old practices in entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2/3), 233. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2014.062881>
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)
- Ogamba, I. K. (2019). Millennials empowerment: youth entrepreneurship for sustainable development. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(3), 267–278. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-05-2018-0048>
- Pokos, N. (2017). Osnovna demografska obilježja suvremenog iseljavanja iz Hrvatske. *Političke Analize*, 7(31), 16–23. <https://hrcak.srce.hr/192427>
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998?2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1980-1>
- Ruef, M., Aldrich, H. E., & Carter, N. M. (2003). The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties, and Isolation among U.S. Entrepreneurs. *American Sociological Review*, 68(2), 195. <https://doi.org/10.2307/1519766>
- Shore, J., Inta, M., Atci, M. M., & Tosun, J. (2016). *Youth Entrepreneurship in Europe*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5171.0481>

- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2018). Global Student Entrepreneurship 2018: Insight From 54 Countries. *Global GUESSS Report*, 1–32.
- Sieger, P., Gruber, M., Fauchart, E., & Zellweger, T. (2016). Measuring the social identity of entrepreneurs: Scale development and international validation. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 542–572. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.001>
- Širec, K., & Vrečko, I. (2020). Synthesis of Youth Entrepreneurship and Project Management Competencies for Post Covid-19 Challenges. *Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business*, 1, 684–695.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Sulejman, R. (2020). The influence of entrepreneurship in youth unemployment in transition and MENA countries. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 8(1), 243–251. <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.7>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>