KARAKTERISTIKE USPJEŠNIH PODUZETNIKA

Mrđanović, Matko

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:300914

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski sveučilišni studij (Poduzetništvo)

Matko Mrđanović

KARAKTERISTIKE USPJEŠNIH PODUZETNIKA

Završni rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Preddiplomski sveučilišni studij (Poduzetništvo)

Matko Mrđanović

KARAKTERISTIKE USPJEŠNIH PODUZETNIKA

Završni rad

Kolegij: Uočavanje poslovne prilike

Mentor: izv. prof. dr. sc. Anamarija Delić

Jmbag: 0010226437

e-mail: mrdjanovic89@gmail.com

Osijek, Rujan 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Undergraduate University Study (Entrepreneurship)

Matko Mrđanović

CHARACTERISTICS OF SUCCESSFUL ENTREPRENEURS

Final paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ___završni_____(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Matko Mrđanović

JMBAG: 0010226437

OIB: 48522037164

e-mail za kontakt: mrdjanovic89mail.com

Naziv studija: Ekonomski fakultet u Osijeku

Naslov rada: Karakteristike uspješnih poduzetnika

Mentor/mentorica diplomskog rada: Prof. dr. sc. Anamarija Delić

U Osijeku,_____2021.__ godine

Potpis: Matko Mrđanović

Sažetak

Poduzetništvo u užem smislu vezano je uz pokretanje i upravljanje poslovnim pothvatima. Istraživanjima poduzetništva dokazano je kako se poduzetnici ne rađaju već stvaraju, te su identificirane brojne osobine i vještine koje odlikuju poduzetničko ponašanje. Pa, ipak, postoje karakteristike koje je moguće pronaći kod svih uspješnih poduzetnika. Tema koja se obrađuje u ovom radu su Karakteristike uspješnih poduzetnika. Svi poduzetnici koji razviju uspješan pothvat, bez obzira u kojoj se djelatnosti nalaze imaju slične karakteristike ,a to su strast prema poslu, fokus na proizvod/kupca i sposobnost implementacije. Ovom završnom radu cilj je definirati poduzetništvo, poduzetništvo u užem i širem smislu, objasniti i razjasniti poduzetničke mitove koji se vežu uz poduzetnike, objasniti poduzetnički proces kroz njegove faze i karakteristike uspješnih poduzetnika ali i osobitosti za uspješno poslovanje. U empirijskom dijelu, na primjeru poduzetnika iz okruženja pojašnjene su karakteristike uspješnih poduzetnika i na praktičnom primjeru prikazano koliko su karakteristike koje su teoretski definirane bitne značajke u svakodnevnom poslovanju. Poduzetnik koji je intervjuiran suvlasnik je i jedan je od osnivača poduzeća koje se bavi izradom zubnih proteza i iz svog je iskustva odgovarao na pitanja vezana uz osobine i karakteristike uspješnih poduzetnika.

Ključne riječi: Poduzetnik, poduzetništvo, karakteristike, uspjeh.

Abstract

Entrepreneurship in the narrower sense is related to starting and managing business ventures. Entrepreneurship research has proven that entrepreneurs are not born but created, and a number of characteristics and skills that characterize entrepreneurial behavior have been identified. Well, still, there are characteristics that can be found in all successful entrepreneurs. The topic covered in this paper is the Characteristics of Successful Entrepreneurs. All entrepreneurs who develop a successful venture, no matter what industry they are in, have similar characteristics, such as passion for the job, focus on the product / customer and the ability to implement. The aim of this final paper is to define entrepreneurship, entrepreneurship in a narrower and broader sense, to explain and clarify entrepreneurial myths associated with entrepreneurs, to explain the entrepreneurial process through its phases and characteristics of successful entrepreneurs but also the characteristics of successful business. In the empirical part, the characteristics of successful entrepreneurs are explained on the example of entrepreneurs from the environment and the practical example shows how important the characteristics that are theoretically defined are in everyday business. The entrepreneur who was interviewed is a co-owner and one of the founders of a company that makes dentures and from his experience he answered questions related to the characteristics and characteristics of successful entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship, characteristics, success.

SADRŽAJ

Sažetak

Abstract

1. Uvod ... 1

1.1. Metodologija rada ... 2

2. Poduzetništvo - pojam i definicija ... 3

2.1. Poduzetništvo u širem smislu ... 4

2.2. Poduzetništvo u užem smislu ... 5

3. Poduzetnički mitovi ... 6

4. Poduzetnički proces ... 9

5. Karakteristike uspješnih poduzetnika ... 11

5.1. Osobitosti uspješnog poslovanja ... 12

6. Empirijski dio ... 16

6.1. Koji je bio Vaš motiv za pokretanje poduzetničkog pothvata? ... 16

6.2. Koliko je strast prema poslu bitna u vašem slučaju? ... 16

6.3. Koliko je bitan fokus na proizvod/kupca? ... 17

6.4. Koliko je upornost bitna za uspjeh ? ... 17

6.5. Koje Vaše karakteristike smatrate zaslužnima za uspjeh koji ste ostvarili? ... 18

6.6. Što smatrate najbitnijom stavkom u putu prema uspjehu? ... 18

6.7.Kako komentirate poduzetništvo u Hrvatskoj? ... 18

6.8. Gdje se vidite za 10 godina i kako planirate tamo doći? ... 19

6.9. Što mislite da vas čini drugačijim od konkurencije? ... 19

6.10. Što bi poručili studentima i mlađim naraštajima koji biraju svoj put, koje karakteristike moraju imati da bi postali uspješni, postoji li neki univerzalan odgovor? ... 19

7. Zaključak ... 22

Literatura ... 23

1. Uvod

Poduzetništvo je pojam za koji postoji puno definicija, no niti jedna ga ne opisuje u potpunosti. Najčešće se pojam poduzetništva promatra kroz osobe koje su pokrenule vlastiti poduzetnički pothvat. No, to je puno uži pojam, od poduzetnika i poduzetništva. U navedeni pojam treba dodati strast, volju, želju za postignućem i upornost te fokusiranost, te još mnoštvo karakteristika koje su potrebne za biti uspješan – ne samo kroz posjedovanje vlastita poduzetnička pothvata. Često se pogrešno misli kako se poduzetnički ponašaju isključivo poduzetnici, no svaka se osoba može u svom životu ponašati poduzetnički, što osigurava boljitak i na osobnom i poslovnom planu. Upravo iz tog razloga poduzetništvo sve više ulazi u obrazovne ustanove, kako bi potaknulo mlade na kreativnost i inovativnost.

Prema Cingula et al (2010) „poduzetništvo uključuje stvaranje nečega novog, traži predanost u obliku potrebnog vremena i truda, donosi nagrade (u obliku neovisnosti) u obliku novca, profita, preuzima se potreban rizik."

Danas se poduzetništvo odvija u turbulentnom i dinamičnom okruženju. Globalizacija koja je pomaknula granice okruženje i poslovanje je učinila još ne izvjesnijim. Nadalje, sve se češće pojavljuju i krize koje dodatno otežavaju planiranje i odvijanje svakodnevnog poslovanja.

„Suvremeno poduzetništvo se navodi kao četvrti faktor proizvodnje, nakon radne snage, prirodnih resursa i kapitala. Ekonomija bazirana na poduzetništvu je ona u kojoj poduzetnik djeluje pod utjecajem manjih rizika, gdje poduzetničke aktivnosti i privatne investicije rastu. Bitne odrednice poduzetničkih društava su kulturološko prihvaćanje poduzetnika, umreženost poduzetničke infrastrukture, uspostavljanje financijskih tržišta, povećana ulaganja u istraživanje i razvoj, zaštita intelektualnog vlasništva, privrženost edukaciji i obrazovanju, otvorenost društva za nove poduzetničke inicijative." (Buble, Kružić, 2006).

Bez obzira na djelatnost, svi uspješni poduzetnici imaju određene karakteristike koje ih čine sličnima i zbog kojih su i postali uspješni. Karakteristike koje su prezentirane, u ovom završnom radu su i provjerene na konkretnom primjeru iz okruženja , kroz razgovor s poduzetnikom.

1.1. Metodologija rada

U ovom završnom radu korišteni su sekundarni izvori podataka: knjige, stručne knjige i članci, udžbenici i nastavni materijali s kolegija Uočavanje poslovne prilike. Postavljena je hipoteza kako svi poduzetnici koji imaju uspješan pothvat imaju 4 zajedničke osobine bez kojih nema uspjeha: strast prema poslu, upornost, fokus na proizvod/kupca i sposobnost implementacije. U radu je korištena je komparativna metoda kojom su uspoređene karakteristike uspješnih poduzetnika, ali i deskriptivna metoda kojom se opisani pojmovi.

U empirijskom dijelu rada, primarni podaci su prikupljeni kroz intervju s poduzetnikom iz okruženja.

Cilj rada je prepoznati karakteristike uspješnih poduzetnika na stvarnom primjeru iz okruženja. Svrha rada je opisati i identificirati karakteristike uspješnih poduzetnika, bez obzira na okruženje i djelatnost.

2. Poduzetništvo - pojam i definicija

Poduzetništvo se prema Landström (2020) smatra mladim znanstvenim područjem i kao intelektualno pitanje seže od 18. stoljeća. Joseph Schumpeter „otac poduzetništva“ definirao je poduzetništvo kao osebujno stanje poduzetničkog duha, koje je u njemu pokrenulo snagu da prevlada vlastite prepreke. (Schumpeter, 1960). Da se zaključiti kako prema Schumpeteru poduzetnički duh nadmašuje isključivo stvaranje posla, već objedinjuje stanje duha koje potiče pojedinca da pronađe vlastitu snagu, volju i želju te uz pomoć navedenog uspješno ostvari vlastite ciljeve.

Postoji više definicija poduzetništva, među najčešće spominjanim i korištenim u obrazovanju treba izdvojiti sljedeće:

- „Jedna od mnogobrojnih definicija kompleksnog pojma poduzetništva koja određuje poduzetništvo kao „viši stupanj sposobnosti da se uoči i participira izvanredna prilika za mogući poslovni uspjeh kao i poduzetnička odlučnost da se uđe u akciju i kada je poduzetnički rizik izuzetno visok“, upućuje da poduzetništvo uključuje inovacije, uporan rad , rizik kreativnost, znanje, obrazovanje, planiranje, procjenu, predviđanje, motiv, moral, energiju i smjelost“ (Škrtić i Mikić, 2011.).
- „Poduzetništvo je proces stvaranja nečeg novog i vrijednog kroz posvećivanje vremena i truda, pretpostavljajući popratne financijske, fizičke i društvene rizike, i na kraju primanje nagrada u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti“ (Hiscrich et al., 2008.).
- „Poduzetništvo je sposobnost pretvaranja ideja u akciju gdje se ono definira kao sposobnost pretvaranja ideja u akciju koja uključuje kreativnost, inovativnost i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima s ciljem ostvarivanja zacrtanih ciljeva“ (Delić et al, 2014.).

Navedene definicije su jedne od mnogih pogleda znanstvenika na fenomen poduzetništva, no poduzetništvo i poduzetnika nije jednostavno definirati.

Premda su definicije različite, može se izvesti zaključak kako je poduzetništvo u užem smislu vezano uz pretvaranje ideje u konkretni poslovni pothvat, odnosno stvaranje nečega temeljem ideje osobe, odnosno poduzetnika. No, postoje i istraživači koji se fenomenom poduzetništva bave iz drugog kuta.

2.1. Poduzetništvo u širem smislu

Kružić (2007) ističe kako se poduzetništvo kao koncept može sagledati i u širem i u užem smislu. Poduzetništvo u širem smislu predstavlja aktivnost koja uključuje kreativnost, upornost, inovativnost, razumno preuzimanje rizika, dosljednost, samostalnost, odgovornost i dr.

„Dva su najčešća značenja koja se pridaju kreativnosti: (a) kreativnost kao stvaralaštvo, odnosno stvaranje novih i originalnih proizvoda u područjima ljudske djelatnosti i (b) kreativnost kao osobina ili skup osobina koje će omogućiti, potaknuti, izazvati kreativni produkt“ (Kunac, 2015).

Upornost je osobina koja se odnosi na čvrsto držanje zadanih ciljeva, stanja ili pothvata bez obzira na postavljene prepreke (De la Torre, 2015).

Inovativnost započinje kreativnošću i definira se kao sposobnost generiranja i izvršavanja novih ideja (Kunac, 2015).

Prema Tkalec (2010) sklonost razumnom preuzimanju rizika odnosi se na činjenicu kako su poduzetnici osobe koje svjesno riskiraju da bi ostvarili određeni profit. Prilikom pokretanja poduzetničkog pothvata nužna je razumnost u preuzimanju rizika.

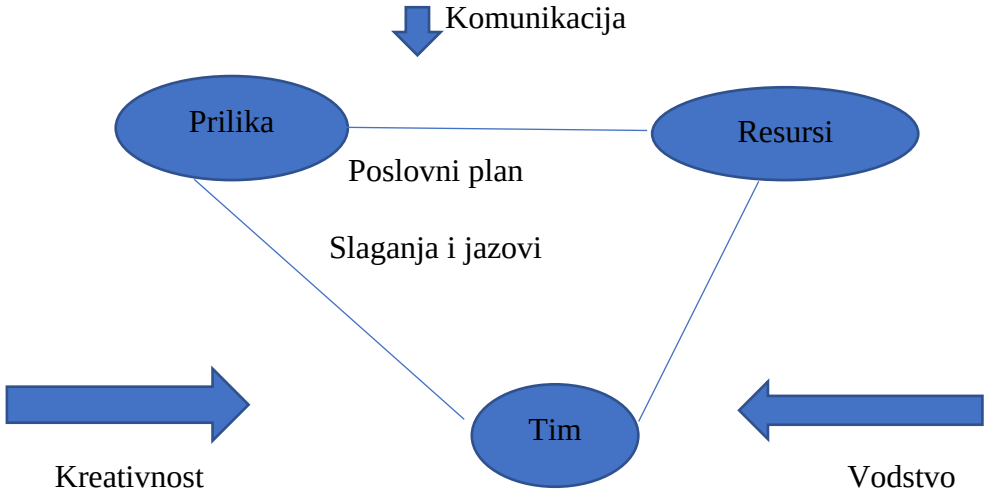
Samostalnost se smatra osnovnim poduzetničkim stavom na temelju kojeg poduzetnici samostalno uočavaju i kreiraju poslovne prilike s ciljem svrhovite realizacije. Dok poduzetnička odgovornost pretpostavlja želju za uspjehom i slojevita je osim prema poslu, poduzetnik je odgovoran i prema obitelji, društvu, državi i sl. (Tkalec, 2010).
Sukladno navedenom, poduzetništvo u širem smislu obuhvaća sve pojedince koji posjeduju određene karakteristike, poput inovativnosti, kreativnosti, sklonosti preuzimanju rizika, bez obveze za pokretanjem vlastita poduzetnička pothvata

2.2. Poduzetništvo u užem smislu

„Poduzetništvo u užem smislu je pokretanje poslovnog pothvata uz pomoć resursa s ciljem ostvarivanja profita. “(Tkalec, 2011.) Prema Kružić (2007) u užem smislu poduzetništvo je proces formiranja vrijednosti kombiniranjem resursa sa svrhom iskorištavanja prilika i promišljenog preuzimanja rizika.

Za pokretanje poslovnog pothvata nužni su: prilika, resursi i tim.

Slika 1 Timmonsov model



Izvor: Poduzetništvo_Timmonsov-model-2015-2016-web.pdf (unios.hr) (pristupljeno 10. rujna 2021.)

Timmonsov model započinje s prilikom, a ne novcem, timom ili poslovnim planom. Izvorne prilike su obično mnogo veće od talenta i kapaciteta tima ili inicijalnih resursa dostupnih tom timu (Širola, 2014). Bez prilike nema ni realizacije poduzetničke ideje. Odnosno kako bih ideja bila prilika ona mora biti atraktivna, pravovremena, dodaje vrijednost kupcu i trajna. (Barringer, Ireland, 2010)

U današnjem načinu poslovanja nije toliko važno imati bolju opremu, tehnologiju, imovinu ili strojeve već kvalitetan ljudski kapital, odnosno tim.

3. Poduzetnički mitovi

„Razvoj suvremenih istraživanja u području poduzetništva započeo je prije pedesetak godina. U međuvremenu, ponuđene su različite definicije poduzetništva koje su dovele do raznolikih interpretacija obuhvata poduzetništva te naposlijetku do nastanka poduzetničkih mitova“ (Širola, Strahinja, Novosel, 2020).

Prema Barringeru i Irelandu (2010) poduzetnici se rađaju a ne stvaraju: Osobine i talenti, koje čovjek dobiva rođenjem mogu imati određeni značaj pri definiranju onoga čime ćemo se baviti u životu ali one predstavljaju tek dobru pretpostavku, nikako ne i garanciju uspjeha.

Čovjek se može roditi s određenim osobinama, no one se tokom života mogu razvijati, ali ukoliko na njima ne radimo, jednako je kao da ih nemamo. Poduzetnik se stvara i radi na sebi samom. Često ljudi s iskustvom i oni koji su u svojoj zamisli uspjeli znaju reći kako je ulaganje u samog sebe najbolji kapital.

Drugi mit je da su poduzetnici kockari. Poduzetnike ne treba izjednačavati s osobama koje ulažu novac u igre na sreću nadajući se uspjehu koji ovisi isključivo o sreći (Barringeru, Ireland, 2010).

„Rizike možemo klasificirati na razne načine. Jednostavna klasifikacija obavlja se podjelom rizika prema uzroku potencijalnih gubitaka, npr. požar, krađa, prijevara, elementarne nepogode, financijski gubici, itd. Stoga se danas najčešće govori o četiri glavne vrste rizika koje pomažu u klasifikaciji te ujedno omogućuju daljnju detaljniju podjelu. Ovisno o specifičnostima poduzeća: eksterni rizici (pravni, zakonski, tehnološki, politički, prirodni, tržišni, itd.), interni (menadžerski, organizacijski, komunikacijski, personalni, kulturalni, rizici ponašanja, itd.), operativni rizici (prodaje, proizvodnje, razvoja, itd.) i financijski rizici (financijskog tržišta, potraživanja, likvidnosti, promjene tečaja, itd.)“ (Škrtić i Mikić, 2011.).

„Preuzimanje potrebnih rizika najvažniji je aspekt poduzetništva (Hisrich et al., 2008.). Dakle, ono što čini razliku između poduzetnika i kockara, odnosno ljubiteljima igara na sreću je ta da ovi drugi računaju jedino na sreću. Dok se poduzetnici moraju osloniti na vlastito znanje i upravljanje, biti inovativni i drugačiji od drugih. Stoga, mit da su poduzetnici kockari nije utemeljen na činjenicama.

Treći mit bio bi da su poduzetnici vlastiti šefovi i potpuno neovisni. Poduzetnici nikako nisu neovisni. Moraju izvršavati svoje obveze, prema kupcima, dobavljačima, državi itd. Ukoliko poduzetnik nema dobro izgrađene odnose s partnerima, ukoliko kasni s isporukom ili plaćanjem

obveza, stvara problem svom poduzeću može doći do stečaja, odnosno likvidacije poduzeća. Najveća među njima je neovisnost, iza koje slijedi osobno zadovoljstvo. (Hisrich et al., 2008.).

Prema Barringeru i Irelandu (2010) postoji mit kako poduzetnici rade duže i više nego menadžeri u velikim poduzećima. Jedan od najbitnijih razloga zbog kojih netko želi otvoriti svoje poduzeće je sloboda za kreiranje proizvoljnog radnog vremena. Kako postoje poduzetnici čije je radno vrijeme kraće od ostalih, tako ima i onih koji vlastiti posao rade 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Jednako tako, postoje i osobe koji ne posjeduju vlastiti poslovni pothvat, a čije radno vrijeme nije isključivo 40 sati u tjednu.

Postoji i mit kako su poduzetnici su stalno pod stresom. Biti poduzetnikom svakako je stres i zahtjeva veliku količinu energije, no gledamo li i ostale poslove i profesije, biti poduzetnikom nije ništa više ili manje stresno. Benefiti koje posjeduje poduzetnik kao kreiranje radnog vremena i svakodnevice nadilaze stres ukoliko se organizacija vremena i posla obavlja učinkovito i produktivno. Mnogi djelatnici su pod svakodnevnim stresom i stres je nažalost sve češća pojava u društvu.

Jedan od čestih mitova jest kako je novac najvažniji resurs kod započinjanja posla. Novac je za poduzetnika isto što i kist za umjetnika-interni alat koji u pravim rukama može napraviti čudo.

No, za započinjanje posla potrebno je još dosta elemenata kao što su kreativnost i inovativnost kako bi taj novac poduzetnik implementirao i stvorio poduzetnički pothvat koji će trajati.

„Poduzetnici razmišljaju drugačije od nepoduzetnika. Štoviše, poduzetnik u određenoj situaciji može razmišljati drugačije kada se susretne s različitim zadatkom ili okruženjem razmišljanja.“ (Hisrich et al., 2008). Iz navedene definicije vidljiva je umjetnost poduzetništva, želja za drugačijim i izražena stvaralačka moć. Te dokazuje kako je usporedba između umjetnika i poduzetnika je utemeljena. Umjetnik ima kist i njim proizvodi vlastito djelo čija kvaliteta ovisi o njegovoj kreativnosti i mašti. Slično se može primijetiti kod poduzetnika, no poduzetnikov kist je novac kako je u definiciji ranije i rečeno.

Započinjanje vlastitog posla rizično je i često završi neuspjehom (Delić et al., 2014.).

Strah od neuspjeha, zasigurno je jedan od najvećih barijera ulaska u poduzetništvo. Pogotovo danas u dinamičnoj svakodnevici u kojoj se svakodnevno susrećemo s rizikom. No, svaki uspješan poduzetnik kada priča o počecima u poduzetništvu, u većini slučajeva vlastitu prvu ideju pripiše neiskustvu i lošem izboru, no istakne kako je upravo taj prvi neuspjeh temelj uspjeha.

Posljednji mit je kako poduzetnici trebaju biti mladi i energični. Premda ponekad energičnost mora postojati, ona nije nužno vezana za mlade ljude. Poduzetnik je energična osoba i osoba koja želi i može stvarati. No osoba u 50. godini života, nakon 25 godina radnog staža nekom drugom malom poduzeću ili velikoj korporaciji može pokrenuti vlastiti poslovni pothvat ukoliko pronađe priliku i ima želju, energiju i volju, te uz sve navedeno posjeduje iskustvo. Prema Barringeru i Irelandu (2010) ono što je investitorima bitno kod poduzetnika je iskustvo, zrelost, solidna reputacija, dosadašnji uspjeh i strast prema poslu. Uočljivo je da će se kod starijih naći više karakteristika koje mu idu u prilog, nego što je slučaj kod mlađih poduzetnika.

Navedeni mitovi ukazuju na činjenicu kako se većina poduzetničkih osobina i vještina može usvojiti kroz poduzetničko obrazovanje, te sukladno tome poduzetništvo se smatra jednom od osam temeljnih cjeloživotnih kompetencija.

4. Poduzetnički proces

„U poduzetničkom procesu sudjeluje nekoliko ključnih čimbenika i to: poduzetnik, poslovna prilika i potrebna sredstva. Poduzetnik preuzima rizik u novcu, vremenu i ugledu, mora imati viziju, mora znati odrediti poslovne ciljeve, utvrditi poslovnu strategiju i znati koncipirati poslovni plan. Najvažniji je čimbenik poduzetničkog procesa poduzetnik, jer bez njega ne može doći do pokretanja poduzetničkog procesa. Poslovna ideja je svaka ideja o novom proizvodu ili usluzi, koja još nije poslovno provjerena, dok je poslovna prilika provjerena poslovna ideja koju je moguće realizirati. Proizvod može biti ideja, usluga, roba ili bilo koja kombinacija tih triju pojmova.“ (Hunjet, Kozina, Milković, 2012).

Poduzetnik je pojedinac koji stvara novi posao, snosi većinu rizika i uživa u većini nagrada. Proces osnivanja tvrtke poznat je kao poduzetništvo. Poduzetnik se obično smatra inovatorom, izvorom novih ideja, robe, usluga i poslovanja/ili postupaka.

Poduzetnici imaju ključnu ulogu u svakom gospodarstvu, koristeći vještine i inicijativu potrebne za predviđanje potreba i donošenje dobrih novih ideja na tržište.

Proces od ideje do pokretanja vlastitog pothvata mora proći kroz određene faze i u svakom slučaju nije proces koji traje kratko.

Prema Delić et al, (2014) postoje 4 faze:

1. Faza - odluka za postati poduzetnikom, ovo je temelj i početak svakog pothvata: odluka za postati poduzetnikom. U ovoj fazi još uvijek nema jasno određene djelatnosti, jasne strategije i vizije i detaljnog plana poslovanja. U ovoj fazi nalazi se tek volja i motivacija što je zapravo i najbitniji element u početku.
2. Faza - razvijanje uspješnih poslovnih ideja, nakon što je donesena odluka da osoba želi postati poduzetnikom, kreće skupljanje ideja različitim metodama. Nekada ideja dođe spontano, kada to najmanje očekujemo, a nekada se javi brainstormingom, praćenjem trendova i sl. U ovoj fazi i dalje je to tek teorija koja zahtjeva određeni rad na toj ideji. Ideja je u ovoj fazi podložna promjenama, a one se čine u cilju uspjeha; kako bi ideja na kraju rezultirala pozitivnim rezultatom.
3. Faza - od ideje do poslovnog pothvata, u ovoj fazi događa se tranzicija koja je izrazito bitna i izazovna za poduzetnike. Ono što je poduzetnik smislio i razrađivao više nije tek ideja na papiru, već se od te ideje nastoji napraviti pothvat. U ovoj fazi često može doći

do straha, nedoumica i zato je bitno podsjetiti još jednom što sve treba za pokretanje poslovnog pothvata: Prilika, resursi i tim. Uz pomoć ovog trokuta nastaje poduzetnički pothvat.

4. Faza - Upravljanje i rast poslovnim pothvatom, ukoliko je sve posloženo kako treba, znaju se prava i obveze djelatnika i tima i ukoliko su kompromisno donijeli odluku na samom početku, očekuje se lakše upravljanje pothvatom što dovodi do veće posvećenosti svih zaduženih i to rezultira rastom poduzetničkog pothvata.

U empirijskom dijelu rada, proveden je intervju s poduzetnikom iz okruženja koji upravlja uspješnim poslovnim pothvatom. Cilj empirijskog dijela je identificirati karakteristike koje odlikuju uspješne poduzetnike.

5. Karakteristike uspješnih poduzetnika

Brojne su teorijske podloge koje pretpostavljaju određene karakteristike koje mora imati poduzetnik kako bi bio uspješan. Prema Barringeru i Irelandu (2010) zajedničke karakteristike svih uspješnih poduzetnika su: strast prema poslu, upornost, fokus na proizvod/kupca i sposobnost implementacije. Cilj ovog poglavlja je svaku od navedenih karakteristika objasniti ali i napraviti usporedbu sa stajalištima drugih istraživača osobitosti za uspješno poslovanje.

Strast prema poslu pokretač je svake inicijative vlasnika poduzetničkog pothvata. Osobitost ključnih igrača i na druge načine utječe na poslovne uspjehe. Ljudi se ugledaju na vas“ (Hall i Bennett, 2010.).

Ljudi se zaista ugledaju na vođe, u malim i srednjim poduzećima na vlasnika poduzeća. Ukoliko vlasnik posjeduje strast prema poslu i ima dobar način prenošenja iste, uspjeh tvrtke je gotovo siguran jer u tom slučaju strast prema poslu, prednost i motiviranost posjeduju zaposlenici.

Druga osobina je upornost. Ono što karakterizira sve koji su uspješni u svom poslu, ne isključivo poduzetnike je također i upornost. Život svake osobe protkan je usponima i padovima, a upornost mora biti element koji osobu prati i kroz jedne i kroz druge situacije. U poslovnom smislu, odnosno poduzetničkom upornost pokreće i kada napredak ide sporo.

Treća osobina bila bi fokus na proizvod/kupca. U zaista svakoj djelatnosti ovo je neizostavan segment. „Uspješna su poduzeća bez izuzetka predana oduševljavanju vlastitih kupaca. Ta poduzeća se fokusiraju na kupce, a ne na tržišta. Od vrha uprave prema dolje, oni se poistovjećuju s kupcima, rješavajući njihove probleme, osiguravaju brza i učinkovita rješenja i izgrađuju odnose. Smatrali smo kako ovaj idealni proces nije dobro pokriven našim rječnikom (Hall, Bennett, 2010.).

Kupci su ti koji donose profit na kraju razdoblja, a proizvod put kojim se dolazi do kupaca. Svaki proizvod ima svog kupca rekli bi promidžbeni stručnjaci što i je točno i zato fokusiranost na njih mora biti prioritet poslovanja.

Sposobnost implementacije također je bitna jer ideje koje poduzetnik ima, a kreativan i inovativan poduzetnik pun je ideja, mora se znati implementirati u poduzeće i od ideje napraviti rezultat nije jednostavno. Zato uspješni poduzetnici imaju tu sposobnost i to ih i čini uspješnima.

5.1. Osobitosti uspješnog poslovanja

Hall i Bennett (2010) istraživali su osobitosti koje oni smatraju bitnima za uspjeh poduzeća. Krenuli su s fokusom/smjerom kao osobitosti broj 1 za uspješno poslovanje, te je objašnjeno 5 principa fokusa koji su uključeni u proces upravljanja poduzećem.

Tablica 1. Prikaz 5 principa fokusa

MISIJA	Kojim se poslom bavimo? Svrha misije je definirati posao i prenijeti ga ljudima. Treba izabrati ono u čemu je poduzeće dobro
VIZIJA	Kakvu budućnost želimo? Stvaranje jasne slike o budućnosti i razrađivanje jasnih i realnih ciljeva.
TEMELJNE VJEŠTINE	U čemu smo zaista dobri? Orijentirati se na ono o čemu poduzeće ostvaruje dobar rezultat
OKRUŽENJE	Treba biti blizu ljudi i osluškivati okruženje, no svako poduzeće mora razviti posebni strategiju praćenja okruženja u odnosu na vlastitu djelatnost
KLJUČNI RESURSI	Identifikacija ključnih resursa. Oni omogućavaju učinkovito poslovanje

Izvor: Hall D., Bennett D. (2010.) Osobitosti za uspješno poslovanje. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 37

Hall i Bennet su analizirali odnos s kupcima i fokus na kupce kroz osobitost 2 koju su naveli Hall i Bennett (2010).

Tablica 2. Prikaz osobitosti 2

Razvijanje predanosti kupcima	Uvijek blizu kupaca, identifikaciji istih i zadovoljavanje njihovih potreba. U odluci o „puštanju“ proizvoda na tržište uspješni poduzetnici postavljaju si pitanje „Koju će vrijednost ovo dodati kupcu?“ Autor bi izdvojio da svaka djelatnost na drugačiji način treba zadovoljiti potrebe kupaca, no predanost i fokusiranost na kupce trebaju biti zajednički svakom poduzeću i uspješno fokusiranje na kupca zajednička je karakteristika svih uspješnih poduzetnika.
Umrežavanje	Rad s onima koji mogu utjecati na posao , stvoriti mrežu odnosa i ispuniti ju energijom. „paukova se mreža sastoji od vas u središtu i od vaših ključnih kontakata. Ti su kontakti također povezani u druge dijelove mreže. Njegovanjem pojedinih kontakata možete dobiti pristup mnogim elementima koji imaju utjecaj na vaš posao“
Traženje i rješavanje problema	Ovdje dolazi do značaja spajanje prethodno navedenih principa. Kroz umrežavanje, temeljne vještine i slušanje kupaca stvara se konkurentska prednost
Oduševljenje kupaca	Iznenađenje kupcu, često treba dati na značaj osobnom odnosu s kupcem.
Razvoj tržišta	Put prema rastu poduzeća

Izvor: Hall D., Bennett D. (2010.) Osobitosti za uspješno poslovanje. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 67

Tablica 3. Prema Hallu i Bennettu (2010) postoji i osobitost 3: Partnerstvo

Struktura/uloge	Dodavanje vrijednosti organizaciji, struktura organizacije mora podržavati poslovni plan. Treba razmišljati prilikom rasta poslovanja o tome koliki je broj ljudi u poduzeću optimalan.
Partnerstvo s klijentima	Test prilikom ocjenjivanja partnerstva s klijentima se obavlja na način da se utvrdi razina ponovljenog posla nakon prve suradnje. Prema Hallu i Bennettu (2010) poduzeće da bi bilo uspješno mora „kopirati" vlastite klijente. Sve je češća uloga bihevioristike u odnosu s kupcima, pa se razvila tehnika Neuro -lingvističkog programiranja.
Partnerstvo s osobljem	Zadovoljne klijente stvaraju zadovoljni zaposlenici. Autor izdvaja ovo partnerstvo ispred svih ostalih partnerstva, jer odnos s kupcem i dobavljačem postiže se kada se proizvede dobro ili pruži usluga, a to da se napravi ključni su interni dionici-zaposlenici.
Partnerstvo s dobavljačima	Dobavljači traže odnos od poduzeća kao prema integralnom dijelu posla, a dobavljače i kupce treba promatrati i prema njima imati isti princip ponašanja.
Partnerstvo s potpornom mrežom	Npr. Odvjetnik, dioničari, obitelj, bankar, računovođa, itd. S njima treba stvarati partnerski odnos i odnos s uzajamnim povjerenjem

Izvor: Hall D., Bennett D. (2010.) Osobitosti za uspješno poslovanje. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 103

Poduzetnik je netko tko razvija poslovni model, stječe potreban fizički i ljudski kapital za početak novog pothvata, operacionalizira ga i odgovoran je za njegov uspjeh ili neuspjeh. Poduzetnik razlikuje od profesionalnog menadžera u smislu da prvi ili ulaže vlastite resurse ili prikuplja kapital iz vanjskih izvora te na taj način preuzima rizik za neuspjeh, ali i „ubire“ nagrade u slučaju uspjeha, dok profesionalni voditelj (menadžer) obavlja posao i posao koji mu je dodijeljen za novčanu naknadu. Drugim riječima, poduzetnik unosi inovacije i preuzima rizik, dok je profesionalni menadžer jednostavno izvršitelj.

6. Empirijski dio

U empirijskom dijelu rada obavljen je razgovor s uspješnim poduzetnikom koji je nakon završenog obrazovanja i rada u jednom malom poduzeću odlučio i sam postati poduzetnikom. Strašću, upornošću, nekada i tvrdoglavošću ovaj poduzetnik postao je uspješan u svome poslu i danas gradi uspješnu poduzetničku karijeru. Za potrebe istraživanja u ovom završnom radu, odabran je upravo ovaj poduzetnik zbog svog iskustva. Poduzetnik je dentalni tehničar i napustio je siguran, dobro plaćen posao da bi otišao u „poduzetničke vode". Razgovor s poduzetnikom trajao je 45 minuta i obavljen je u prostorijama tvrtke u vlasništvu sugovornika. U kreiranju pitanja korištena je prethodno pojašnjena teorijska podloga, a s ciljem komparacije teorijske podloge i rezultata istraživanja.

6.1. Koji je bio Vaš motiv za pokretanje poduzetničkog pothvata?

„Motiv je bio da si ne bih oprostio da nisam pokušao ući u samostalni privatni posao. Bilo je to 2009. godine; kriza, partner i ja dajemo otkaz u jednoj tvrtki gdje smo imali dobar posao , izvrsne plaće ali ipak taj „crv želje" za samostalnim uspjehom je bio prejak. Sjećam se da sam kao učenik uporno zamišljao kako ću živjeti kad dođem u godine u kojima sam sad i dok sam radio kod drugog poduzetnika, koji mi je vjerovao mi ili ne bio smjernica u mom radu. Poduzetnici često griješe, jer im je nekada teško uzeti primjer nekog drugog ili pitati za savjet nekoga tko je jednostavno bolji u nečemu nego mi. Gledao sam svog tadašnjeg šefa i promatrao kako to izgleda biti privatnik, čitao različite knjige o vodstvu i savjetovao se prije tog s ljudima s iskustvom i odlučio se da želim pokrenuti svoj pothvat jer bi mi jednog dana bilo žao da sam cijeli život proveo u tuđem pothvatu, a imao sam sposobnosti za biti samostalan."

6.2. Koliko je strast prema poslu bitna u vašem slučaju?

„Strast prema poslu je jedna od najbitnijih stavki, tako ti je u svemu, to pokušavamo prenijeti i na naše djelatnike i svu onu dječicu koja nam dolaze na ljetnu praksu. Jednom kad se zaljubiš u dentalnu tehniku tada si na pravom putu. Strast promatram kao pokretač cjelokupnog poslovanja. Jedino, volio bih ti reći kako emocije nisu uvijek nužno dobre ili nužno loše u poslovanju, a strast često zna za sobom povući emocije. Poduzetništvo je cjeloživotno učenje i rad na sebi. Školovao sam se za dentalnog tehničara i tokom obrazovanja nisam imao puno dodira s poduzetništvom i predmetima vezanim za poduzetništvo, nitko u obitelji mi nije bio

poduzetnik prije mene i zaista nemam poduzetnički „pedigre.“ No strast koju posjedujem prema poslu mi daje motivaciju. Nekada znam reći, da mi godišnji ne treba jer znam ući u laboratorij, pogledati sve oko sebe, vidjeti sretne ljude i reći sam sebi „Pa za ovo radiš“ Zaista je tako, strast me navela u posao i vodi me kroz posao, jedino sada učim to da emocije iskorištavam u situacijama kada mislim da ih treba iskoristiti. U vođenju ljudima osjetio sam da u teškim situacijama treba izbjegavati pokazati emociju, jer ukoliko se pokaže smirenost i razum, zaposlenici će lakše prihvatiti tešku situaciju. Primjerice, kada je počela pandemija i restriktivne mjere održao sam sastanak sa zaposlenicima i obećao kako nitko neće dobiti otkaz, napravio drugačiju raspodjelu radnog vremena i probao unijeti šalu što je češće moguće. No iz mene je izlazila strast prema poslu, i oni su to osjetili i mislim da to ne mogu iskontrolirati jer jednostavno volim raditi, volim posao i volim gužvu, volim doći u tvrtku i da mi kažu imaš puno poziva, želim i mogu stvarati radna mjesta i to me motivira za dalje.“

6.3. Koliko je bitan fokus na proizvod/kupca?

„U poslovanju u mojoj djelatnosti kupcima se pristupa individualno. Dođe osoba koja treba uslugu, treba izradbu zubi i tu nema univerzalnog faktora, svaka čeljust je drugačija, želje ljudi su drugačije i moja djelatnost je ponuditi im ono što žele. U pravili ljudi koji koriste moje usluge imaju visoke zahtjeve, jer zubi su većini estetski bitne i žele da njihovi zubi izgledaju dobro i na van. Često sam sebi znam reći da bih volio da se trudim oko sebe koliko se trudim oko klijenata, jer zaista, u svakom danu i svakom svom kupcu posvećujem maksimalnu pažnju, nikada ne prihvaćam puno klijenata odjednom već nastojim uzeti onoliko kupaca koliko tim i ja možemo podnijeti, a da i dalje svaki klijent dobije stopostotnu uslugu.“

6.4. Koliko je upornost bitna za uspjeh ?

„Upornost je neizostavan segment. U svojoj karijeri, ali i cjelokupnom životu doživio sam puno padova, ali i puno uspona. Zajedničko svim tim situacijama u životu je što sam bio uporan. Opet ću se vratiti na 2020. i pandemiju koja je iznenadila svijet. Došla je pandemija i imao sam problem da su zubari primali manje ljudi, što je automatski meni bio znak da ću imati manje potencijalnih klijenata. Koliko god mi pričali, novac je najveći motiv i jedan od najbitnijih resursa, a u tom slučaju financijski sam bio ugrožen. U tom trenutku spasila me financijska disciplina mene i moga partnera, ali i naša upornost. Nismo previše razbijali glavu time koliko će to sve potrajati već smo odmah uzeli pretpostavku kako će se ovo trajati od 3-5 godina. Sad

sigurno želiš reći pa nitko to nije očekivao. I nije, no želio sam postaviti najgori scenarij i biti spreman u njemu i za njega, pa bi svaki blaži scenarij za mene značio uspjeh. Ono na što sam računao i s čime sam se „kockao“ bilo je to da sam računao na povećan opseg rada jednom kada mjere popuste, što na kraju i je bilo tako. U 2021. doživio sam najveći broj narudžbi. Ne slučajno, velik broj ljudi zbog straha ili mjera provedenih u zdravstvu izbjegavao je odlazak zubaru, i sada kada se postupno ipak normalizira situacija odjednom mi pristižu velike narudžbe, no opstao sam zahvaljujući upornošću i napornom radu i onda kada je bilo teško.“

6.5. Koje Vaše karakteristike smatrate zaslužnima za uspjeh koji ste ostvarili?

„Glupo mi je govoriti o sebi, gotovo bi rekao da sam uspio unatoč svim manama. Veliku zaslugu u uspjehu naše firme mislim da ima dobar partnerski odnos mene i Mirana, nadopunjujemo se, gdje je jedan slab drugi uskače i obrnuto. Totalno smo različiti ali upravo to nas čini dobrim partnerima. Njega nemoj pitati za mene. Izdvojio bih ipak svoju upornost, strast, sposobnost pretvaranja ideje u djelo.“

6.6. Što smatrate najbitnijom stavkom u putu prema uspjehu?

„ Strpljiv rad, pametno ulaganje i mislim da je jako važno imati viziju. Realnu viziju i pomalo ostvarivati svoje ciljeve, kada se okreneš iza sebe onda možeš procijeniti jeli vrijedilo! Ipak, izdvojio bih i sreću kao jednu od bitnijih stavki. Meni se npr. Prilikom osnivanja poduzeća sve poklopilo, pogodno donesen zakonski okvir osnivanja poduzeća, našao sam ljude koji znaju svoj posao bez puno muke, zapravo sve što mi se trebalo poklopiti za uspješan početak mi se i poklopilo. ali i izvrstan odnos s kupcima, dobavljačima, no i s obitelji. Stvorio sam obiteljsku klimu u kojoj svi podupiru moj rad i ja njihov, a to vjeruj mi puno znači kada dođeš kući, a još te čeka puno posla. Kao i u svakom poslovanju, puno puta dođe do krize naplate; teško naplatite svoju uslugu a dobavljač čeka i tu nastupa čitav krug koji pate zbog jednog ili neodgovornog, ili nesretnog kojeg je snašao isti problem kao mene, pa mi je ostao dužan zbog nekog drugog. Tu dolazi do izražaja dobro definirano, korektno i lojalno partnerstvo s dobavljačima.“

6.7.Kako komentirate poduzetništvo u Hrvatskoj?

„Poduzetništvo je nešto što čovjek mora imati u sebi, skoro bih se usudio reći da je dar, talent, i mislim da je apsolutno nebitno gdje se nalaziš. Volim reći za neke ljude da ih baciš u pustinju

i dođeš za nekoliko godina naišao bi na oazu u koju svatko voli navratiti, a netko na Manhattanu bi žicao za kiflu. U Hrvatskoj je poduzetništvo često u javnosti bilo zanemareno što me smeta, no imam osjećaj da se popravlja klima i da poduzetnici napokon dobivaju potrebnu pažnju koju su i zaslužili. Kada je počela pandemija korona virusa i kada su trebale biti osigurane mjere potpore poduzetnicima, moje poduzeće i dalje je radilo, no snažno sam stao uz svoje kolege, jer iz osobnog iskustva znam koliko je teško zaraditi za sebe, za radnike i za državu kroz poreze.“

6.8. Gdje se vidite za 10 godina i kako planirate tamo doći?

„Vizija, to sam već spomenuo, trenutno smo u projektu izgradnje predivnog laboratorija na lokaciji u blizini Zrinjevca . Biti će opremljen sa 20 radnih mjesta, najmodernijom opremom koja se koristi u našoj struci i na što smo također ponosni, uvjeti za rad naših djelatnika će biti besprijekorni, u konačnici to je najvažnije da ljudi koji rade za vas budu zadovoljni, dobro plaćeni, motivirani i u konačnici sretni! To je zapravo i put kojim ćemo nastaviti, zapošljavanje novih mladih snaga, širenje poslovanja i tko zna , jednoga dana možda nekakva poliklinika ili nešto slično.“

6.9. Što mislite da vas čini drugačijim od konkurencije?

„Fokusirani smo na posao 200%. Nema kompromisa kada je u pitanju zadovoljstvo svakog pacijenta, jednostavno mora štimati cijeli protokol od trenutka kada dođe rad u laboratorij do završne faze. Puno smo truda uložili u sistematizaciju posla, to je također jako bitno. Kada si me pitao što mislim u fokusu na proizvod, rekao sam kako je to neizostavni dio mog posla, no upravo u tom dijelu nastojim biti drugačiji od konkurencije, te kvalitetom i zaista fokusiranošću na ako treba manji broj kupaca nego što ih imaju konkurenti, no posvetiti se onolikom broju koliko ih imam maksimalno, pa možda žrtvujući i veći profit, ali stvaram dugoročne klijente koji će zadovoljstvom izvedbe mojeg posla biti najbolja promidžba.“

6.10. Što bi poručili studentima i mlađim naraštajima koji biraju svoj put, koje karakteristike moraju imati da bi postali uspješni, postoji li neki univerzalan odgovor?

„Teško pitanje. Imam djecu i često znaju govoriti da bi htjeli biti superheroj, vojnik, policajac ili doktor kad odrastu. Shvaćam njihovo dječje razmišljanje, no volio bih da djecu usmjeravamo

kreativnosti. Ne očekujem da će mi moje dijete od 4 godine doći i reći: „ Ej tata želim biti poduzetnik!“, ali bih volio da ih se od malih nogu uči kreativnosti. Budući da je ovaj intervju za potrebe fakulteta, osvrnuo bih se na studente i njihovu odluku nakon završenog fakulteta. Kada bih bio sada student ekonomije, uzeo bih smjer koji ima najviše projekata. Projekti stvaraju lanac poznanstva s ljudima koji imaju ambicije, kreativnosti i inovativnosti za stvaranje nečega novoga i drugačijega. Tokom tih projekata dobivaju se znanja i kompetencije, pa skroz njih i ako nema urođene poduzetničke karakteristike, student/ica može vrlo lako stvoriti ih naknadno. Kao i kod nogometa, nisu svi rođeni za nogomet, ali ne mali broj puta dogodilo se da netko od koga se kada je bio mlađi očekivalo da će postati mega-zvijezda tamo negdje oko puberteta izgubi volju i napusti nogomet (ili bilo koji drugi sport za koji je talentiran) i često napusti sport i takav način života općenito. To se događa jer nema strast, nije fokusiran i nije uporan, to se događa i zbog pritiska roditelja. Zato bih poručio svim studentima, učenicima i osobama koji se u pogledu odabira zanimanja nalaze na raskrižju; okušajte se u poduzetništvu. Iako ste možda introvert, zatvoreni ste i niste se nikada zamišljali na čelu tvrtke, odaberite poduzetništvo kao svoj put. Jer najgore što se može dogoditi je neuspjeh, a iza neuspjeha stoji pokušaj, a iza pokušaja dolazi mudrost. A mudrost posjeduje svaki uspješan poduzetnik.“

U nastavku slijedi komparacija teorijskog i empirijskog dijela vezan uz karakteristike koje poduzetnik treba imati da bi bio uspješan.

Strast prema poslu s navedenim se slaže i primjer iz prakse unutar empirijskog dijela „Strast prema poslu je jedna od najbitnijih stavki, tako ti je u svemu, to pokušavamo prenijeti i na naše djelatnike i svu onu dječicu koja nam dolaze na ljetnu praksu. Jednom kad se zaljubiš u dentalnu tehniku tada si na pravom putu. Strast promatram kao pokretač cjelokupnog poslovanja“

Upornost se u teorijskom dijelu smatra važnom karakteristikom uspješnog poduzetnika, isto potkrepljuje i izjava iz intervjua unutar empirijskog dijela „Upornost je neizostavan segment. U svojoj karijeri, ali i cjelokupnom životu doživio sam puno padova, ali i puno uspona. Zajedničko svim tim situacijama u životu je što sam bio uporan“

Još jedna karakteristika koja se u teorijskom dijelu smatra veoma važnom je **Fokus na proizvod/kupca** s navedenim se slaže i primjer iz prakse „ Često sam sebi znam reći da bih volio da se trudim oko sebe koliko se trudim oko klijenata, jer zaista, u svakom danu i svakom svom kupcu posvećujem maksimalnu pažnju, nikada ne prihvaćam puno klijenata odjednom već nastojim uzeti onoliko kupaca koliko tim i ja možemo podnijeti, a da i dalje svaki klijent dobije stopostotnu uslugu.“

Navedene tri karakteristike se najčešće spominju u teoriji i potkrepljeni su iskustvima iz prakse, važno je navesti kako osim navedenih postoji veliki broj karakteristika koje poduzetnika čine uspješnim, kako u teoriji tako i u praksi.

7. Zaključak

Poduzetništvo danas predstavlja značajni izvor uspjeha, gotovo jednako vrijedan ostalim prirodnim izvorima - radu, zemlji i kapitalu. Postoje mnogi razlozi za pokretanje poduzetničkog pothvata i isti se razlikuju od pojedinca do pojedinca. Dvije osnovne motivacije koje se najčešće spominju su: samostalno upravljati svojim poslovnim pothvatom, te iskorištavanje „dobre“ poslovne prilike. Osim motivacije za uspješno poslovanje svakako je potrebno da poduzetnici posjeduju određene karakteristike.

Karakteristike koje su zajedničke svim uspješnim poduzetnicima su strast prema poslu, upornost, fokus na proizvod/kupca i sposobnost implementacije. Isto je potvrđeno istraživanjem u sklopu završnog rada na primjeru iz prakse, rezultati pokazuju kako su te karakteristike zaista potrebne, bez obzira kojom djelatnošću se poduzetnik bavi.

U razgovoru s poduzetnikom iz okruženja potvrđeno je kako je strast iznimno važna u svakom aspektu života, no ponajviše pri pokretanju vlastita poslovna pothvata. Bez strasti, koja je pokretač i vodič, posebice u teškim vremenima nema ni uspješna poslovna pothvata.

Upornost je i intervjuirani poduzetnik istaknuo kao karakteristiku koja je bila presudna za njegov uspjeh, odnosno profitabilnost i uspješnost njegova poslovna pothvata.

Fokus na proizvod i kupca jest karakteristika koja je odlika svakog poželjnog i atraktivnost proizvoda ili usluge. Uspješan poduzetnik je onaj koji zna kako prepoznati i kako zadovoljiti potrebe svojih kupaca.

U konačnici, sposobnost implementacije, odnosno provođenja u djelo svih naših ideja i zamisli je karakteristika onih koji su napravili korak prema pokretanju svog vlastita poduzetnička pothvata.

Bez obzira radi li se o poduzetništvu u užem ili širem smislu, navedene karakteristike uspješnih poduzetnika omogućavaju uspješan poslovni pothvat, ali i uspješnu poslovnu karijeru, te ih je potrebno razvijati tijekom cijelog našeg života.

Literatura

Knjige:

1. Barringer R. B., Ireland D. R.(2010.) Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 3rd Edition .Nakladnik Pearson
2. Buble M, Kružić D. (2006.) Poduzetništvo : realnost sadašnjosti i izazov budućnosti. Nakladnik RRiF plus Zagreb
3. Delić A., Peterka Oberman S., Perić J. (2014.) Želim postati poduzetnik. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
4. Hisrich D., Peters P., Shepherd A. (2008) Poduzetništvo. Nakladnik Mate d.o.o. Zagreb
5. Hall D., Bennett D. (2010.) Osobitosti za uspješno poslovanje. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
6. Marušić S. (2006.) Upravljanje ljudskim potencijalima. Nakladnik Adeco Zagreb
7. Schermerhorn R. J. (2002.) Managament. Nakladnik Wiley
8. Širola D., (2014) Poduzetništvo, Veleučilište u Rijeci, Rijeka.
9. Škrtić M., Mikić M. (2011) Poduzetništvo. Nakladnik Sinergija d.o.o. Zagreb

Znanstveni članci:

1. Cingula, M., Veselica, R., Cingula, D. (2010). Edukacija stručnjaka za poduzetništvo. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, 1(1), 57-65.
2. De la Torre, JJ. (2015) Who Is An Entrepreneur?, Entrepreneur Middle East, 30(4),4-5.
3. Hall D, Bennett D. (2010.) Osobitosti za uspješno poslovanje. Nakladnik Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
4. Kružić, D. (2007). Poduzetništvo i ekonomski rast: reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. Ekonomska misao i praksa, (2), 167-191.
5. Kunac, S. (2015). Kreativnost i pedagogija. Napredak, 156 (4), 423-446.
6. Landström, H. (2020). The evolution of entrepreneurship as a scholarly field. Foundations and Trends® in Entrepreneurship, 16(2), 65-243.
7. Širola, D., Strahinja, R., Novosel, N. (2020). Entrepreneurial myths (or realities) and entrepreneurial intentions. Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 10 (2), 21-33.
8. Tkalec Z. (2011.) Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. Dostupno na https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=192156 (pristupljeno: 10. srpnja 2021.)