



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2023: 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 2023, želimo zahvaliti svim našim partnerskim sveučilištima diljem zemlje. Svi su nam, u različitom opsegu, ali s 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 Upravi Sveučilišta u Zadru na 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.

Projektni tim Sveučilišta u Zadru:

Borna Buljan, mag. oec.

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

bbuljan@unizd.hr

doc. dr. sc. Gabrijela Vidić

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

gvidic@unizd.hr

Nikolina Jukić, mag. oec.

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

njukic@unizd.hr

doc. dr. sc. Marija Opačak Eror

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam
i komunikacijske znanosti

mopacak22@unizd.hr

red. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i
komunikacijske znanosti

krceb@unizd.hr

izv. prof. 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., Jukić, N., Opačak Eror, M., Krce Miočić, B. & Klarin, T. (2024). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2023: Nacionalni izvještaj za Republiku Hrvatsku*. Sveučilište u Zadru

SADRŽAJ

1. Uvod	2
2. Demografske informacije o uzorku	4
3. Namjere izbora karijere / poduzetničke namjere	10
4. Pokretači poduzetničkih namjera.....	166
5. Poduzetnici u nastajanju.....	199
6. Aktivni poduzetnici.....	277
7. Zaključak	40
Bibliografija	422

1. Uvod

Istraživački projekt GUESSS označava skraćenicu za „Global University Entrepreneurial Spirit Students` Survey“ te predstavlja jedan od najvećih svjetskih projekata u istraživanju poduzetništva. Istraživačke aktivnosti u okviru ove ankete naglašavaju poduzetničke namjere, stavove i aktivnosti studenata (Sieger i sur., 2018), što se može pratiti unutar tematskih cjelina kao što su: utjecaj obrazovanja (Hahn i sur., 2020), obiteljsko podrijetlo koje utječe na potencijalne i stvarne poduzetničke pothvate (Edelman i sur., 2016), poticanje od strane vršnjaka te nekoliko drugih čimbenika. Pokušavajući steći uvid u takve fenomene, nastoji se pridonijeti postizanju glavnog cilja GUESSS istraživanja – stvaranju iznimnog i jedinstvenog pristupa studentskom poduzetništvu u obliku akademski i praktično orijentiranog ostvarenja.

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 i sur., 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) proslijeđuju 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:

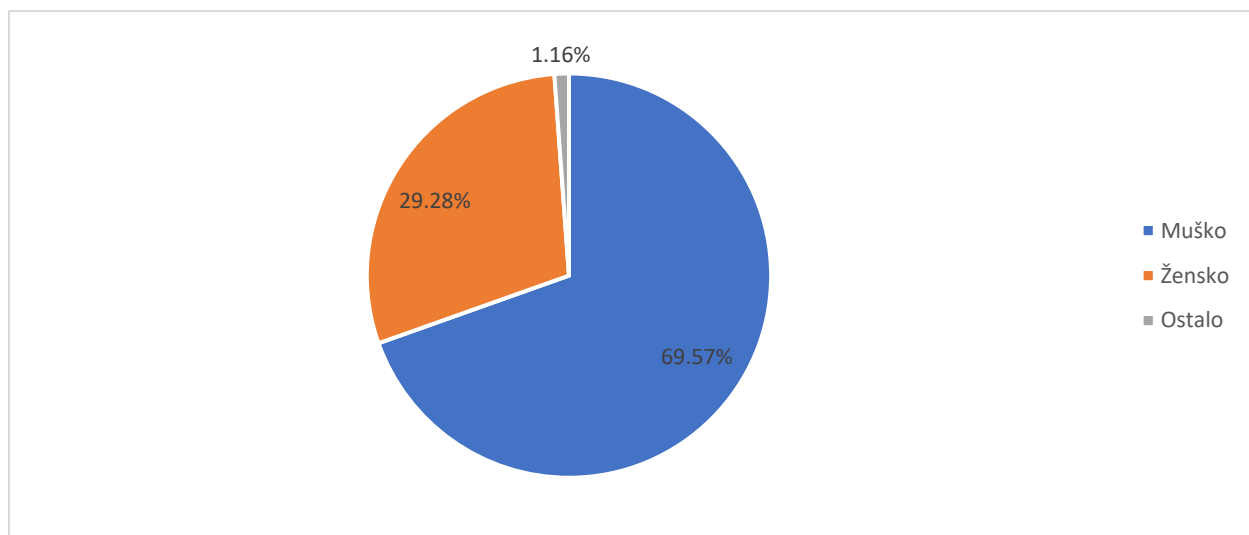
- Omogućavanje sveučilištima koja sudjeluju da procijene opseg i kvalitetu svojih studijskih programa u kontekstu poduzetničkog obrazovanja;
- Podizanje svijesti javnosti i vlasti o poduzetništvu općenito, a posebno o temeljima novih poduzetničkih pothvata (razumljivo, s ciljem prepoznavanja mogućih 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.

U sklopu istraživanja GUESSS 2023 prikupljeni su globalni podaci koji se sastoje od više od 226.000 odgovora iz 57 zemalja (GUESSS, 2024). Kada su, pak, u pitanju naponi poduzeti na razini Republike Hrvatske, u ovom izvješću prikazat će se istraživanje provedeno na uzorku od 1.887 studenata s različitih visokoškolskih ustanova na području Republike Hrvatske. Istraživanje i pripadajuće izvješće je provedeno i pripremljeno pod nadzorom nacionalnog tima koordinатора sa Sveučilišta u Zadru (Odjel za turizam i komunikacijske znanosti).

2. Demografske informacije o uzorku

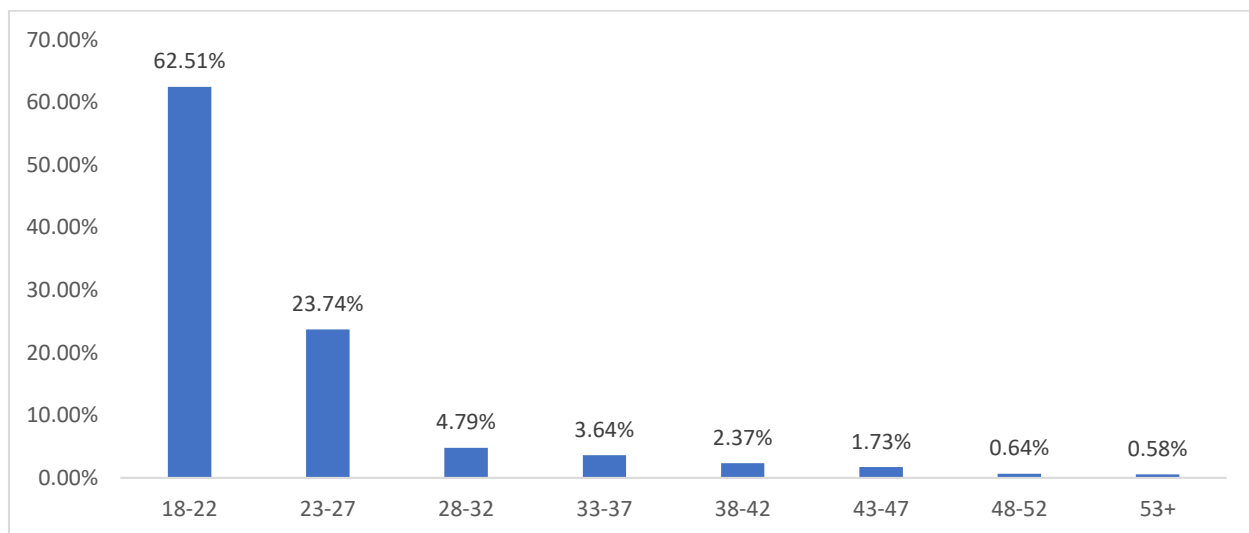
Od ukupno 1.887 ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, najveći udio ispitanika čine muški ispitanici (69,57 %), zatim znatno manji udio ženskih ispitanika (28,8 %), dok 1,16 % ispitanika nije navelo svoj spol. Važno je napomenuti da se udio ženskih ispitanika u GUESSS izvješću za Republiku Hrvatsku iz 2023. godine značajno razlikuje od udjela iz 2021. godine, kada je taj udio predstavljao 68,84 % ispitanika. Na globalnoj razini, u GUESSS izvješću za 2023. godinu, ženski udio ispitanika predstavljao je 57,5 % svih ispitanika.

Grafikon 1. Spol ispitanika



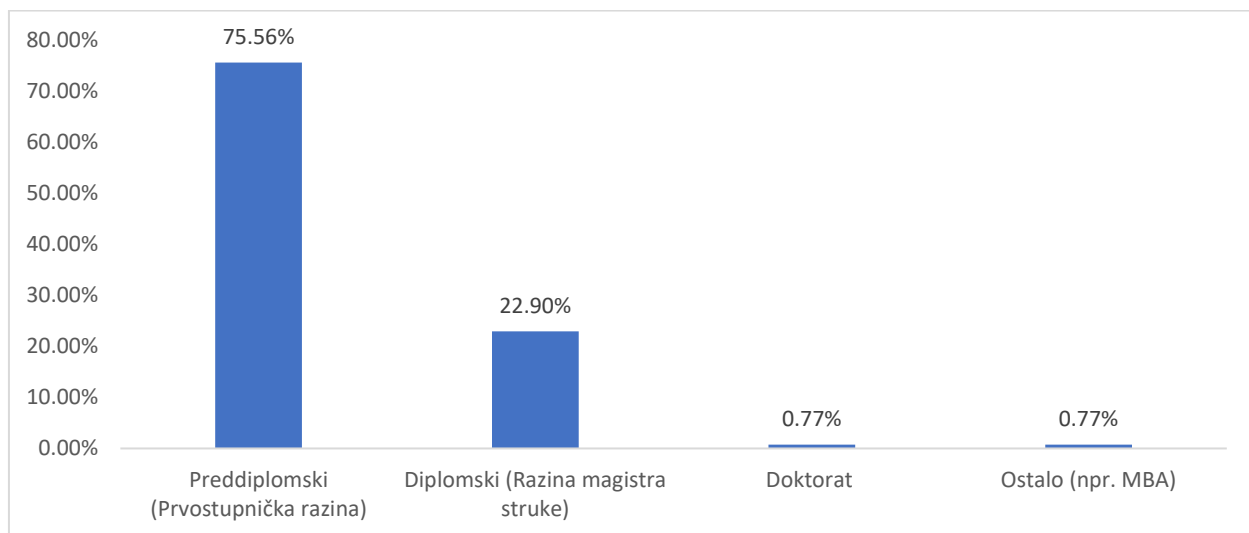
Prema analiziranom uzorku, najveći udio ispitanika (62,51 %) bio je u dobnoj skupini od 18 do 22 godine, dok su ispitanici između 23 i 27 godina činili 23,74 %. Prosječna dob studenata uključenih u istraživanje bila je 23,4 godina, dok je medijalna dob iznosila 21 godinu. Ovi su rezultati, prikazani na *Grafikonu 2* na sljedećoj stranici, usklađeni s globalnim podacima, gdje je najveći udio ispitanika također bio u dobnoj skupini od 18 do 23 godine (60,1 %).

Grafikon 2. Dob ispitanika

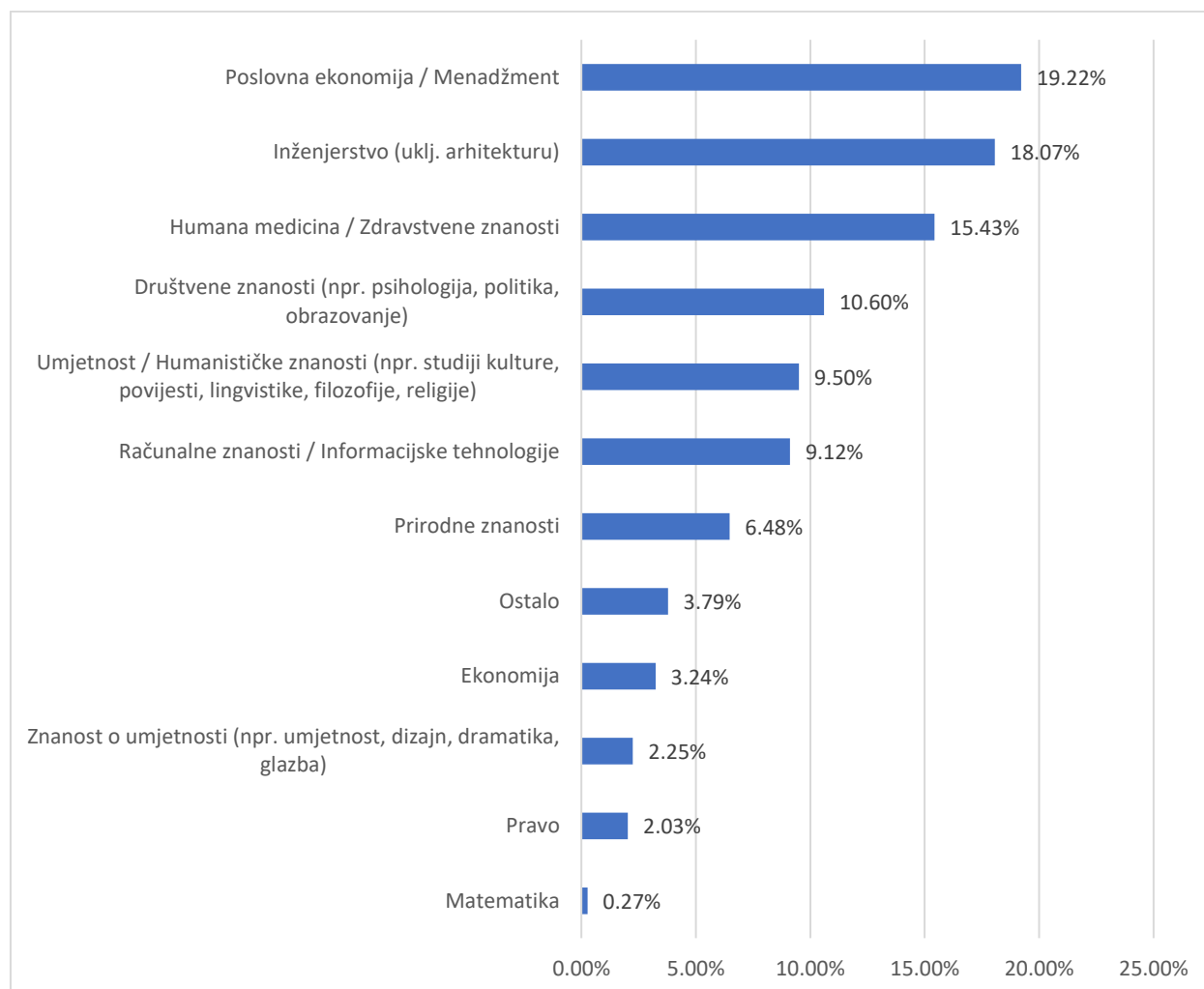


Uspoređujući analizirane podatke o razini studija ispitanika (*Grafikon 3*) s globalnim GUESSS uzorkom, udio ispitanih studenata preddiplomske razine bio je 76,7 %, što predstavlja gotovo identičan uzorak kao na nacionalnoj razini. Razlike su vidljive u zastupljenosti studenata diplomskih studija, gdje je globalni postotak značajno niži, iznoseći 14 %. S druge strane, udio studenata doktorskih studija na globalnoj razini bio je nešto viši, dosegnuvši 3,5 %.

Grafikon 3. Razina studija ispitanika



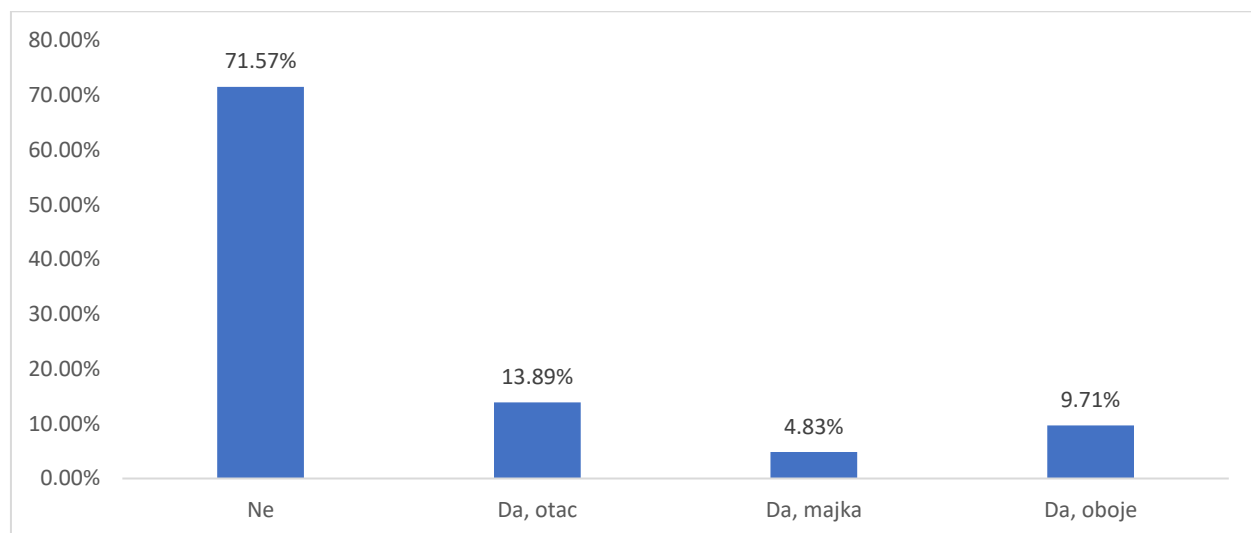
Grafikon 4. Glavno područje studija ispitanika



Na prikazanom *Grafikonu 4* može se primijetiti kako je najveći udio ispitanika studirao poslovnu ekonomiju i menadžment (19,22 %), zatim inženjerstvo (uključujući arhitekturu) s 18,07 % te humanu medicinu i zdravstvene znanosti (15,43 %). Nakon toga, sličan udio zastupljenih ispitanika je s područja društvenih znanosti (10,60 %), umjetnosti i humanističke znanosti (9,50 %) te računalne znanosti i informacijske tehnologije (9,12 %). Najmanji udio ispitanika čine studenti prirodnih znanosti (6,48 %), studenti drugih navedenih studija pod kategorijom ostalo (3,79 %),

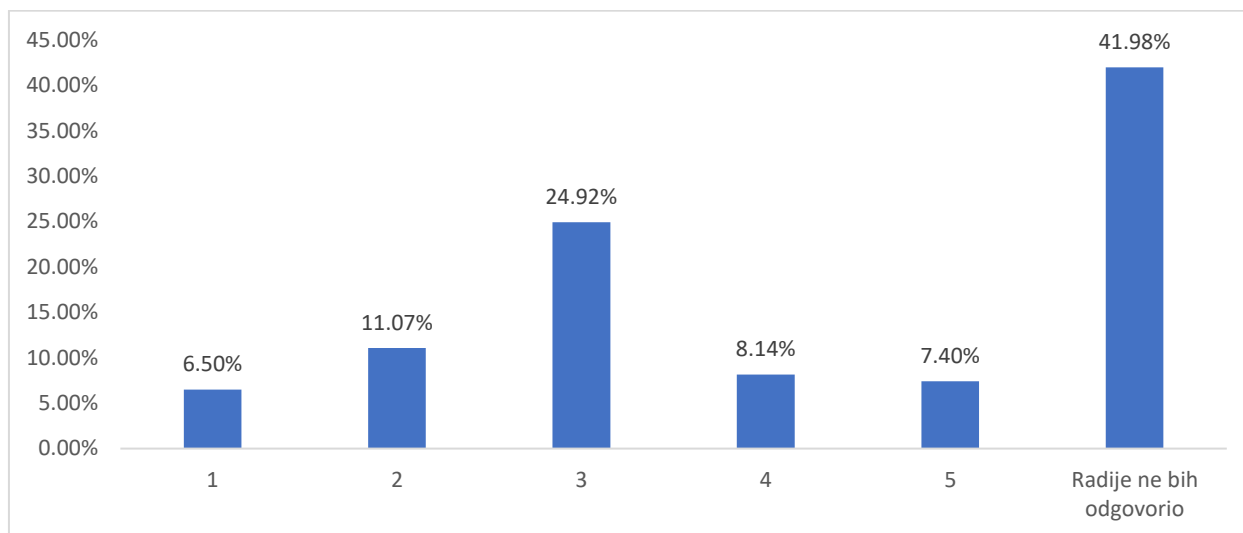
kao i studenti ekonomije (3,24 %), znanosti o umjetnosti (2,25 %), prava (2,03 %) te matematike (0,27 %).

Grafikon 5. Obiteljska poduzetnička pozadina



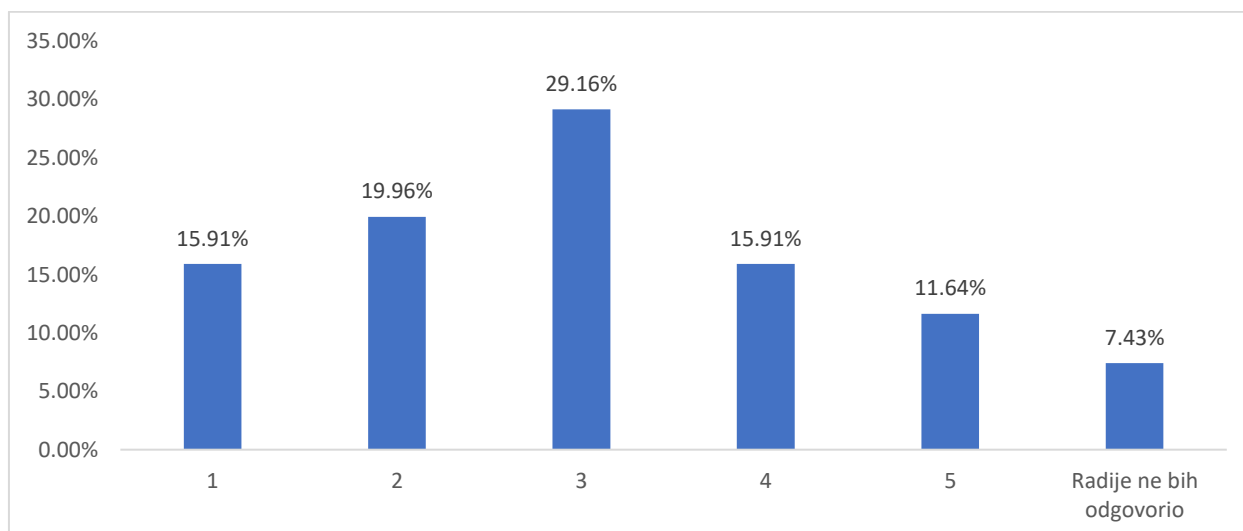
Promatrajući obiteljsku poduzetničku pozadinu ispitanika prikazanu na *Grafikonu 5*, velika većina ispitanika (71,57 %) navela je da njihovi roditelji nisu samozaposleni niti većinski vlasnici poduzeća. Manji udio ispitanika (13,89 %) odgovorio je da njihov otac pripada u tu kategoriju, dok 9,71 % ispitanika ima roditelje gdje su oba, i otac i majka, samozaposleni ili većinski vlasnici poduzeća. Najmanji udio čine ispitanici čija je samo majka samozaposlena ili većinski vlasnik poduzeća.

Grafikon 6. Politički stavovi



Kada je riječ o izražavanju vlastitih političkih stavova, većina ispitanih studenata nije željela javno iznijeti svoje mišljenje (41,98 %), što je prikazano na *Grafikonu 6*. Stavovi ispitanika analizirani su na način da ocjenu 1 predstavlja krajnje lijeva politička opcija, dok ocjenu 5 krajnje desna politička opcija. Krajnju ljevicu podržava 6,50 % studenata, dok njih 11,07 % naginje lijevoj političkoj opciji. Krajnju desnicu podržava 7,40 % ispitanika, dok njih 8,14 % pripada desnom centru. Preostalih 24,92 % ispitanih studenata ne smatra se ni pretežno lijevo ni desno orijentiranim.

Grafikon 7. Sklonost javnom izražavanju vlastitoga mišljenja



Grafikon 7 s prethodne stranice prikazuje sklonost studenata prema javnom izražavanju mišljenja o društvenim, ekonomskim ili ekološkim pitanjima. Stavovi su ocijenjeni na način da ocjenu 1 predstavlja susprezanje javnog izražavanja mišljenja, dok ocjenu 5 sklonost čestog izražavanja javnog mišljenja. Prema rezultatima, 29,16 % studenata izjavilo je da se javno ne izražavaju ni prečesto ni rijetko. Studenti koji nikada ne izražavaju svoje mišljenje o tim temama čine 15,91 %, dok njih 19,96 % to čini vrlo rijetko. Oni koji često iznose svoje mišljenje u javnosti čine 11,64 %, dok 15,91 % to čini povremeno. Preostalih 7,43 % ispitanika nije željelo odgovoriti na ovo pitanje.

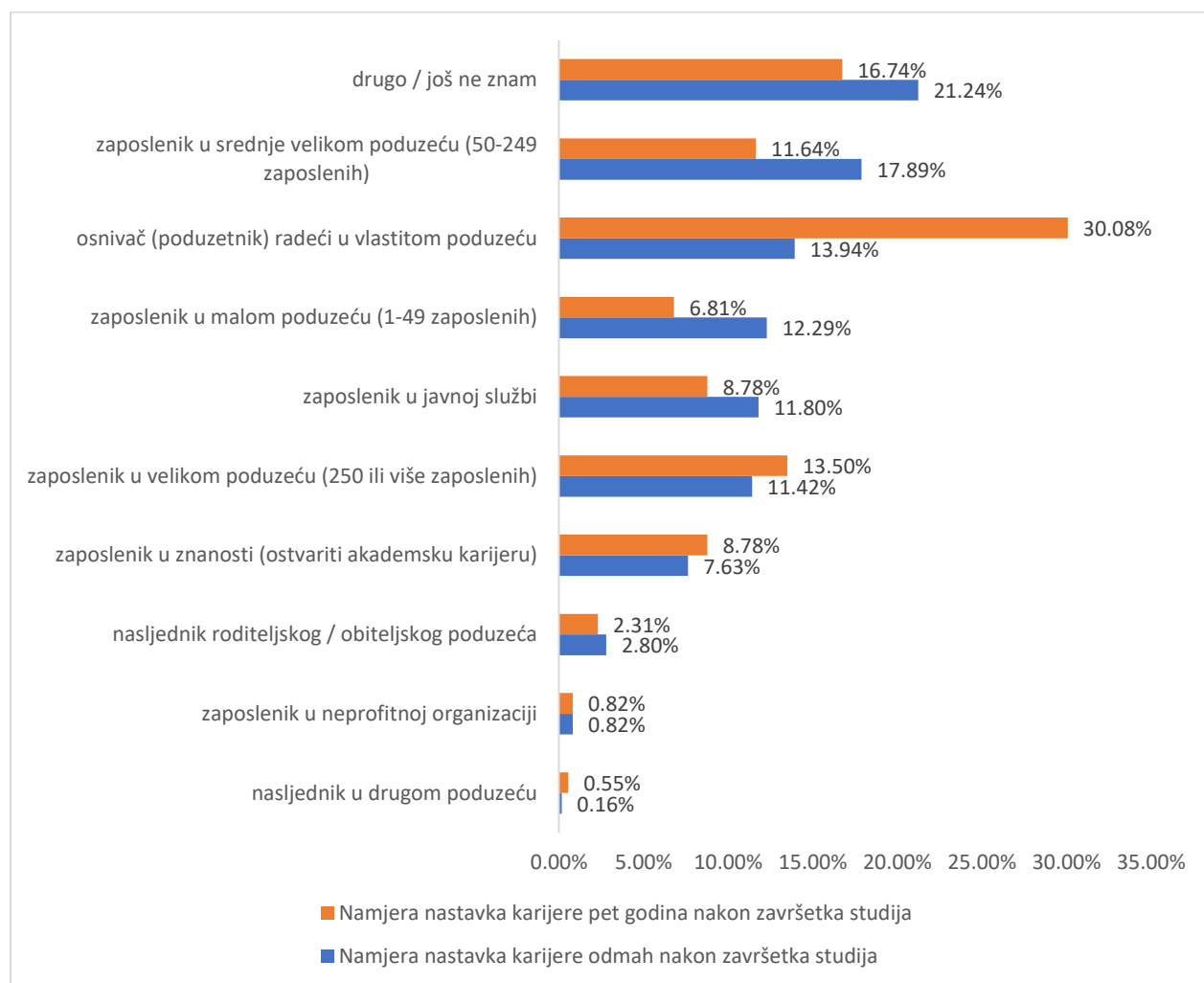
3. Namjere izbora karijere / poduzetničke namjere

Poduzetnici su nositelji gospodarskog rasta, igrajući ključnu ulogu u poticanju ekonomskog i društvenog napretka. Budući da je poduzetništvo često povezano sa samozapošljavanjem, ono se prepoznaje kao učinkovito rješenje za problem nezaposlenosti, posebno među mladima. Razumijevanje čimbenika koji utječu na poduzetničke namjere time predstavlja ključan koncept jer takvo ponašanje ustvari proizlazi iz tih namjera (Koe, 2012). Poduzetnička namjera označava svjesno mentalno stanje koje prethodi konkretnim radnjama i usmjerava fokus na aktivnosti vezane uz poduzetništvo, poput osnivanja novog poduzeća i postajanja poduzetnikom. Postoji mnogo perspektiva koje pomažu u razumijevanju i predviđanju poduzetničkih namjera. Najčešće korištene teorije za analizu čimbenika koji utječu na poduzetničke namjere su teorija planiranog ponašanja, teorija ljudskog kapitala, teorija poduzetničke samoefikasnosti i model trostruke spirale. Prva teorija, planiranog ponašanja uzima u obzir osobne karakteristike i vještine, kao i društveni kontekst, koji mogu uvjetovati pojedinca pri njegovim namjerama. Međutim, ključni čimbenici koji izravno predviđaju potencijalne namjere su stav o određenom ponašanju, individualne percepcije društvenih normi i percipirana kontrola ponašanja (Moriano i sur., 2012). S druge strane, teorija ljudskog kapitala naglašava važnost obrazovanja u stjecanju osnovnih znanja i vještina koje pojedinci mogu primijeniti u svakodnevnom životu, što može značajno utjecati na njihove poduzetničke namjere. Slično tome, teorija poduzetničke samoefikasnosti pokazuje kako obrazovni programi usmjereni na poduzetništvo mogu pozitivno oblikovati stavove i namjere pojedinaca, uključujući njihovu želju za samozapošljavanjem. Najnoviji uvid dolazi iz modela trostruke spirale, koji naglašava kako usklađivanje strategija i politika između industrije, sveučilišta i vlade može značajno potaknuti studente na pokretanje vlastitih poduzeća (Čera, 2020). Osim najčešće navedenih, teorija koja je privukla pažnju u poslovnoj literaturi od 50-ih godina prošlog stoljeća tiče se i iste generacije, naglašavajući kako svaka generacija razvija specifične radne navike koje utječu na njihov poslovni pristup. Temelj logike teorije generacije je da ljudi rođeni tijekom istog vremenskog razdoblja, koji su prošli obrazovni sustav u isto vrijeme i bili pod utjecajem sličnih promjena (tehnoloških, ekonomskih, političkih), pokazuju slične osobine (Ensari, 2017).

Poduzetničko ponašanje, budući da je svjesno i planirano, može se predvidjeti na temelju same namjere (Krueger i Carsrud, 1993). U tom kontekstu, važno je naglasiti različite pristupe u analizi poduzetništva, jer ga treba promatrati kao niz ponašanja koja se odvijaju kroz dulji vremenski period.

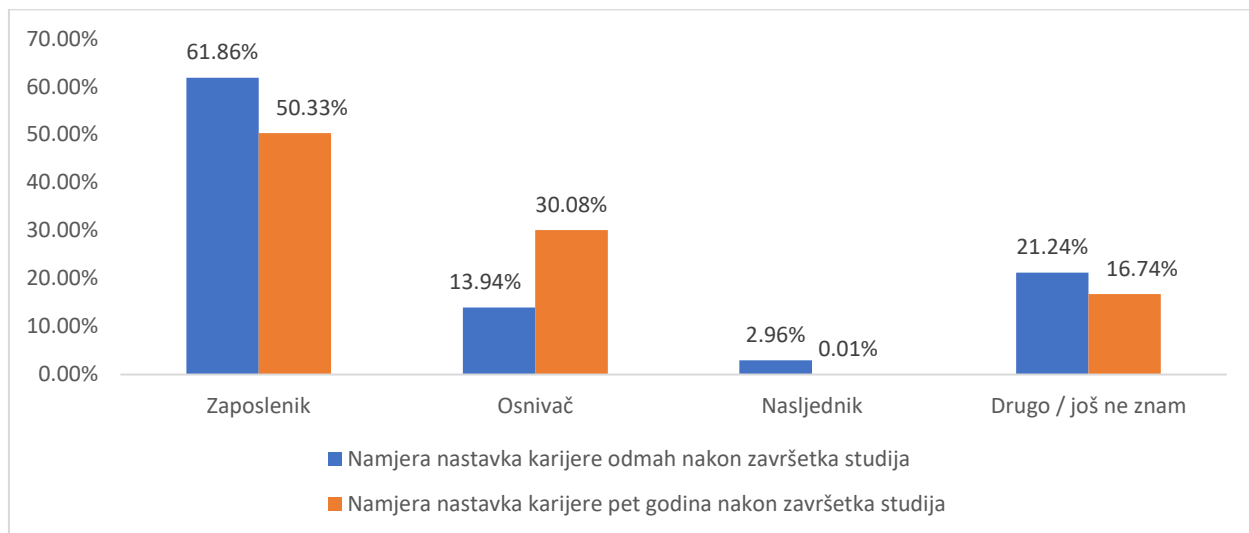
S obzirom da ključni koncept u ovom razumijevanju predstavljaju poduzetničke namjere, odnosno spremnost pojedinca da se upusti u poduzetničke aktivnosti, u nastavku teksta će se prikazati poduzetničke namjere ispitanih studenata kao jednoj od stavki gdje se za potrebe istraživanja posvetila najznačajnija pozornost.

Grafikon 8. Namjera nastavka karijere odmah nakon završetka studija i pet godina nakon završetka studija



Istražujući karijerne namjere studenata u vezi s mogućnostima koje se otvaraju odmah nakon završetka studija ili pet godina kasnije, manji postotak ispitanika (13,94 %) iskazao je želju za pokretanjem vlastitog poduzeća odmah nakon završetka studija, kako je prikazano na *Grafikonu 8* s prethodne stranice. Nasuprot tome, 17,89 % njih radije odabire rad u srednje velikim poduzećima, dok 21,24 % ispitanika još uvijek nije donijelo konačnu odluku o svojoj karijeri nakon studija. S druge strane, najveći udio ispitanika izrazilo je želju za osnivanjem vlastitog poduzeća upravo u razdoblju pet godina nakon završetka obrazovanja (30,08 %), dok njih 16,74 % još nije sigurno što bi radilo nakon 5 godina po završetku studija. Manji udio ispitanika, točnije 13,50 %, vidi sebe kao zaposlenike u velikim poduzećima s 250 ili više zaposlenih. S druge strane, 6,81 % ispitanika preferira rad u malim poduzećima, dok 8,78 % njih sebe vidi kao buduće zaposlenike u javnim službama.

Grafikon 9. Namjera nastavka karijere odmah nakon završetka studija i pet godina nakon po kategorijama



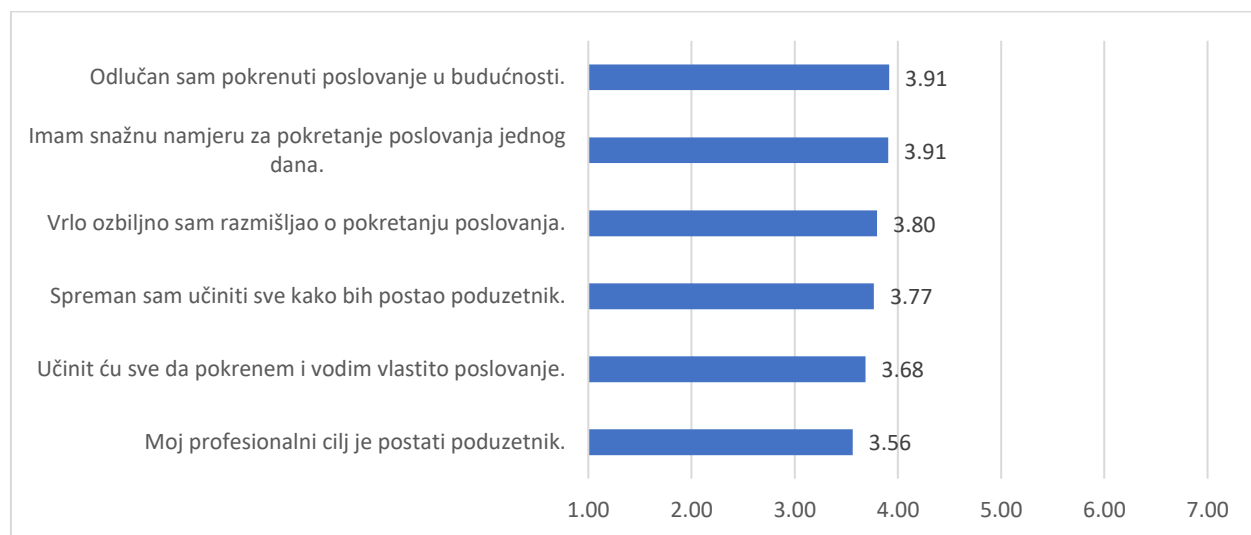
Grupiranje namjera studenata o nastavku karijere odmah nakon završetka studija i pet godina kasnije u predložene 4 skupine, pokazalo je da većina studenata preferira zaposlenje u poduzeću odmah nakon diplome (61,86 %), što je vidljivo iz *Grafikona 9*. Također, 50,33 % studenata se i nakon pet godina vidi zaposlenima u poduzeću. Najmanji udio čine studenti čiji je cilj odmah

nakon završetka studija naslijediti obiteljski posao ili biti nasljednik u nekom drugom poduzeću, dok je samo 0,01 % njih imalo tu namjeru i nakon pet godina.

Uspoređujući poduzetničke namjere studenata s prošlim GUESSS izvješćem za 2021. godinu, zabilježen je blagi pad namjere studenata za rad u poduzeću odmah nakon završetka studija, i to za 1,75 %, te za 1,53 % nakon pet godina. Sličan trend pada primjetan je i kod namjera osnivanja vlastitog poslovanja. Istovremeno, uočava se porast nesigurnosti studenata o nastavku karijere odmah nakon završetka studija, s rastom od 3,05 %, dok se nesigurnost za razdoblje od pet godina nakon završetka obrazovanja povećala za 1,38 %.

Kada se razmatraju tri karijerne opcije (zaposlenik, osnivač i nasljednik) kod globalnog GUESSS izvješća za 2023. godinu, primjećuje se sličan obrazac ponašanja studenata kao i u nacionalnom istraživanju. Većina studenata preferira zapošljavanje u poduzeću odmah nakon završetka studija (65,9 %), no taj se udio smanjuje na 53,3 % nakon pet godina. To sugerira da mnogi studenti planiraju preći u poduzetničke vode u tom razdoblju.

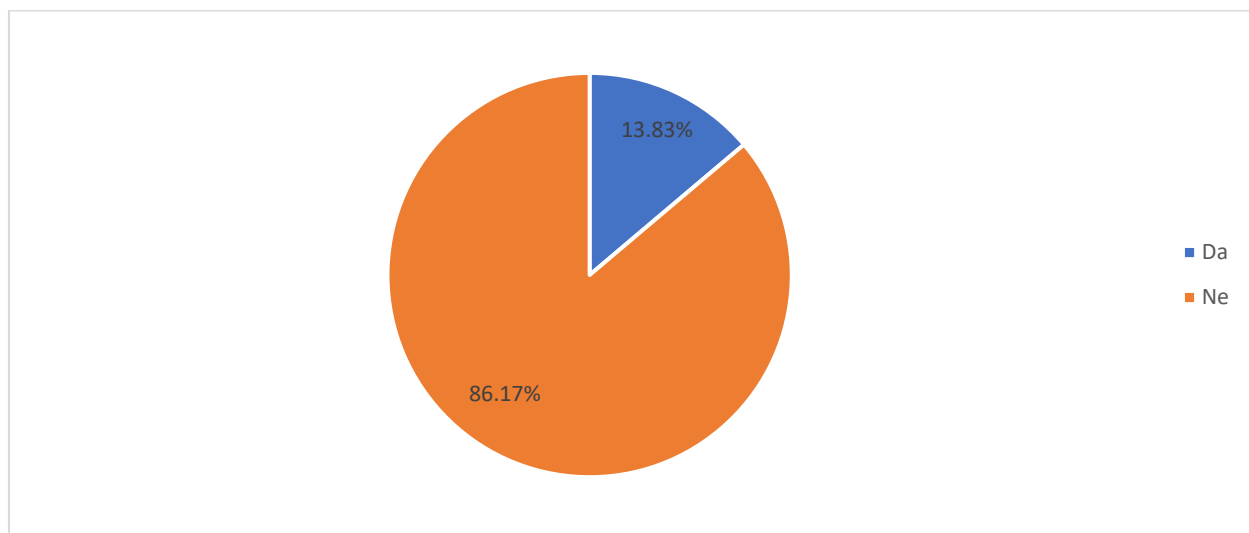
Grafikon 10. Poduzetničke namjere ispitanika



Na *Grafikonu 10* prikazane su poduzetničke namjere ispitanih studenata. Prosječna ocjena za sve navedene kategorije iznosi 3,77, što je nešto niže od rezultata dobivenih u istraživanju GUESSS 2021. za Republiku Hrvatsku. Najviše su ocijenjene tvrdnje: „*Odlučan sam pokrenuti vlastiti posao*

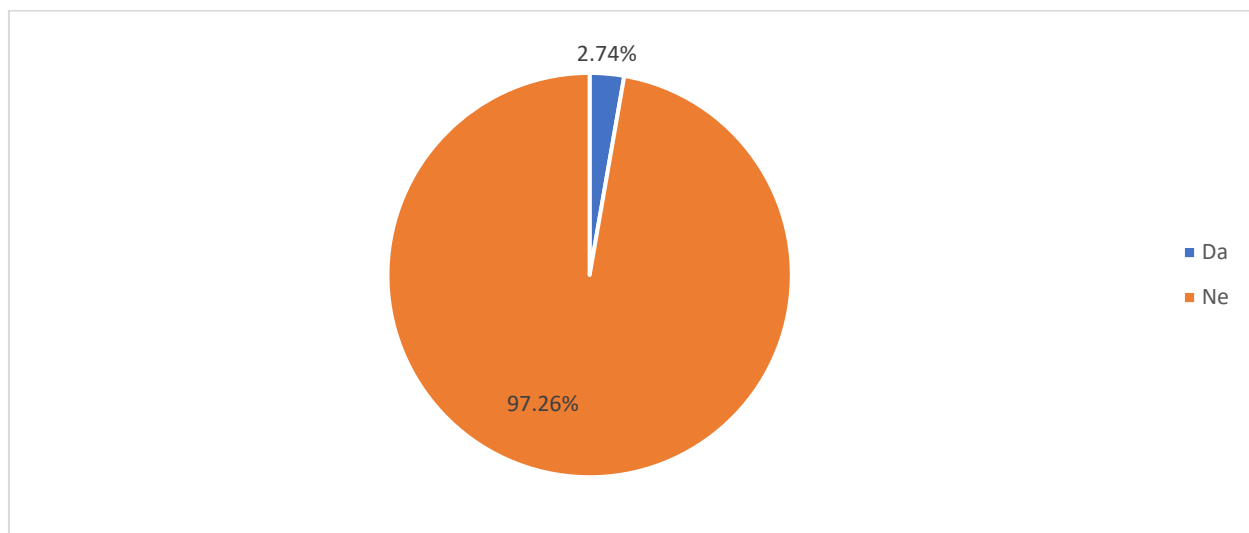
u budućnosti" i *"Imam snažnu namjeru za pokretanje poslovanja jednog dana"* s prosječnom ocjenom od 3,91. S druge strane, tvrdnja *„Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik"* dobila je najnižu prosječnu ocjenu od 3,56.

Grafikon 11. Namjera pokretanja vlastitoga poduzeća



Prema *Grafikonu 11*, ispitana je trenutna namjera studenata za pokretanje vlastitog poduzeća. Većina studenata (86,17 %) izjavila je da trenutno nema namjeru pokretati vlastito poduzeće, dok 13,83 % njih planira samozapošljavanje.

Grafikon 12. Aktivni poduzetnici



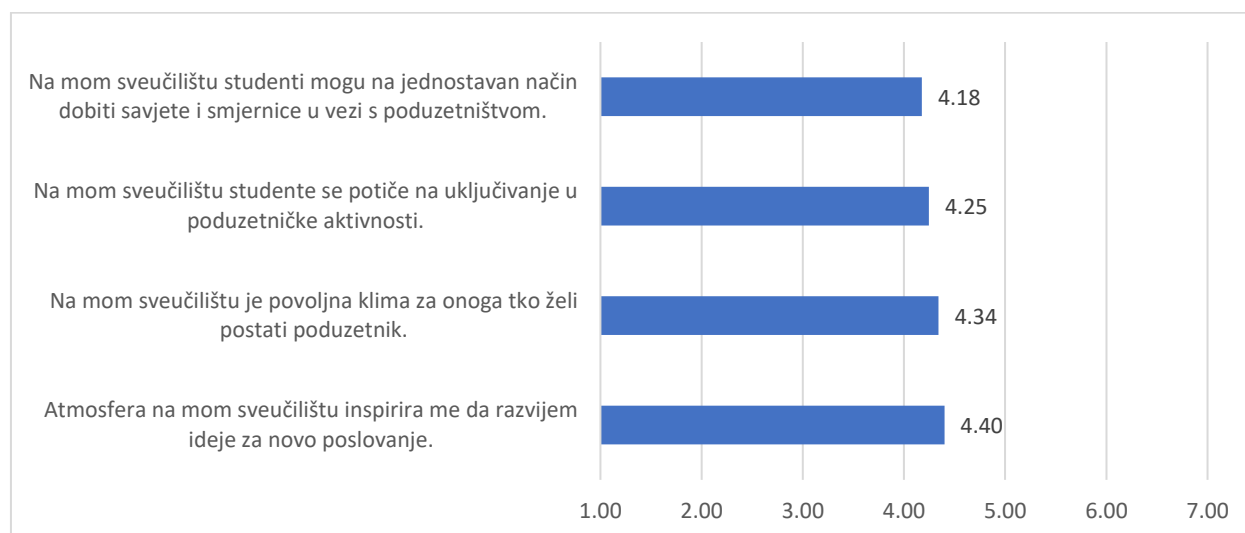
Prema prikazanom *Grafikonu 12*, vidljivo je da velika većina ispitanih sudionika trenutno ne vodi vlastito poduzeće (97,26 %), dok je vrlo mali postotak (2,74 %) samozaposlenih i vodi vlastito poduzeće.

4. Pokretači poduzetničkih namjera

Poduzetničke namjere kontinuirano se razvijaju tijekom života, pri čemu značajnu ulogu igra društveno okruženje u kojem pojedinac živi (König Sedlan, 2012). U tom kontekstu, visokoškolsko obrazovanje može značajno potaknuti poduzetničke sklonosti razvijanjem ključnih kompetencija, pri čemu iskustva stečena kroz formalno i neformalno obrazovanje igraju važnu ulogu u oblikovanju tih vještina. Uvođenje praktične nastave, metoda temeljenih na iskustvu te integracija elemenata neformalnog i informalnog obrazovanja u akademske programe, od velike su važnosti za osnaživanje poduzetničkog duha i vještina (König Sedlan, 2013). Prema tome, pružanje podrške studentima u pronalaženju odgovarajuće karijere nakon završetka visokoškolskog obrazovanja, trebalo bi biti jedan od ključnih zadataka visokoobrazovnih institucija. Ovo nastojanje, također, treba biti usklađeno s naporima lokalnih i regionalnih dionika, kao i integrirano u središnji okvir nacionalne politike (Mijoč, 2019).

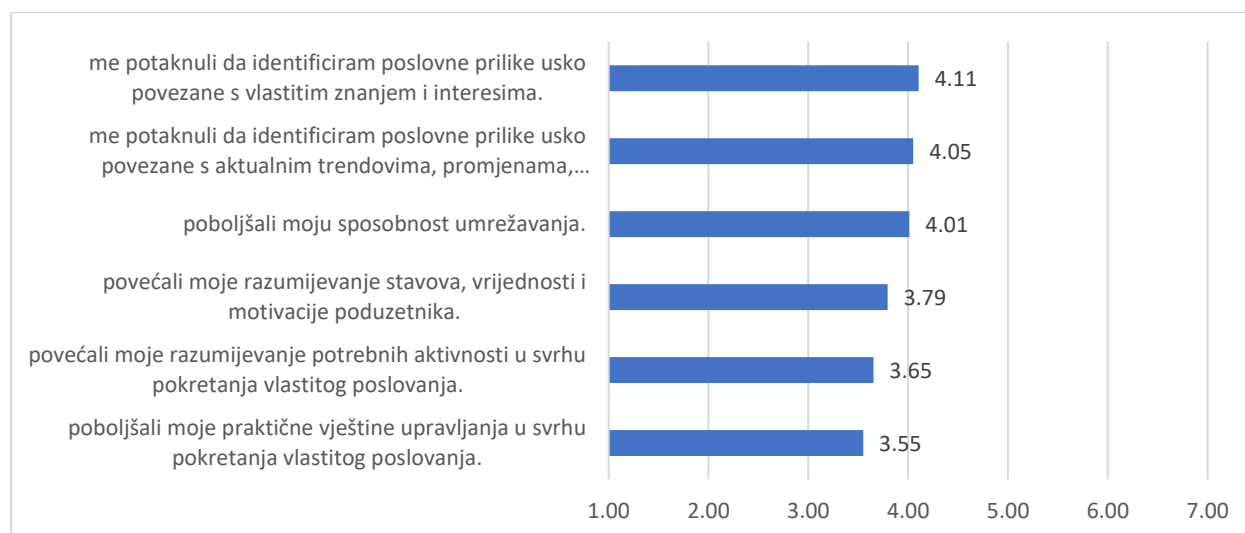
U skladu s time, u ovom segmentu GUESSS ankete stečeno je dodatno razumijevanje čimbenika koji utječu na poduzetničke stavove i namjere studenata. Ispitani studenti su na početku odgovarali na pitanja koja su ih tražila da se izjasne o slaganju s određenim tvrdnjama vezanim za njihovo sveučilište. Također, studenti su ocjenjivali u kojoj mjeri njihovo sveučilište nudi povoljno okruženje za poduzetništvo, koristeći Likertovu ljestvicu od 1 („*uopće ne*“) do 7 („*u potpunosti*“). Ova analiza omogućila je uvid u to koliko sveučilište doprinosi poticanju poduzetništva među studentima. Rezultati su prikazani na grafikonima na sljedećim stranicama.

Grafikon 13. Poduzetničko okruženje na sveučilištu



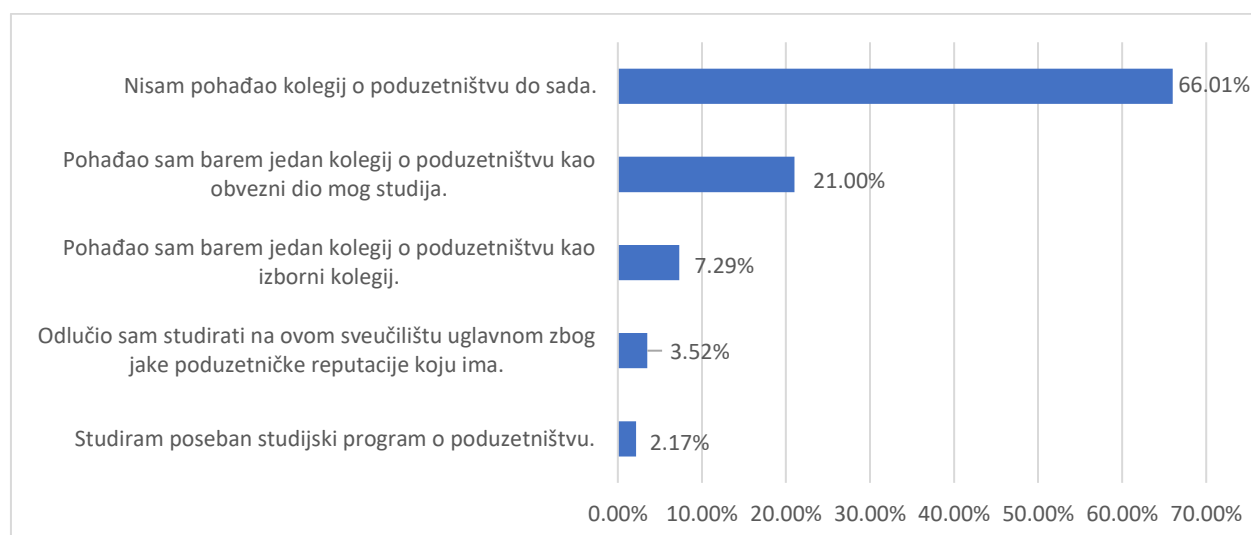
Ispitanici su ocijenili poduzetničko okruženje na svom sveučilištu prosječnom ocjenom od 4,3, što predstavlja blagi rast u odnosu na prošlo izdanje GUESSS-a za Republiku Hrvatsku (4,2), kako je prikazano prema različitim elementima poduzetničkog okruženja na *Grafikonu 13*. U Republici Hrvatskoj, prosječna ocjena poduzetničkog okruženja na sveučilištima je nešto niža u usporedbi s prosjekom zemalja iz globalnog GUESSS uzorka, koji iznosi 4,5.

Grafikon 14. Kompetencije stečene polaganjem kolegija i programa te poduzetništvo



U skladu s tim, *Grafikon 14* s prethodne stranice prikazuje doprinos sveučilišnih kolegija u stjecanju poduzetničkih kompetencija. Prosječna ocjena za učinkovitost poduzetničkih kolegija u pripremi studenata za buduće poduzetničke izazove iznosi 3,86, što je nešto ispod neutralne ocjene na Likertovoj ljestvici (4,00). U usporedbi s prethodnim izdanjem GUESSS-a za Republiku Hrvatsku, gdje su kompetencije stečene kroz kolegije i programe imale prosječnu ocjenu od 4,08, trenutna ocjena pokazuje blagi pad.

Grafikon 15. Poduzetničko obrazovanje i poduzetništvo



Grafikon 15 pokazuje da većina ispitanika (66,01 %) tijekom studija nije pohađala nijedan kolegij o poduzetništvu, što je značajno veći udio u odnosu na prošlo izdanje za Republiku Hrvatsku iz 2021. kada je taj udio iznosio 51,98 %. Globalno GUESSS istraživanje 2023. prikazuje nešto manji postotak predstavljajući udio od 58,8 %.

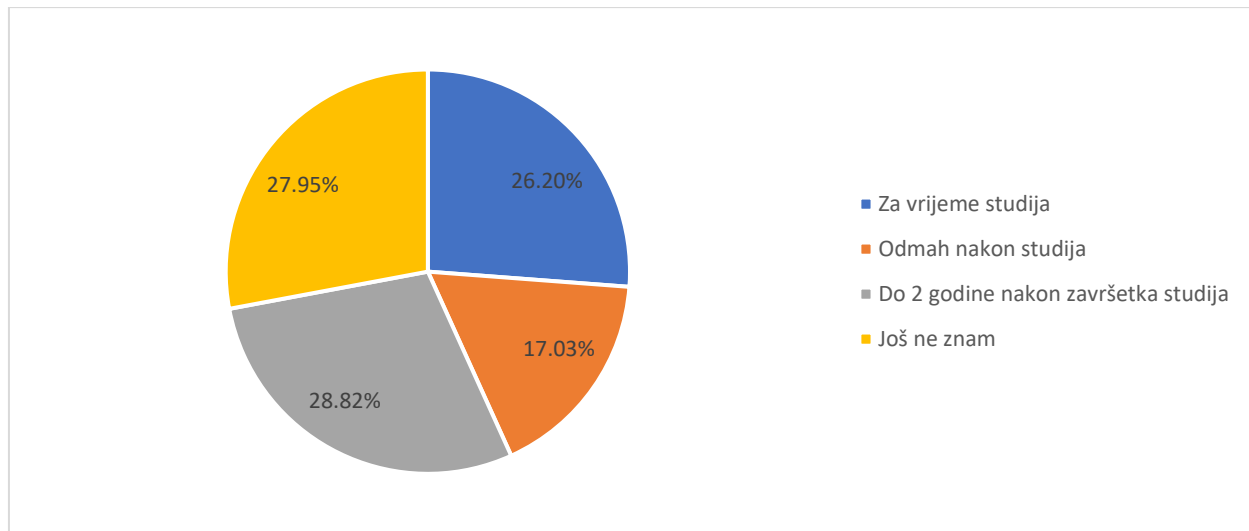
5. Poduzetnici u nastajanju

U ovom dijelu istraživanja cilj je dobiti dublji uvid u karakteristike i aktivnosti poduzetnika u nastajanju. Čimbenici koji utječu na odluke poduzetnika u nastajanju najčešće su okarakterizirani kroz želju za samoostvarenjem, potrebu za stvaranjem novih proizvoda, postizanjem financijskog uspjeha, preuzimanjem uloga te potrebu za stjecanjem priznanja i neovisnosti. U skladu s time, razlozi za pokretanje vlastitog poslovanja uvelike nalikuju motivacijama drugih ljudi prilikom odabira karijere što znači da su motivacije za poduzetništvo manje specifične nego što se ranije mislilo (Carter, 2003). Proces poduzetnika u nastajanju, usporediv je s biološkim stvaranjem, te se prema tome može podijeliti na četiri faze: faza začeca, gestacije, rana faza (djetinjstva) i faza adolescencije, naglašavajući tri prijelaza. Prvi prijelaz tako predstavlja čin kada jedna osoba ili njih više kreću investirati svoje vrijeme i resurse u pokretanje poduzeća. Ako pojedinci samostalno ulažu svoje vrijeme i resurse u osnivanje novog poduzeća koje se smatra samostalnim *start-up*-om, tada se nazivaju poduzetnicima u nastajanju. Međutim, u slučaju da se takav poduzetnički pothvat odvija unutar već postojeće organizacije, nazivaju se intrapoduzetnici. Drugi prijelaz nastaje kada je faza gestacije završena te u tom trenutku novo poduzeće može ili započeti s operativnim radom ili, ako se poduzetnici u nastajanju povuku, poduzeće može doživjeti neuspjeh i propasti. Treći prijelaz predstavlja fazu kada novo poduzeće prelazi iz faze djetinjstva prema fazi adolescencije — trenutak kada se *start-up* stabilizira i postane uspješno uspostavljeno poslovanje (Wagner, 2004).

Iz perspektive GUESSS istraživanja, stvaranje novog poduzeća predstavlja proces, a naglasak je pritom stavljen na prvu fazu pokretanja *start-up*-a. Ova faza obuhvaća odrasle osobe koje zbog raznih motiva (kao što je manjak mogućnosti zaposlenja ili pak prepoznavanje određenih poslovnih prilika) razmišljaju o vlastitom poduzeću. Nakon početne faze pokretanja poduzeća, smatraju se poduzetnicima u nastajanju jer su prošli fazu začeca. Prema tome, u nastavku će biti prikazani ispitani uzorak studenata koji su tijekom istraživanja pokušavali pokrenuti vlastito poduzeće ili postati samozaposleni.

Uzorak istraživanja uključuje 229 studenata koji su, u trenutku provođenja istraživanja, bili aktivno angažirani u pokušaju osnivanja vlastitog poduzeća, a da pritom još nisu bili samozaposleni. Unutar ispitanog uzorka studenata, njih 4,39 % izjasnilo se da su u vrijeme provođenja istraživanja već vodili vlastito poduzeće.

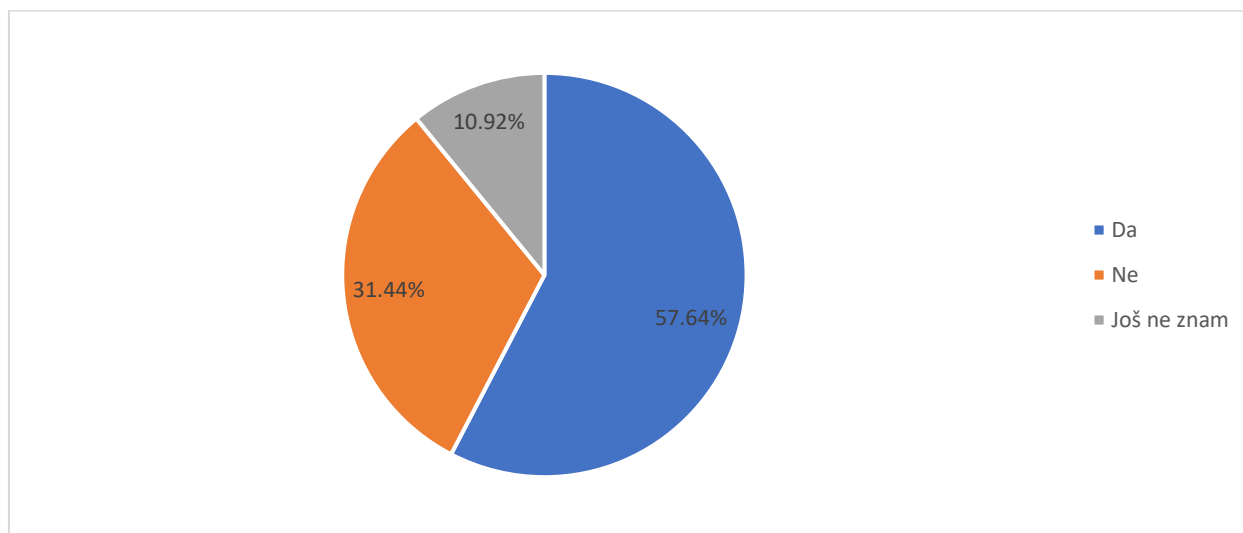
Grafikon 16. Namjera osnivanja vlastitoga poduzeća



Na temelju uzorka od 229 ispitanih studenata, grafikon pruža uvid u njihove namjere vezane uz dovršavanje postupka osnivanja vlastitih poduzeća, odnosno kada planiraju započeti svoje poslovanje. Rezultati prikazani na *Grafikonu 16* pokazuju da su stavovi studenata u vezi s ovim pitanjem prilično ravnomjerno raspoređeni među tri kategorije. Najveći udio studenata, njih 28,82 %, planira pokrenuti vlastito poduzeće u roku od dvije godine nakon završetka studija. To ukazuje na to da je znatnom dijelu njih potrebno još malo vremena za stjecanje dodatnih znanja, iskustava ili resursa prije nego što krenu u realizaciju svojih ideja. Sljedeća grupa, koja čini 27,95 % ispitanika, još uvijek nije donijela konačnu odluku o tome kada će zapravo pokrenuti svoje poduzeće. Ova nesigurnost može biti posljedica različitih faktora, uključujući neizvjesnosti u vezi s tržištem, osobnim ambicijama, kao i vanjskim utjecajima kao što su ekonomski uvjeti ili očekivana podrška. Treća po veličini grupa, s udjelom od 26,20 %, namjerava pokrenuti poduzeće već tijekom studija. Ova skupina pokazuje značajnu proaktivnost i odlučnost, što može biti

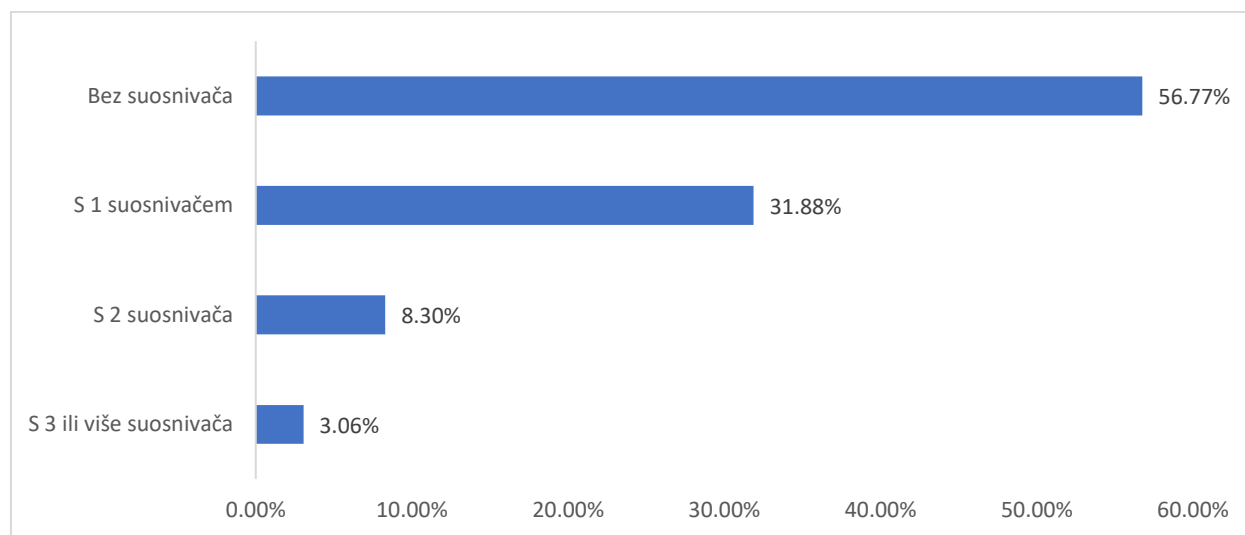
povezano s njihovom željom da iskoriste studentske resurse, mreže i podršku koja im je trenutno dostupna na sveučilištu. Najmanji udio ispitanika, u odnosu na druge kategorije, izjasnio se da namjerava pokrenuti poduzeće odmah po završetku studija (17,03 %).

Grafikon 17. Namjera zadržavanja pokrenutog poduzeća



Na pitanje o namjeri zadržavanja pokrenutog poduzeća nakon završetka studija, većina ispitanika, točnije 57,64 %, izrazila je želju da nastavi raditi isti posao i nakon završetka visokoškolskog obrazovanja, kako je prikazano na *Grafikonu 17*. S druge strane, 31,44 % ispitanika izrazilo je želju za promjenom karijernog smjera nakon završetka studija. Ova grupa studenata vjerojatno vidi svoje trenutno poduzeće kao privremeni korak ili priliku za stjecanje iskustva, ali ne nužno kao dugoročni cilj. Najmanji dio ispitanika, njih 10,92 %, još uvijek nije donio konačnu odluku o tome hoće li ostati u istom poslu po završetku obrazovanja.

Grafikon 18. Broj suosnivača prilikom pokretanja poduzeća

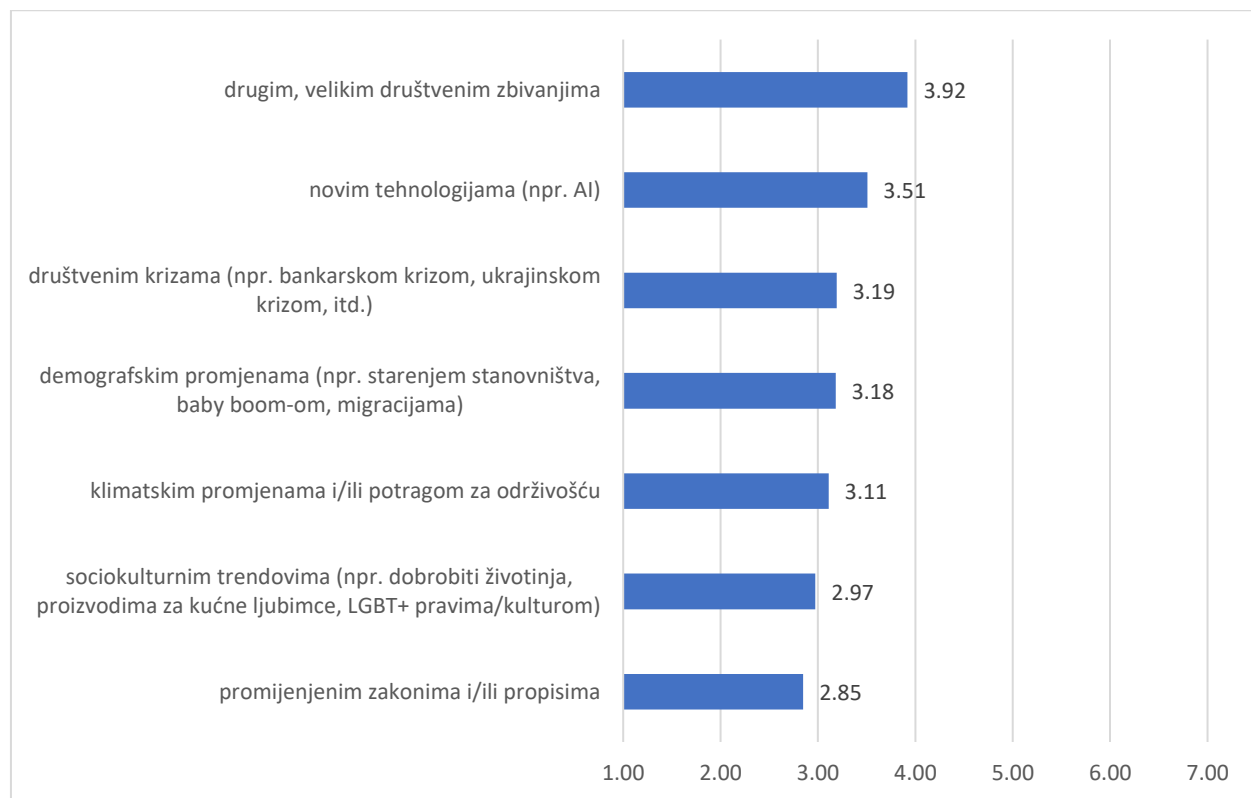


Prema podacima prikazanim na *Grafikonu 18*, većina poduzetnika u nastajanju u Republici Hrvatskoj preferira pokrenuti vlastito poduzeće samostalno. Konkretno, 56,77 % ispitanih studenata odlučilo je ući u poduzetništvo bez partnera, dok je 43,24 % njih odlučilo osnovati poduzeće zajedno s jednim ili više suosnivača. Ovaj udio je niži od globalnog prosjeka, koji iznosi 51,1 %. Prikazani podatci sugeriraju da su hrvatski poduzetnici u nastajanju skloniji preuzeti potpunu odgovornost na sebe, u većoj mjeri nego što je to slučaj među njihovim kolegama iz drugih dijelova svijeta.

Osim toga, poduzetnici u nastajanju tijekom svog procesa pokretanja vlastitog poduzeća pretežito smatraju da će im vlasnički udio biti više od 51 %, odnosno da će biti većinski vlasnici poduzeća (80,09 %). Taj udio na globalnoj razini čini 64,4 %. Također, zanimljiva je činjenica da studenti u Republici Hrvatskoj planiraju svoje poduzeće smjestiti u isti grad gdje im se nalazi i studij (59,29 %), gotovo isto kao i kod globalnog uzorka studenata (58,5 %). Sama ideja pokretanja vlastitog poduzeća potječe iz određenih razloga, koji su predloženi *Grafikonom 19* na sljedećoj stranici.

Studenti su trebali na Likertovoj skali odrediti s kojom od navedenih tvrdnji se uopće ne slažu (1) do one s kojom s u potpunosti slažu (7).

Grafikon 19. Poticaji nastanka ideje o pokretanju planiranoga poduzeća

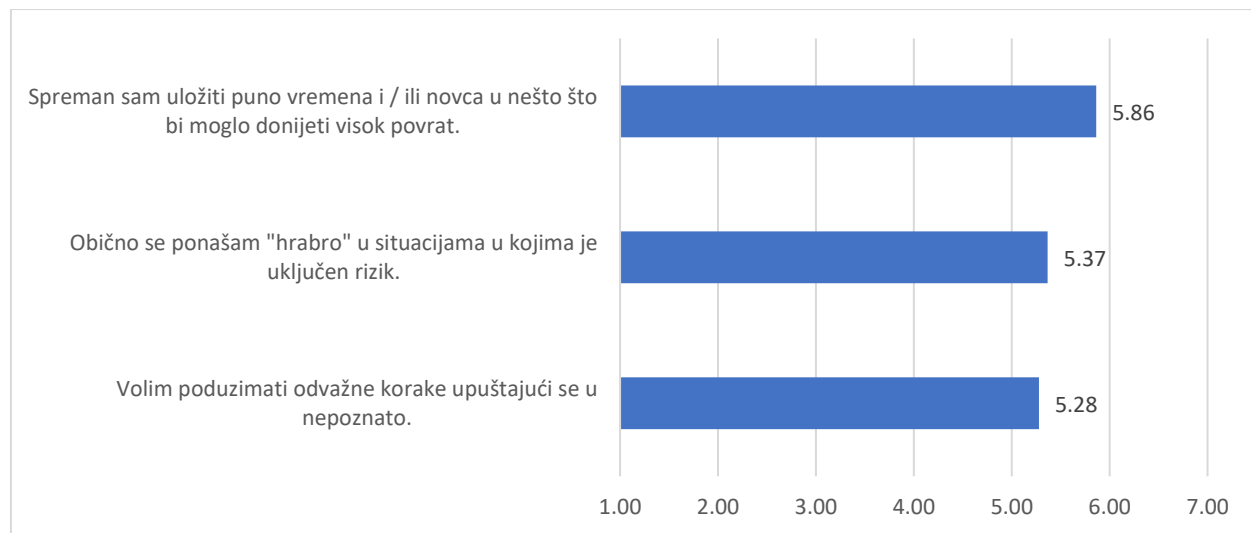


Prema tome, ispitanici su najviše prosječnim ocjenama ocijenili tvrdnju da je ideja vlastitog poduzeća pokrenuta „drugim, velikim društvenim zbivanjima” (3,92) te „novim tehnologijama” (3,51), dok se najmanji udio studenata složio s tvrdnjom da je sama ideja pokrenuta kao posljedica „promijenjenih zakona” (2,85).

Poduzetnička karijera općenito predstavlja cjeloživotni razvoj koji zahtijeva neprestano prilagođavanje promjenjivom i nepredvidivom okruženju (Van Esbroeck i sur., 2005). Prema tome, predispozicijski faktor koji oblikuje tzv. "poduzetničku sklonost" predstavlja kompleksnu kombinaciju osobina koje izdvajaju potencijalne poduzetnike od onih koji tu sklonost nemaju. Ovaj faktor sastoji se od tri ključna elementa: povjerenja u vlastite sposobnosti, spremnosti na preuzimanje rizika te snažnog usmjerenja prema postignuću (Miljković-Krečar, 2010). U skladu s

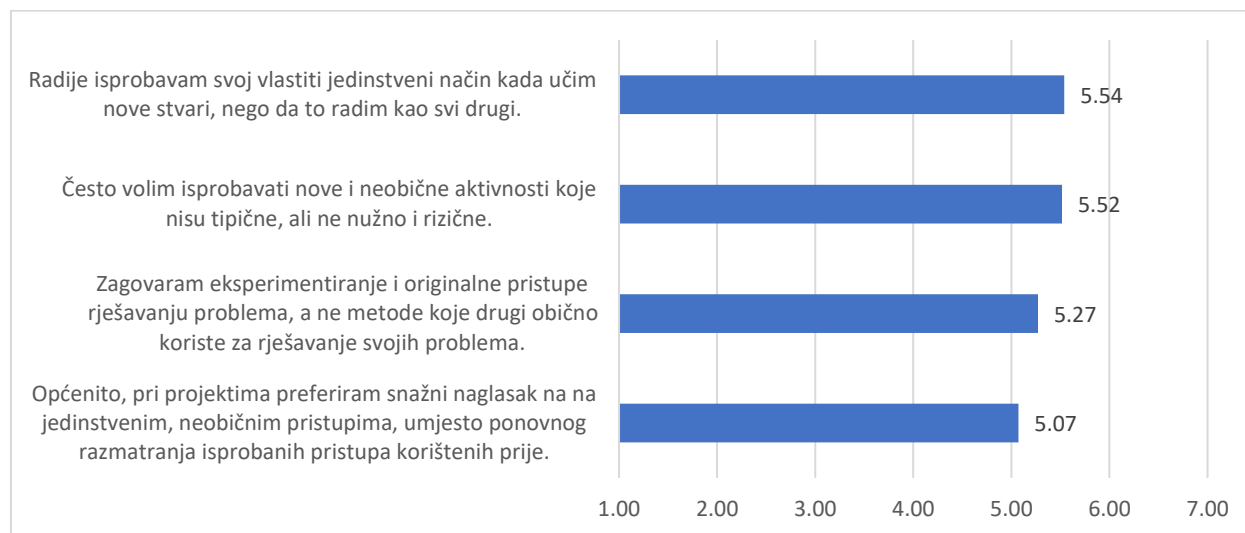
time, ispitani studenti će u naredna tri grafikona izraziti slaganje u odnosu na njihove individualne poduzetničke orijentacije koje uključuju, preuzimanje rizika, inovativnost i proaktivnost. Na narednim grafikonima korištena je Likertova ljestvica s prikazanim ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 20. Individualna poduzetnička orijentacija – preuzimanje rizika



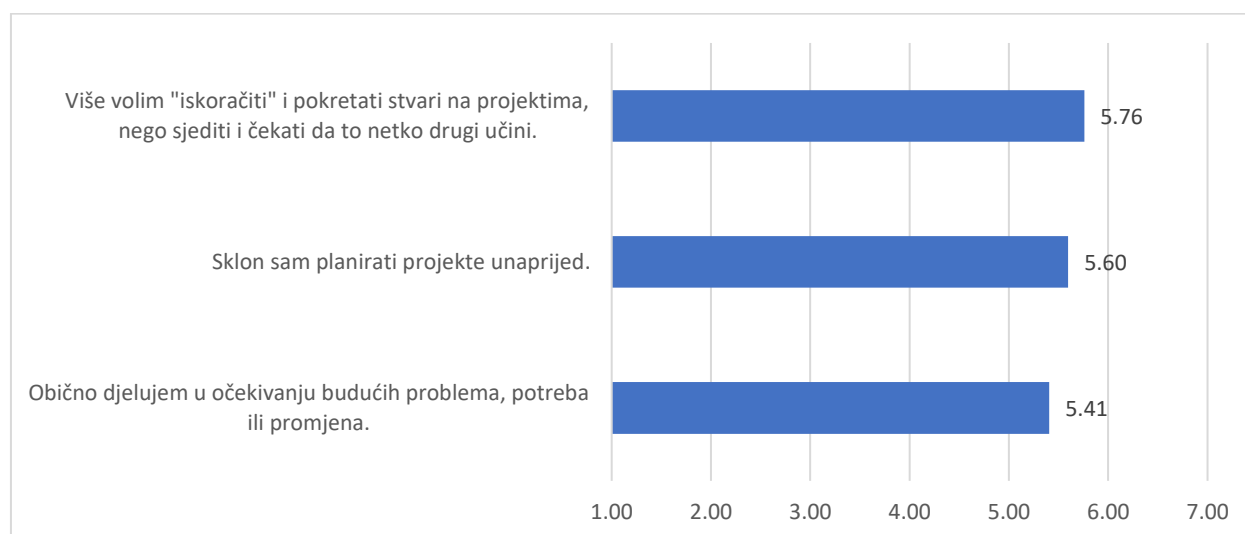
U *Grafikonu 20* prikazana je sklonost ispitanih studenata za preuzimanjem rizika. Studenti su prema tome, najvišom prosječnom ocjenom ocijenili tvrdnju „*spreman sam uložiti puno vremena i/ ili novca u nešto što bi moglo donijeti visok povrat*“ (5, 86), dok je najmanju prosječnu ocjenu dobila tvrdnja „*volim poduzimati odvažne korake upuštajući se u nepoznato*“ (5,28). Ukupna prosječna ocjena za sve navedene je 5,5 predstavljajući nešto niži prosjek u odnosu na prošlo zadnje GUESSS-a za Republiku Hrvatsku.

Grafikon 21. Individualna poduzetnička orijentacija – inovativnost



Istražujući poduzetničko ponašanje iz perspektive inovativnosti, *Grafikon 21* prikazuje kako se najvišom prosječnom ocjenom označila tvrdnja „*radije isprobavam svoj vlastiti jedinstveni način kada učim nove stvari, nego da to radim kao svi drugi*” (5,54). S druge strane, najmanju prosječnu ocjenu dobila je tvrdnja „*općenito pri projektima preferiram snažni naglasak na jedinstvenim, neobičnim pristupima, umjesto ponovnog razmatranja isprobanih pristupa korištenih prije*” (5,07). Prosječna ocjena svih navedenih tvrdnji iznosila je 5,35.

Grafikon 22. Individualna poduzetnička orijentacija – proaktivnost

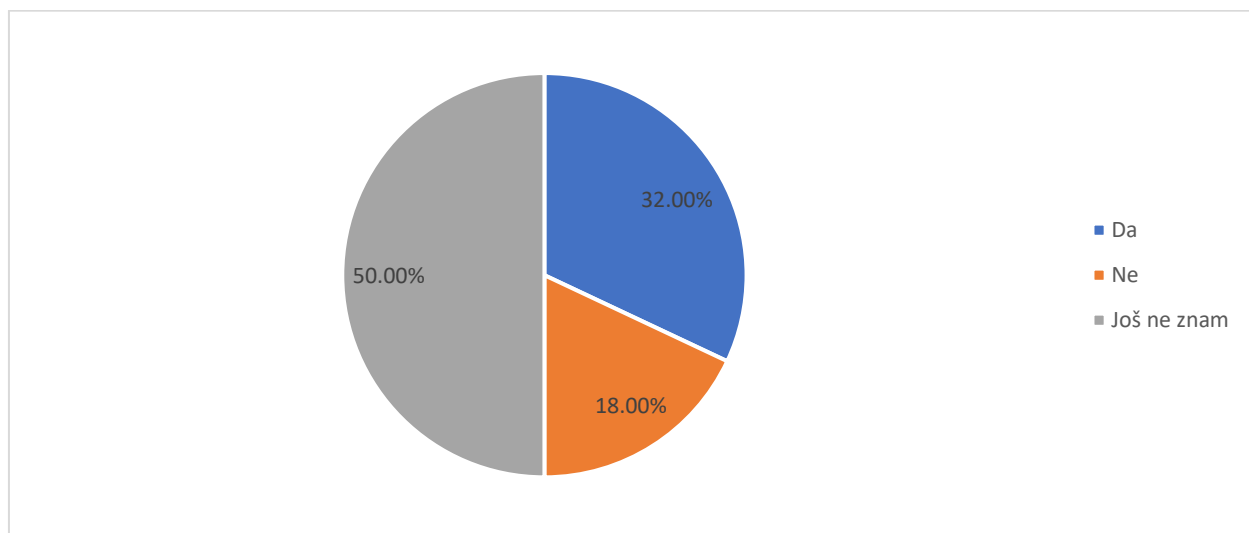


U *Grafikonu 22* s prethodne stranice prikazano je slaganje ispitanih studenata s tvrdnjama vezanim uz proaktivnost pri čemu je prosječna ocjena svih navedenih tvrdnji iznosila visokih 5,59. Najvišom prosječnom ocjenom ocijenjena je stavka „*više volim iskoračiti i pokretati stvari na projektima, nego sjediti i čekati da t netko drugi učini*” (5,76). S druge strane, najmanje slaganje s predloženim tvrdnjama studenti su izrazili kod „*obično djelujem u očekivanju budućih problema, potreba ili promjena*” (5,41).

6. Aktivni poduzetnici

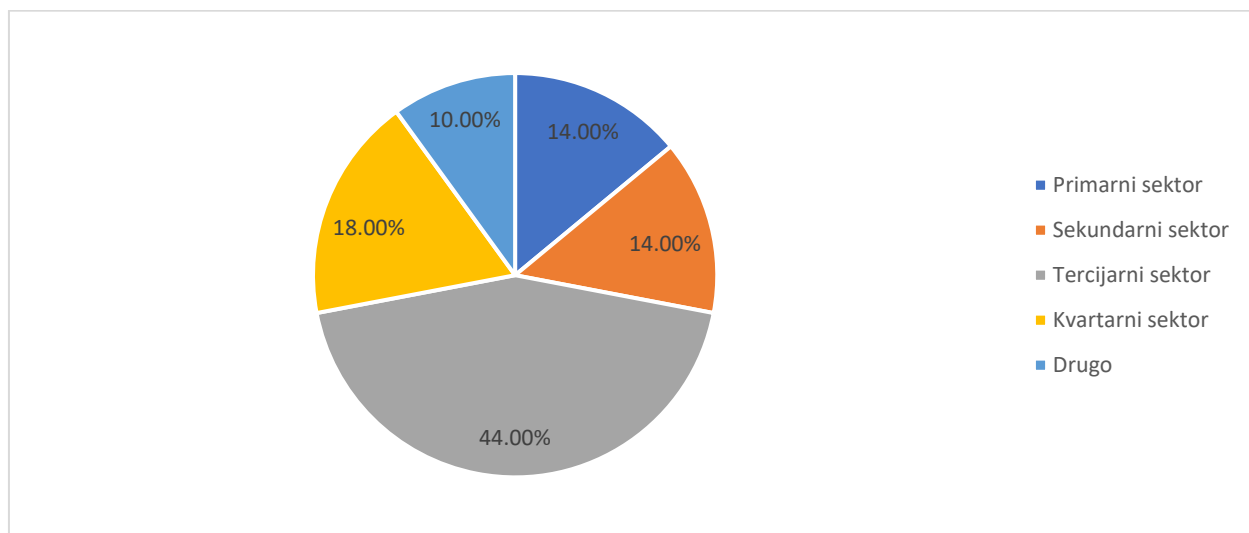
Poduzetnici u nastajanju koji uspješno prođu kroz sve faze procesa prelaze u kategoriju aktivnih poduzetnika. Većina ispitanih studenata nije imala vlastito poduzeće prije provođenja istraživanja (84 %), dok je njih 16 % navelo da su u vrijeme provođenja istraživanja već bili aktivni poduzetnici. Prema tome, najveći broj poduzeća zabilježen je u 2018. i 2022. godini, s udjelom od 11,11 % u ukupnom broju, dok je 2023. godina označila vrhunac s 17,78 %. Ovi rezultati odražavaju dosljedan trend, budući da je prema globalnim podacima 30 % novih poduzeća osnovano upravo u 2023. godini. Što se tiče povezanosti između lokacije studija i mjesta osnivanja novog poduzeća, većina studenata (60 %) navela je da njihovo poduzeće nije smješteno u istom gradu kao i njihov studij. Nasuprot tome, 40 % studenata pokrenulo je svoje poduzeće u istom mjestu gdje studiraju. U usporedbi s globalnim podacima, gdje je 54,3 % studenata osnovalo vlastito poduzeće u istom gradu kao i studij, domaći rezultati pokazuju malo drugačiji obrazac. Ispitani poduzetnici uglavnom su imali jednog zaposlenika (47,73 %), dok je njih 15,91 % izjavilo da nemaju nijednog zaposlenog radnika. Većina aktivnih poduzetnika (80 %) izjavila je da posjeduje većinski vlasnički udio u svom poduzeću (51-100 %). Manji dio ispitanika (14 %) naveo je da ima manjinski udio (0-49 %), dok je preostalih 6 % izjavilo kako je njihov vlasnički udio točno 50 %. Financiranje novih poduzeća rizičnim kapitalom kod ispitanih poduzetnika primilo je samo njih 8 %, u usporedbi s 14,8 % na globalnoj razini.

Grafikon 23. Poslovanje vlastitog poduzeća kao osnovno zanimanje nakon završetka studija



Grafikon 23 prikazuje namjeru zadržavanja vlastitog poduzeća kao osnovno zanimanje po završetku studija. Prema navedenim podacima, 50 % ispitanika još uvijek nije sigurno vidi li vlastito poduzeće kao osnovno zanimanje nakon završetka studijskog programa, za razliku od njih 32 % koji na to računaju. Najmanji udio ispitanika (18 %) izjasnio se da ne vide poduzeće kao svoje glavno zanimanje, što predstavlja promjenu u odnosu na izvješće iz 2021. godine, kada je većina ispitanika izjavila da ne žele da im trenutno poslovanje vlastitog poduzeća postane primarno zanimanje nakon završetka visokoškolskog obrazovanja.

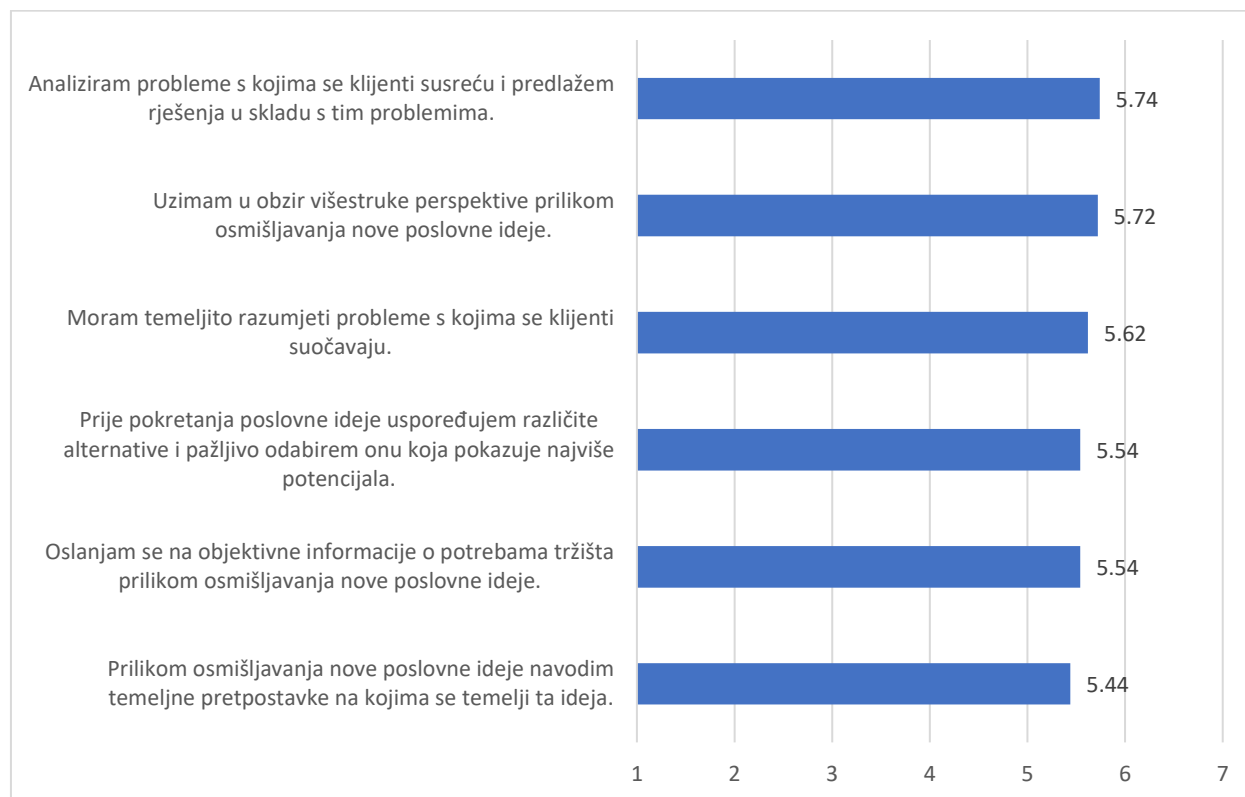
Grafikon 24. Sektor u koje je uglavnom uključeno poslovanje poduzeća



Većina aktivnih poduzetnika je u trenutku istraživanja obavljala djelatnost u tercijarnom sektoru pružanjem usluga (44 %), a zatim u kvartarnom sektoru (18 %) obavljajući intelektualne aktivnosti, kako je prikazano na *Grafikonu 24*. Sekundarni sektor s proizvodnjom robe i primarni kroz djelatnosti iskorištavanja resursa činile su 14 %, dok njih 10 % nije bio siguran kojem sektoru poslovanje pripada.

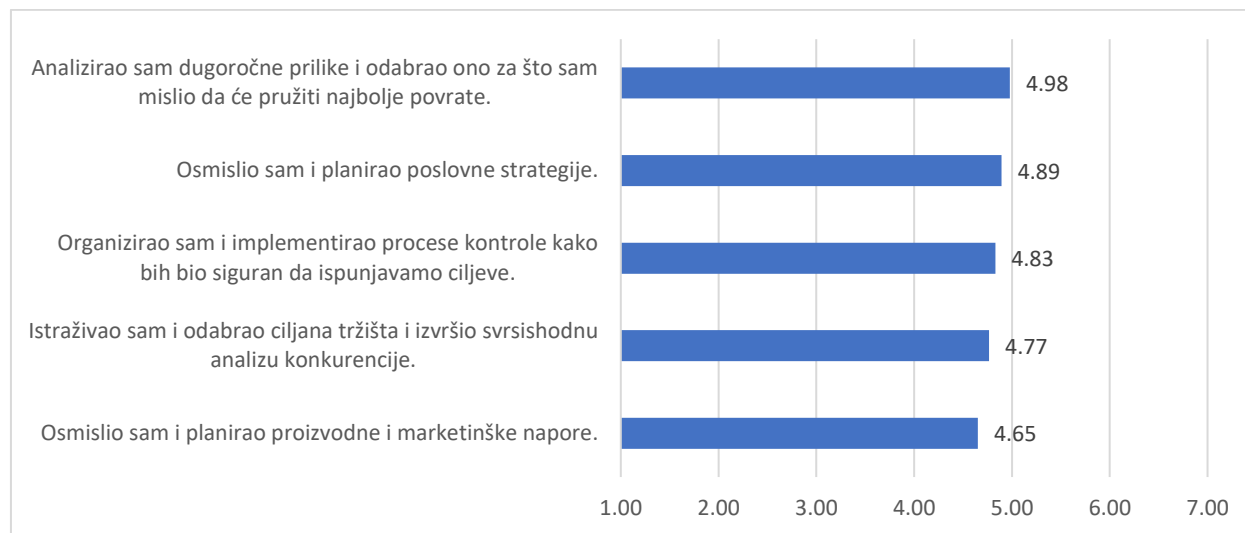
Prilikom osmišljavanja poslovne ideje, poduzetnici se vode određenim pristupima, stoga će se u sljedećih par grafikona analizirati njihovi stavovi prilikom tog procesa. Aktivni poduzetnici su trebali procijeniti u kojoj se mjeri slažu s tvrdnjama vezanim za poslovnu ideju. Njihovi odgovori prikazani su na *Grafikonima 25, 26 i 27* na sljedećim stranicama, pri čemu je korištena Likertova ljestvica s ocjenama od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 25. Pristup osmišljavanju poslovne ideje



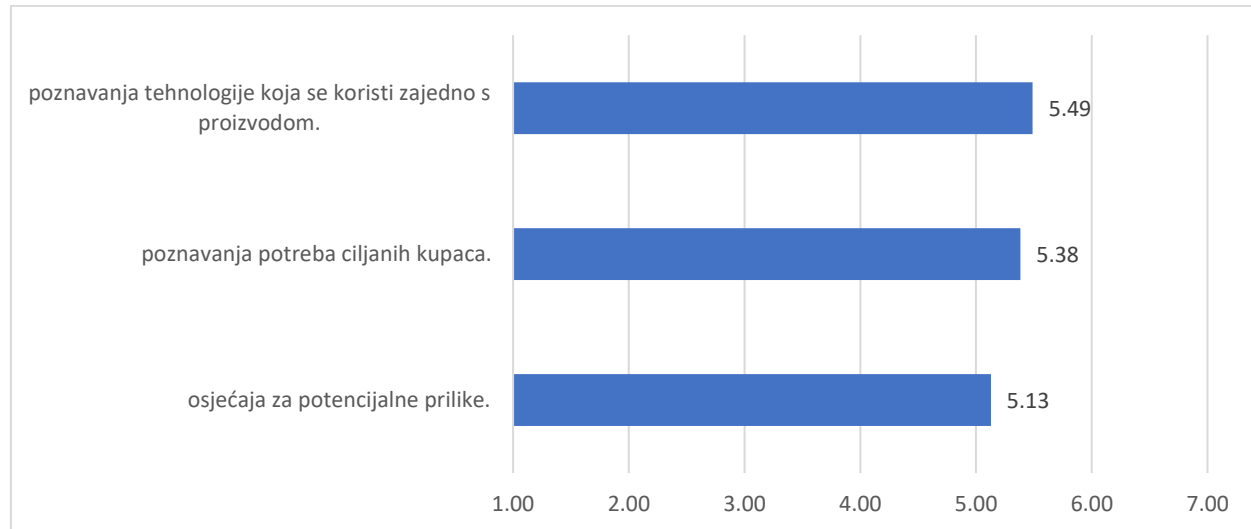
Na *Grafikonu 25* je prikazano slaganje ispitanih studenata s tvrdnjama koje se odnose na proaktivnost prilikom osmišljavanja nove poslovne ideje te je prosječna ocjena za sve kategorije iznosila visokih 5,6. Od predloženih pojedinačnih tvrdnji, ispitani uzorak studenata je najvećom prosječnom ocjenom ocijenio „*analiziram probleme s kojima se klijenti susreću i predlažem rješenja u skladu s tim problemima*“ (5,74), dok je najnižu prosječnu ocjenu dobila tvrdnja „*prilikom osmišljavanja nove ideje navodim temeljne pretpostavke na kojima se temelji ideja*“ (5,44).

Grafikon 26. Pristup strateškom planiranju poslovnih ideja



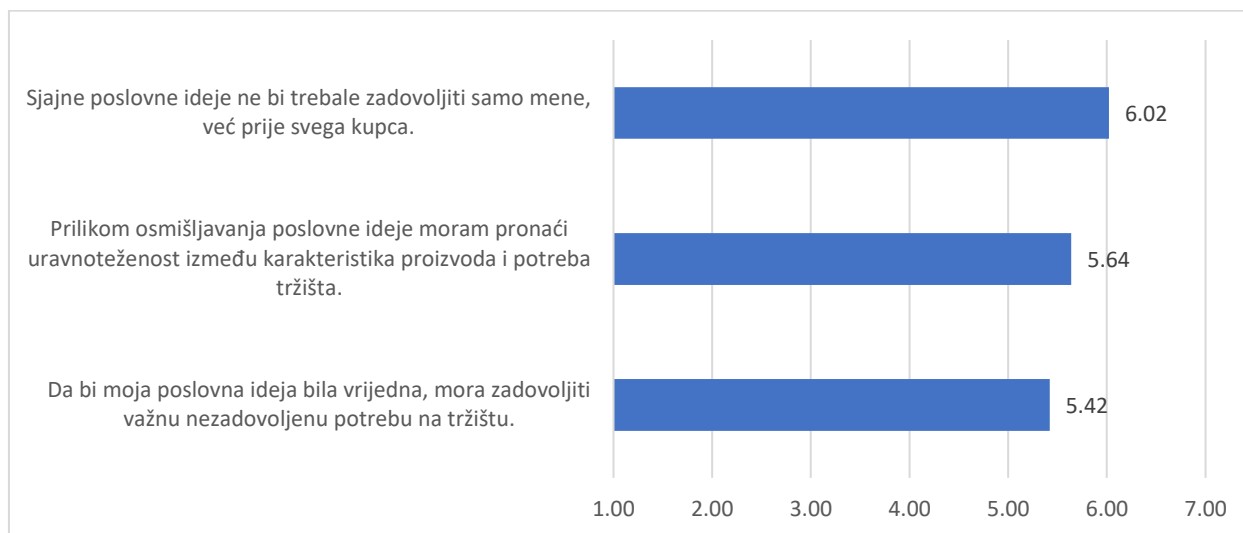
Grafikon 26 prikazuje pristup ispitanika strateškom planiranju svojih poslovnih ideja. Kako bi se steklo dublje razumijevanje procesa razvoja ovih ideja, ispitanici su zamoljeni da ocijene načine na koje su planirali svoje proizvode. Najvišu prosječnu ocjenu dobile su tvrdnje „*analizirao sam dugoročne prilike i odabrao ono za što sam mislio da će pružiti najbolje povrate*“ (4,98) te „*osmislio sam i planirao poslovne strategije*“ (4,89). Najnižu prosječnu ocjenu dobila je tvrdnja „*osmislio sam i planirao proizvodne i marketinške napore*“ (4,65). Ukupna prosječna ocjena iznosila je 4,82, što predstavlja nešto višu vrijednost od neutralne ocjene (4,00).

Grafikon 27. Samoprocjena određenih poslovnih znanja



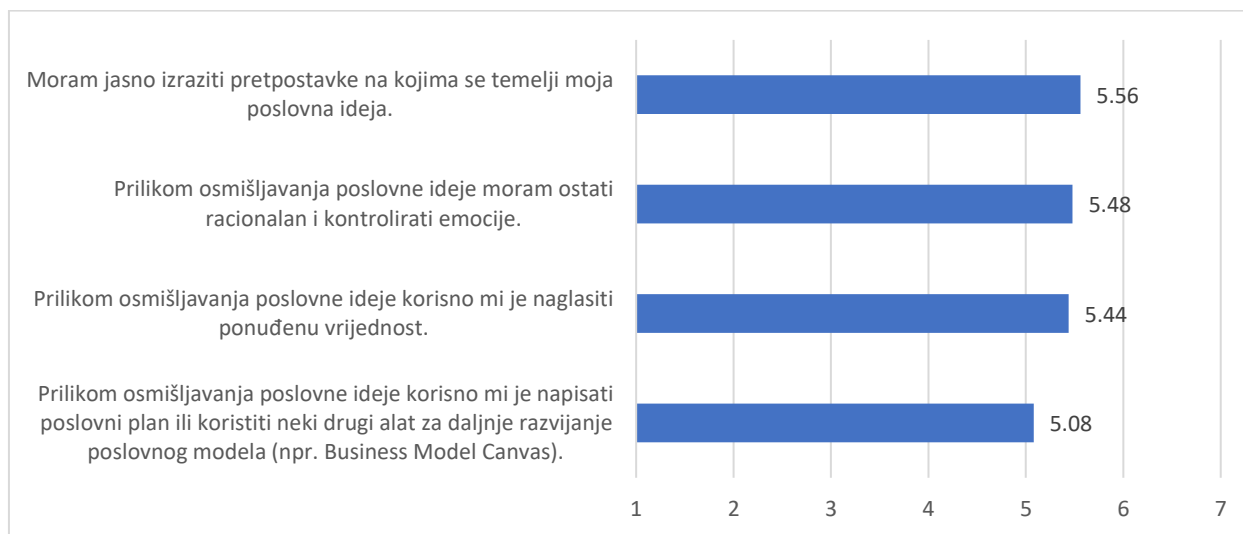
Osim toga, subjektivna procjena ispitanika u pogledu poznavanja tehnologija, razumijevanja potreba ciljanih kupaca te sposobnosti prepoznavanja potencijalnih prilika, ocijenjena je s ukupnom prosječnom ocjenom od 5,33, kako je navedeno na *Grafikonu 27*. Kategorija koja se odnosi na vlastitu procjenu poznavanja tehnologije korištene u vezi s proizvodom dobila je najvišu prosječnu ocjenu od 5,49. Nešto niže ocjene dobile su samoprocjene poznavanja potreba ciljanih kupaca (5,38) te osjećaja za prepoznavanje potencijalnih prilika (5,13).

Grafikon 28. Procjena poslovnih ideja



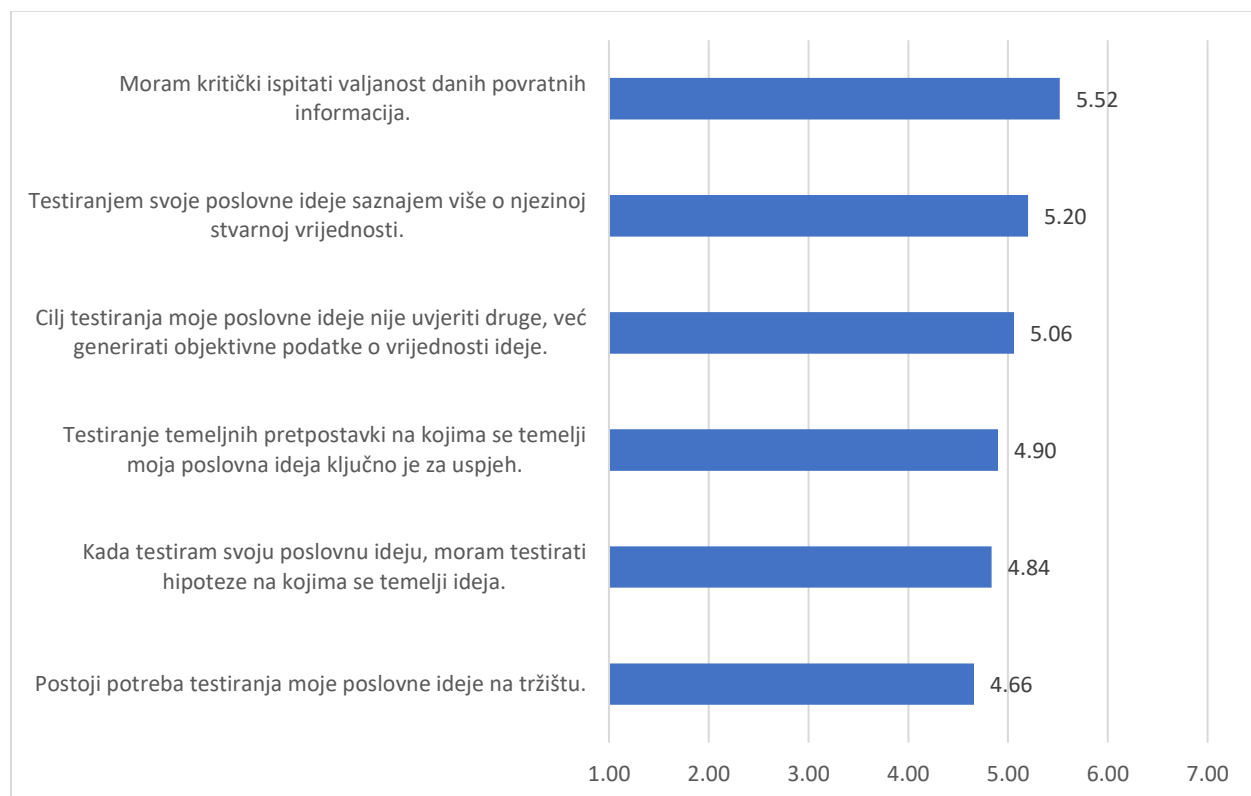
Grafikon 28 prikazuje slaganje ispitanih studenata s tvrdnjama koje se odnose na zadovoljstvo poslovne ideje na tržištu te je prosječna ocjena za navedene elemente iznosila visokih 5,69. Najvećom prosječnom ocjenom od predloženih elemenata ocijenjena je tvrdnja „*sjajne poslovne ideje ne bi trebale zadovoljiti samo mene, već prije svega kupca*” (6,02).

Grafikon 29. Definiranje strategije za razvoj poduzetničke ideje



U *Grafikonu 29* s prethodne stranice prikazano je slaganje studenata s tvrdnjama koje uključuju definiranje strategije za razvoj poduzetničke ideje te je prosječna ocjena za prikazane elemente iznosila visokih 5,39. Ispitani uzorak studenata je najvećom prosječnom ocjenom ocijenio „*moram jasno izraziti pretpostavke na kojima se temelji moja poslovna ideja*“ (5,56), dok je najmanjom prosječnom ocjenom ocijenjena tvrdnja „*prilikom osmišljavanja poslovne ideje korisno mi je napisati poslovni plan ili koristiti neki drugi alat za daljnje razvijanje poslovnog modela (npr. Business Model Canvas)*“ (5,08).

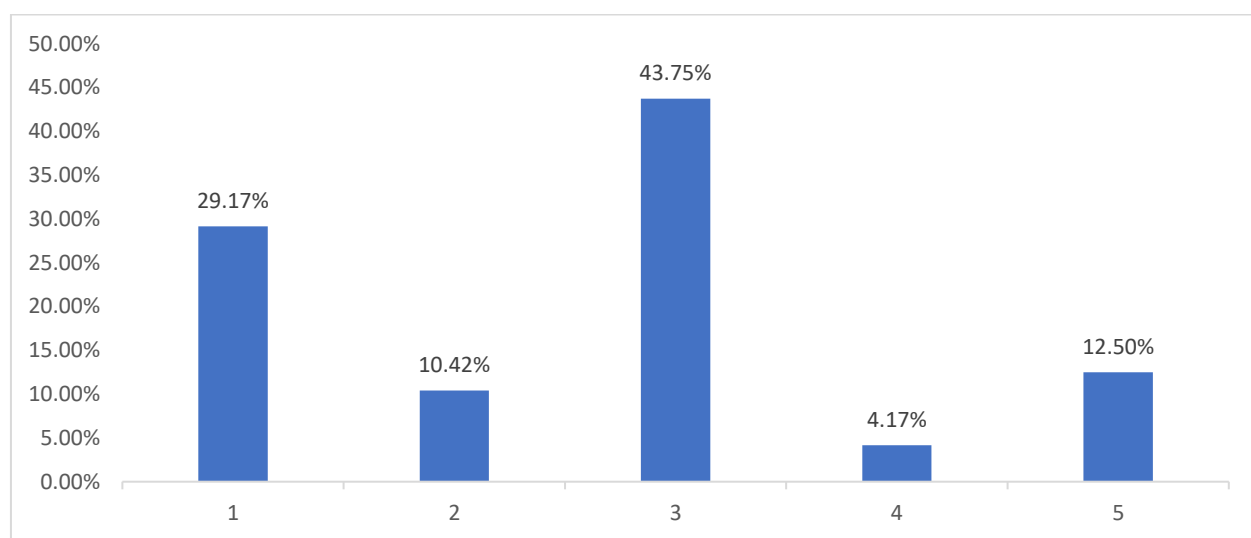
Grafikon 30. Procjena vrijednosti poslovnih ideja



Također, procjene studenata o vrijednosti njihovih poslovnih ideja, otkrivaju različite aspekte samoprocjene i kritičkog promišljanja, prepoznate na *Grafikonu 30*. Među ocijenjenim tvrdnjama, najvišu prosječnu ocjenu od 5,52 dobila je tvrdnja koja naglašava „*potrebu za kritičkim ispitivanjem valjanosti danih povratnih informacija*.“ Ova visoka ocjena ukazuje na svijest studenata o važnosti objektivnog vrednovanja povratnih informacija tijekom samog procesa

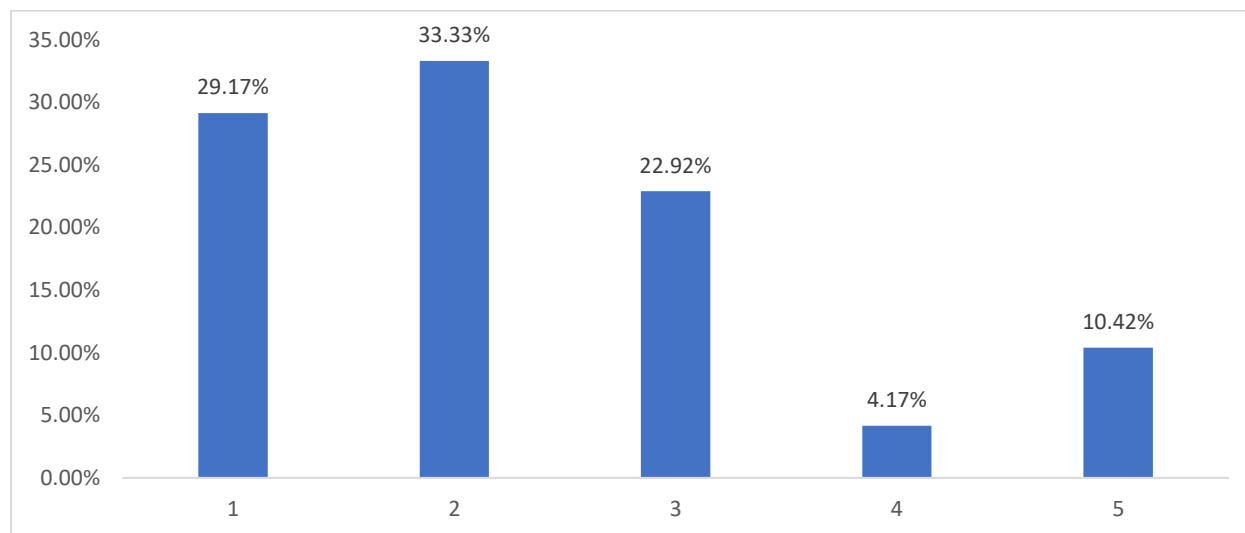
razvoja poslovne ideje. Nešto niže, ali i dalje visoko ocijenjena tvrdnja „*testiranjem svoje poslovne ideje saznajem više o njezinoj stvarnoj vrijednosti*“ s prosjekom od 5,20, sugerira da studenti prepoznaju značaj praktičnog testiranja ideja kako bi bolje razumjeli njen potencijal. S druge strane, najnižu prosječnu ocjenu dobila je tvrdnja „*postoji potreba testiranja moje poslovne ideje na tržištu*“, što može upućivati na nesigurnost ili manjak iskustva među studentima kada je riječ o izlaganju njihovih ideja stvarnim tržišnim uvjetima.

Grafikon 31. Tendencija promjene ideje



Na prikazanom *Grafikonu 31* istražena je tendencija promjene ideje u odnosu na onu prilikom pokretanja vlastitog poslovanja. Ispitanicima je postavljeno pitanje na koje su trebali odgovoriti ocjenom na ljestvici od 1 do 5, pri čemu 1 označava da se njihova ideja promijenila vrlo malo, a 5 da se značajno promijenila. Većina ispitanih studenata ocijenila je promjenu svoje ideje s ocjenom 3, što ukazuje na to da je ideja prošla kroz manju promjenu u odnosu na početnu zamisao prilikom pokretanja poslovanja.

Grafikon 32. Promjena poslovne ideje tijekom poslovanja



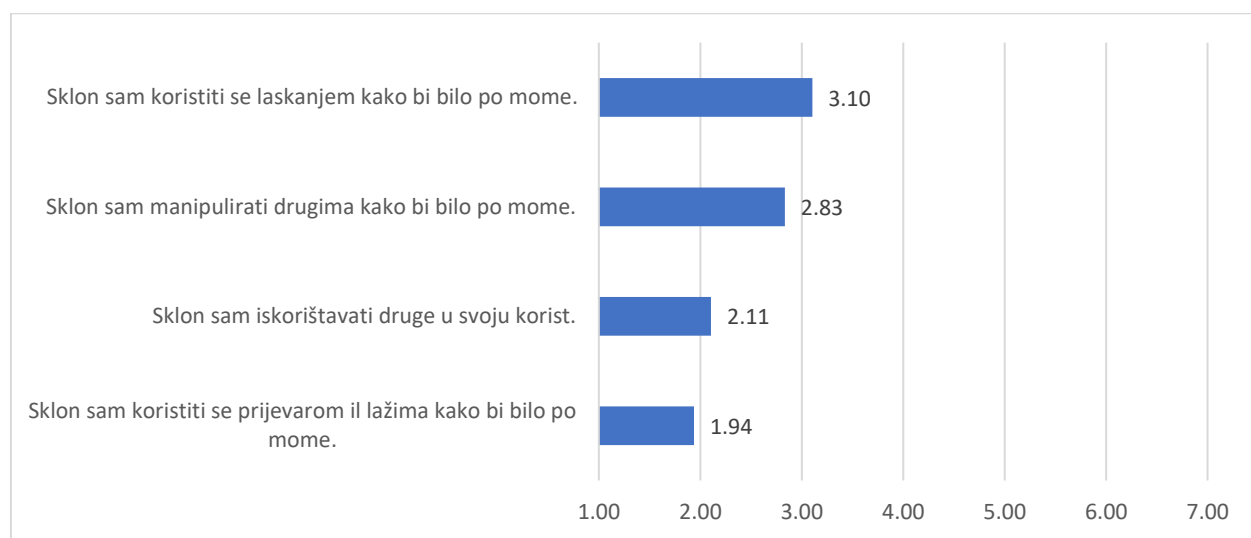
Na pitanje o promjeni ideji tijekom poslovanja, ispitani studenti su trebali odgovoriti vodeći se zadanim smjernicama gdje 1 predstavlja da ideja nije niti jednom promijenjena, dok 5 predstavlja da je promijenjena više puta. Većina ispitanih studenata je odgovorila je su ideju promijenili samo jednom (33,33 %), dok se njih 29,17 % izjasnilo da ideju nisu mijenjali niti jednom, kako je navedeno na *Grafikonu 32*.

Ovo istraživanje također obuhvaća ispitivanje dodatnih crta ličnosti, objedinjenih u koncept poznat kao „*mračna trijada*“. Ovaj pojam odnosi se na prisutnost triju specifičnih obilježja: makijavelizma, narcizma i psihopatije. Makijavelizam, kao dio ovog trija, temelji se na učenjima Machiavellija, koji je u svom djelu „*Il Principe*“ opisao okrutne i nemoralne strategije zadržavanja vlasti, poput eliminiranja političkih protivnika. Osobe s izraženim makijavelističkim crtama ličnosti uglavnom su usmjerene na vlastite interese, pri čemu se koriste manipulacijom, obmanom i iskorištavanjem drugih (Brcković, 2018). Narcizam se odnosi na osjećaj vlastite važnosti, grandioznost, dominaciju i superiornost u odnosu na druge pri čemu su takvi ljudi često percipirani kao društveno odbojni. S druge strane, među tri obilježja, psihopatija se smatra

najzlobnijom; karakterizira je visoka impulzivnost, sklonost traženju uzbuđenja te izrazito niska razina empatije (Furnham, Richards i Paulhus, 2013).

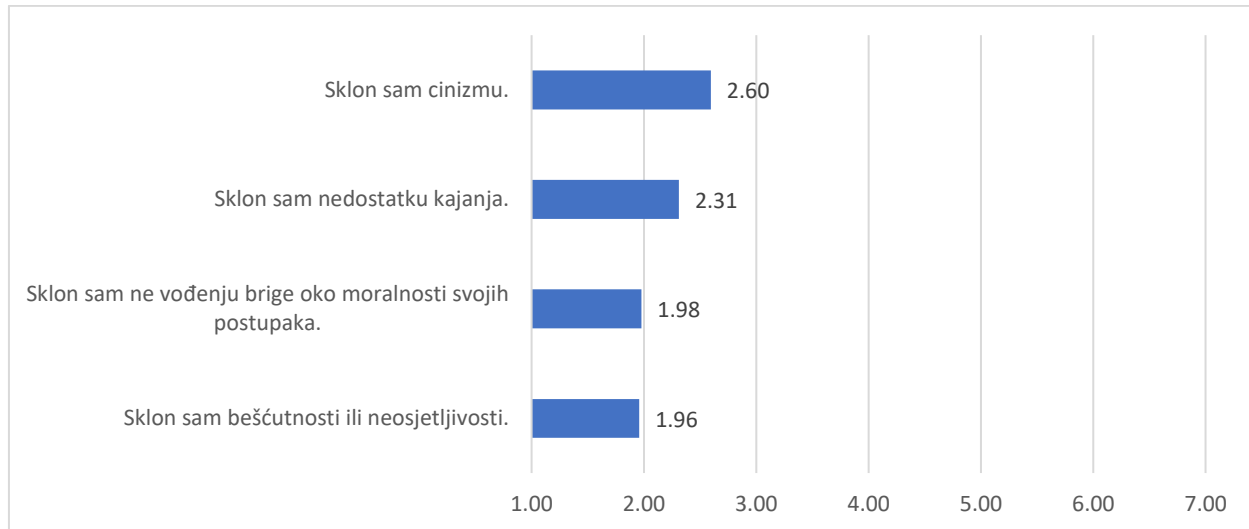
Kako bi se utvrdilo može li se ovo obrazloženje primijeniti na studente u Republici Hrvatskoj, u sklopu ankete postavljene su određene tvrdnje na koje su studenti izrazili svoje stavove o društveno nepoželjnim crtama ličnosti. Pri ocjenjivanju korištena je Likertova ljestvica s rasponom od 1 („uopće se ne slažem“) do 7 („u potpunosti se slažem“).

Grafikon 33. „Mračna trijada“ – makijavelizam



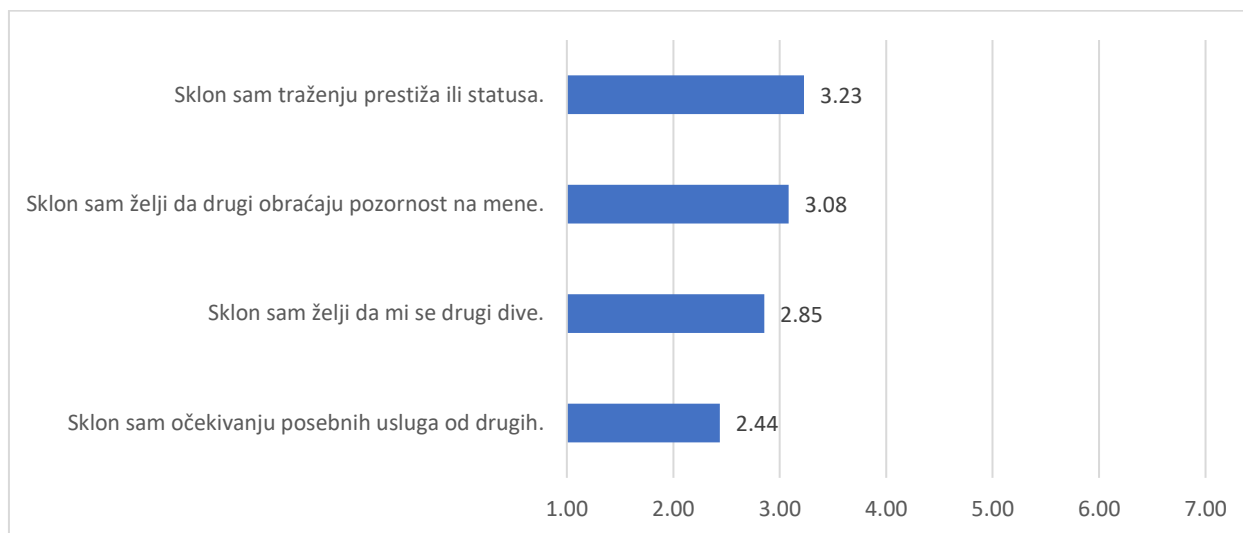
Makijavelistički stavovi studenata, prikazani na *Grafikonu 33*, pokazuju da je prosječna ocjena za sve navedene tvrdnje iznosila 2,5, što predstavlja nešto nižu vrijednost u odnosu na neutralnu ocjenu od 4,00. Među izdvojenim tvrdnjama, najvišu prosječnu ocjenu dobila je tvrdnja „*sklon sam koristiti se laskanjem kako bi bilo po mome*“ (3,10), dok je tvrdnja „*sklon sam koristiti se prijevarom ili lažima kako bi bilo po mome*“ ocijenjena najnižom prosječnom ocjenom (1,94).

Grafikon 34. „Mračna trijada“ - psihopatija



Grafikon 34 prikazuje stavove ispitanih studenata prema tvrdnjama koje se odnose na psihopatske sklonosti, pri čemu je prosječna ocjena za sve navedene stavke iznosila 2,21. Ovo ujedno predstavlja najnižu prosječnu ocjenu analiziranih osobina mračne trijade. Među pojedinačnim tvrdnjama, najvišom prosječnom ocjenom ocijenjena je tvrdnja „*sklon sam cinizmu*“ (2,60), dok je tvrdnja „*sklon sam bešćutnosti ili neosjetljivosti*“ dobila najnižu prosječnu ocjenu (1,96). Ovi rezultati ukazuju na to da studenti u manjoj mjeri iskazuju psihopatske osobine, posebice kada se radi o nedostatku empatije i moralne osjetljivosti.

Grafikon 35. „Mračna trijada“ - narcizam



Grafikon 35 prikazuje posljednju nepoželjnu osobinu mračne trijade — narcizam. Ova osobina dobila je najvišu prosječnu ocjenu među sve tri analizirane negativne karakteristike, s prosjekom od 2,9. Najvišu ocjenu među tvrdnjama zabilježila je tvrdnja „sklon sam traženju prestiža ili statusa“ (3,23), dok je najnižu prosječnu ocjenu dobila tvrdnja „sklon sam očekivanju posebnih usluga od drugih“ (2,44).

7. Zaključak

Izvešće GUESSS temelji se na upitniku koji je pažljivo osmišljen s psihološkog i sociološkog aspekta, s ciljem dubljeg razumijevanja poduzetničkih namjera studenata. Ovaj sveobuhvatan pristup omogućava uvid u složene dinamike koje oblikuju poduzetničke ambicije mladih, uzimajući u obzir ne samo njihove individualne karakteristike i motivacije, već i širi kontekst u kojem se nalaze. U okviru ovog istraživanja, posebna pažnja posvećena je rezultatima provedenog istraživanja na sveučilištima u Republici Hrvatskoj. Analizirani su različiti osobni čimbenici, poput stavova i vrijednosti studenata, kao i vanjski čimbenici koji mogu utjecati na njihove poduzetničke namjere, uključujući podršku akademske zajednice te obitelj. Ovakav pristup omogućava sveobuhvatan uvid u poduzetnički potencijal studenata, pružajući ne samo detaljnu analizu koja otkriva ključne faktore koji potiču ili ograničavaju njihov interes za poduzetništvo. Prema tome, istraživanje o namjerama studenata vezanim za nastavak karijere nakon završetka studija i u narednih pet godina otkriva jasne preferencije. Najveći dio studenata (61,86 %) planira odmah nakon diplome zaposliti se u nekoj organizaciji, dok 30,08 % njih teži osnivanju vlastitog poduzeća unutar pet godina od završetka obrazovanja. Najmanji udio čine studenti koji namjeravaju odmah nakon diplome preuzeti obiteljski posao ili postati nasljednici u nekoj drugoj tvrtki. Također, studenti su ocijenili doprinos sveučilišnih kolegija u stjecanju poduzetničkih kompetencija, uključujući poboljšanje praktičnih vještina kod pokretanja vlastitog poslovanja, identificiranje poslovnih prilika te unapređenje umrežavanja, s prosječnom ocjenom 3,86. Ova ocjena pokazuje da su kolegiji nešto manje učinkoviti od očekivanog u pripremi studenata za buduće poduzetničke izazove, s obzirom da je neutralna ocjena postavljena na 4,00. Osim toga, većina ispitanih studenata (66,01 %) izjavila je da nisu pohađali nijedan kolegij vezan uz poduzetništvo, što predstavlja značajan porast u odnosu na 2021. godinu, kada je taj udio bio 51,98 %. Navedeni rezultati naglašavaju potrebu za većom dostupnošću poduzetničkih kolegija i njihovom snažnijom integracijom u akademske programe, kako bi studenti bili bolje pripremljeni za poduzetničke izazove i prilike koje ih očekuju nakon završetka studija.

Pružanje cjelokupne podrške studentima prilikom odabira odgovarajuće karijere nakon završetka akademskog obrazovanja treba biti jedna od temeljnih odgovornosti visokoobrazovnih institucija.

Ovo nije samo važan korak nakon njihovog obrazovnog puta, već i bitan doprinos usklađivanju obrazovnog sustava s potrebama tržišta rada i društva u cjelini. Zato izuzetnu važnost predstavlja provoditi takve inicijative u bliskoj suradnji s lokalnim i regionalnim dionicima, te uključivanjem tih napora u fokus nacionalne politike kako bi se osigurala bolja učinkovitost programa. Na taj način, visokoobrazovne institucije bi osigurale da njihovi studenti budu bolje pripremljeni za dinamične zahtjeve tržišta rada, čime bi se dodatno ojačala povezanost obrazovnog sustava s gospodarskim i društvenim potrebama. Na temelju ovih saznanja, moguće je kreirati ciljane strategije i inicijative koje će dodatno osnažiti poduzetnički duh među studentima u Republici Hrvatskoj, te ih pripremiti za uspješno kretanje u dinamičnom poslovnom okruženju.

Bibliografija

1. Brcković V., (2018). Mračna strana ljudske ličnosti - mračna trijada. *Časopis Kluba studenata psihologije „STUP“, Psychē*, 1(1), 81-84
2. Carter, N., Gartner, W., Shaver, K., & Gatewood, E. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00078-2).
3. Čera, G., Čera, E., Rózsa, Z., & Bilan, S. (2020). Entrepreneurial intention as a function of university atmosphere, macroeconomic environment and business support: a multi-group analysis. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/ejtd-08-2019-0148>.
4. 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>
5. Ensari, M., (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. *Research journal of business management*, 4(1), 52-62. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2017.370>.
6. 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)*. <http://www.alexandria.unisg.ch/export/DL/58986.pdf>
7. Furnham, Adrian & Richards, Steven & Paulhus, Delroy. (2011). The Dark Triad: A 10year review. *Social and Personality Psychology Compass*. 7(3), 199-215.
8. 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>
9. Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 23-43. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/288895>

10. Koe, W.-L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40(2012) 197–208. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.181>
11. König Sedlan, L. (2012). Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji poticanja poduzetničkog ponašanja. Doktorska disertacija. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
12. König Sedlan, Lj., (2013). Razvijanje poduzetničkog ponašanja u cilju povećanja zapošljivosti studenata ekonomskih fakulteta. Zagreb: Faculty of Economics and Business. *Proceedings of the conference Ekonomsko obrazovanje u Republici Hrvatskoj -jučer, danas, sutra*. 479-496.
13. Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
14. Mijoč, J. (2019). Motivacija za postignućem u pjašnjenju namjera za samozapošljavanjem. *EKON. MISAO I PRAKSA*, 1, 223-244. <https://hrcak.srce.hr/file/322676>
15. Miljković-Krečar, I. 2010. Teorijski modeli poduzetničke karijere. *Društvena istraživanja*, 19(3), 441-461. <https://hrcak.srce.hr/55449>
16. Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *In Journal of Career Development*, 39(2), 162–185). <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
17. Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2018). Global Student Entrepreneurship 2018: Insight From 54 Countries. *Global GUESSS Report*, 1–32.
18. Van Esbroeck, R., Tibos, K., Zaman, M. (2005), A dynamic model of careers choice development. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 5(1), 5-18.
19. Wagner, J. (2004). Nascent Entrepreneurs. IZA Institute of Labor Economics Discussion Paper Series, 1293, 1-33. https://doi.org/10.1007/978-0-387-32313-8_2.