

Upravljanje karijerom – Poduzetnička kompetencija

Lana Dojčinović, Cotrugli poslovna škola, Domobranska bb, 10 000 Zagreb, Hrvatska, telefon:+385 1 3706266, fax:+385 1 3706224, mail: lana.dojcinovic@cotrugli.eu
Zoran Đorđević, Cotrugli poslovna škola, Domobranska bb, 10000 Zagreb, Hrvatska
Ana Jergović, Cotrugli poslovna škola, Domobranska bb, 10000 Zagreb, Hrvatska

Sažetak

Iako velik broj ljudi želi postati vlastitim šefom i otisnuti se u samostalne poduzetničke vode, vrlo ih se mali broj na kraju odlučuje za karijeru u poduzetništvu. Prema nekim istraživanjima, u Europi je tek 10% poduzetničke populacije, dok je postotak onih koji razmišljaju o poduzetništvu znatno viši. S obzirom na općeprihvaćeno mišljenje o poduzetništvu kao pokretaču gospodarstva, paradoksalno je da se više ljudi ne okreće poduzetništvu. Jedan od razloga zasigurno leži u uvjerenju da „nismo stvoreni za poduzetnika“, dok drugi dio leži u nedostatku motivacije. Danas je sve manje onih koji vjeruju da se poduzetnikom rađa, a sve više onih koji podržavaju tezu da se poduzetnikom postaje. Učenje i razvoj poduzetničkih kompetencija, uz razumijevanje intrinzične i ekstrinzične motivacije te vlastitih preferencija svakoj osobi mogu omogućiti uspješnu tranziciju u poduzetnika. Promjena perspektive, ustaljenih načina razmišljanja, spremnost na promjenu te prihvaćanje rizika, prvi su i pravi koraci na tom putu.

KLjučne riječi: *karijera, poduzetništvo, kompetencija, razvoj*

1. Uvod

U Europi, kao i diljem svijeta, postoji konsenzus o poduzetništvu kao ključnoj gospodarskoj građi u planiranju rasta i ekonomske održivosti. Svoje posljednje izvješće, u koje je bila uključena i Hrvatska, Europska je komisija objavila 2009. godine. Cilj istraživanja bio je bolje razumjeti što potiče ljude da se odluče za karijeru u poduzetništvu te identificirati glavne razloge koji ih priječe u realiziranju njihovih poduzetničkih težnji. Rezultati ukazuju da bi 45% ispitanika voljelo biti vlastitim šefom. U stvarnosti, brojke nisu jako ohrabrujuće – tek svaka deseta osoba zaista i pokrene svoj biznis. Razlozi su višestruki – nestabilnost prihoda, nepredvidljivo radno vrijeme, financijska i moralna odgovornost za poslovanje kompanije i egzistenciju zaposlenika s jedne strane te manjak vještina, resursa ili ideja s druge. Ako izuzmemo (trenutan) nedostatak novčanih sredstava koji uvelike utječe na odluku o pokretanju vlastitog biznisa, ostale kategorije mogli bismo sažeti kao poduzetničke kompetencije, odnosno znanja i vještine te motivaciju za maksimiziranje osobnog potencijala kroz pokretanje vlastite kompanije.

Ovaj će se rad fokusirati na dokazivanje teze da se poduzetnikom ne rađa već postaje te na ključnu ulogu učenja i razvoja poduzetničkih kompetencija u tom procesu. Razumijevanje intrinzične i ekstrinzične motivacije te vlastitih preferencija također će biti od iznimne važnosti pri poduzetničkoj tranziciji. Posjedovanje pravih kompetencija pruža znanje i odgovara na pitanje *kako*, a razumijevanje motivacije odgovara na pitanje zašto postati poduzetnikom.

2. Glavne poduzetničke kompetencije

Iako latinskog podrijetla, riječ kompetencija u svom punom značenju u hrvatskom je jeziku preuzeta iz engleskog te označava sposobnost ili vještinu potrebnu za uspješno svladavanje jedinog zadatka. Iz tih razloga pogrešno je poistovjećivati kompetencije s osobinama ličnosti, jer takvo uvjerenje samo pojačava tezu da se poduzetnikom rađa, a ne postaje. Dok osobine ličnosti mogu pridonijeti uspjehu u realizaciji pojedine karijere, one same nisu dostatne, već ih je potrebno dopuniti konkretnim znanjima i vještinama. U proteklih tridesetak godina istraživanje poduzetničkih kompetencija zauzima bitnu ulogu u nastojanjima da se podigne globalna razina poduzetništva, a europski okvir za razvoj poduzetništva navodi promicanje poduzetničkih vještina kao jednu od pet najbitnijih politika u postizanju tog istog cilja na području Europe. Kao najbitnije kompetencije za uspjeh u poduzetništvu, izdvajaju se sljedeće:

- konstantno traženje i nepropuštanje (komercijalnih) prilika
- konceptualno razmišljanje i vjera u ideje koje se mnogima čine neostvarivima; otvorenost za nove ideje
- razumijevanje rizika i spremnost na odgovorno preuzimanje rizika
- umrežavanje – razumijevanje umrežavanja kao ključne aktivnosti za pristup informacijama, potencijalnoj suradnji i stvaranju prodajnih kontakata
- strateško razmišljanje – razumijevanje vrijednosti strateškog planiranja i sposobnost donošenja strateških odluka
- odlučnost – sposobnost donošenja odluka u promjenjivim i neizvjesnim okolnostima
- upornost – spremnost na ponavljanje i nove početke, neodustajanje unatoč preprekama
- optimizam – vjera u sebe i uvjerenost u uspjeh
- usmjerenost na klijenta – izgradnja dugoročnih odnosa s klijentima i premašivanje očekivanja klijenata
- usmjerenost na ljude – stvaranje zajedničke vizije i misije te osnaživanje ljudi
- učinkovitost – pronalaženje bržih i efikasnijih načina poslovanja uz smanjivanje troškova
- strateško komuniciranje
- monitoring – praćenje napretka kroz mjerljive indikatore uspješnosti

Svjesnost o postojanju i mogućnosti razvoja poduzetničkih kompetencija najvažniji je korak prema napretku i uspjehu. Prema procjenama Indijskog instituta za poduzetništvo, razvoj poduzetničkih kompetencija umanjuje mogućnost propadanja novopokrenutog biznisa i do 33%. S druge strane, usvajanje i operacionalizacija navedenih kompetencija provodi se kroz ciljanu edukaciju, iz čega proizlazi uska povezanost obrazovnog sustava sa strateškim gospodarskim ciljevima. Istraživanje Europske komisije iz travnja 2012. godine (obuhvaćena trideset jedna zemlja) govori da je osam zemalja lansiralo specifične strategije za promicanje poduzetničke edukacije, dok trinaest zemalja uključuje poduzetničku edukaciju u nacionalne strategije za cjeloživotno učenje te gospodarski rast, dok su preostale zemlje u procesu reformi koje uključuju jačanje poduzetničke edukacije.

2.1. Rizičnost poduzetništva kao odabrane karijere

Kada se govori o osobinama i kompetencijama poduzetnika, pri vrhu popisa najčešće se nalazi spremnost na rizike, jer se poduzetništvo smatra visokorizičnom gospodarskom aktivnošću. Podaci Fondacije Kauffman, jedne od najutjecajnijih svjetskih organizacija za promicanje poduzetništva u SAD-u i svijetu, govore da je unatoč globalnoj recesiji od 5000 novopokrenutih biznisa u

Americi 2004. godine, 56% bilo još uvijek aktivno u 2010. godini, bez obzira na pad gospodarske aktivnosti. Poduzetništvo prkosi krizi i tradicionalnom pravilu koje kaže da 4 od 5 novih kompanija propada u prvoj godini poslovanja. S druge strane, korporacije se suočavaju s masovnim otpuštanjima te ne postoji mogućnost za primitak visokoobrazovane radne snage koja svake godine napušta sveučilišta s dominantnim uvjerenjem da ih čeka korporativna karijera. Istovremeno, priljev visokoobrazovane, a financijski povoljnije radne snage iz zemalja u razvoju čini sve veći postotak zaposlenih, čime je prostor za uspinjanje korporativnom ljestvicom sve manji, a frustracija sve veća. U takvim okolnostima osobe koje se odlučuju za karijeru u poduzetništvu pokazuju veću strast i predanost onome čime se bave što je najbitnija stavka u nemilosrdnoj tržišnoj utakmici i sigurna protuteža konvencionalno prihvaćenom i uvelike pogrešnom uvjerenju o rizičnosti novih kompanija.

3. Poduzetnička motivacija

U najširem smislu, motivacija se definira kao unutarnji ili vanjski poticaj koji izaziva, usmjerava i održava određeno ponašanje. Bitno je također naglasiti da se različiti ljudi iz različitih razloga odlučuju na ista ponašanja te da se motivacija mijenja – ono što osobu prvotno potakne na određeno djelovanje ne ostaje nužno najvažniji motivator koji potiče nastavak tog istog ponašanja. Kada se govori o tome što motivira poduzetničko ponašanje, najčešći je odgovor novac, odnosno profit. Međutim, novac kao takav samo je sredstvo koje omogućuje realizaciju osnovnih unutarnjih potreba (egzistencijalne potrebe) ili društveno uvjetovanih podražaja, poput socijalnog statusa. Maslowljeva teorija hijerarhije potreba, kao i Herzbergova teorija motivacije uvelike se koriste u objašnjenju poduzetničkog ponašanja, no David McClelland i njegova motivacijska teorija potreba ipak se smatraju temeljem izučavanja poduzetničke motivacije.

3.1. McClellandova motivacijska teorija potreba

Prema McClellandu postoje tri potrebe koje služe za objašnjavanje motivacije pojedinca. To su potreba za postignućem, potreba za moći te potreba za povezivanjem. U izučavanju poduzetništva potreba za postignućem često se koristi kao sinonim za poduzetničku motivaciju te će biti detaljnije pojašnjena u odnosu na ostale dvije.

- Potreba za moći (Need for Power – N-Pow) – želja za kontrolom i mogućnošću utjecaja na druge. Ova se potreba povezuje s kompetencijama kao što su asertivnost i strateško komuniciranje.
- Potreba za pripadanjem (Need for Affiliation – N-Aff) – želja za održavanjem dobrih međuljudskih odnosa. Iako se smatra da zbog svoje probitačne i inovativne prirode poduzetnici kotiraju nešto niže na ovoj potrebi, ona je usko povezana s obiteljskim biznisima gdje poduzetnik nastavlja tradiciju zbog odanosti i privrženosti obitelji, a ne zbog vlastitih preferencija.
- Potreba za postignućem (Need for Achievement – N-Ach) – želja da se nešto napravi bolje ili učinkovitije nego ikad prije, stremljenje izvrsnosti i fokus na potpuno ostvarenje ciljeva. U cijelosti ova potreba, koja se poistovjećuje s poduzetničkom motivacijom, uključuje definiranje problema, želju za rješavanjem problema, razmišljanje o različitim načinima rješavanja, o preprekama pri svakom od predloženih rješenja, o ljudima i resursima koji su potrebni da bi se do rješenja stiglo te o posljedicama uspjeha ili neuspjeha. Također, cijeli proces karakterizira osjećaj vlastite odgovornosti pri rješavanju problema, postavljajući

nju ciljeva te pristanku na proračunate rizike. Na putu prema postignuću, velika je važnost i povratne informacije, odnosno indikatora koji upućuju na uspjeh, odnosno neuspjeh. U tržišnoj ekonomiji, profit je najbolji indikator, međutim, sve se veća važnost pridaje indikatorima poput etičnosti poslovanja, zadovoljstva zaposlenika i klijenata, ekološkoj osviještenosti i ukupnom utjecaju na društvo u cjelini te je pogrešno pretpostaviti da je novac najvažnije mjerilo uspjeha za poduzetnike.

Kada govorimo o odabiru poduzetništva kao karijere, gotovo je nemoguće izolirati jednu dominantnu potrebu budući da pri odabiru karijere svaka osoba pokušava zadovoljiti više potreba istovremeno te one određuju odabir i način vođenja preferiranog biznisa. Najbitnije je razumjeti otkuda naše potrebe dolaze i na koji ih način možemo zadovoljiti.

4. Sigurna zarada, posao koji volite ili oboje?

Mnogi su barem jednom osjetili poriv da u nekom trenutku svog života ostave dobro uhodane, relativno sigurne poslovne pozicije, odnosno izaberu naoko rizičniju opciju – vlastiti biznis. I mnogi su ostali upravo na želji te nikada nisu napravili prvi korak prema onome što može biti sretnija, a time i sigurnija budućnost. Ukoliko krećete u nepoznato, želja je bitan čimbenik. Ako želite nešto, radit ćete to sa strašću i predanošću ili ćete napraviti logične stvari koje će vas dovesti do toga da radite ono što volite. Želja će potaknuti vašu kreativnost i snalažljivost i omogućit će vam da napredujete brže i više. Međutim, sama želja neće osigurati uspješnost biznisa, niti će vas učiniti poduzetnikom. Svatko tko razmišlja da posao zamijeni *vlastitim poslom* mora razumjeti odakle ta potreba dolazi i na koji način tu potrebu pretvoriti u nešto opipljivo što će stvarati dodanu vrijednost. Ako zamislimo drvo, naš je potencijal sjemenka. Naše su kompetencije hranjive tvari koje nam omogućuju da iz sjemenke nastane čvrst korijen, a naša je motivacija ono što nam omogućuje da iz korijena nastane snažno drvo koje odolijeva prirodnim nedaćama i zauzima svoju vrijednu poziciju u ekosustavu, odnosno gospodarstvu. Razumijevanje vlastite motivacije i ključnih kompetencija, kao i suradnja s okolinom, omogućit će svakome tko ima želju realizirati vlastiti potencijal da ga i materijalizira na odgovarajući način.

5. Zaključak

Poduzetništvo je okosnica gospodarstva. Poduzetnost je karakteristika pojedinca da ulaganjem vlastitih resursa i prihvaćanjem određenog rizika pokrene nešto novo s ciljem stvaranja vrijednosti za sebe, ali i za društvo. Rizičnost, koja se često spominje kao glavni razlog za odustajanje od realizacije ideja, odnosno unutaršnjeg poriva za samostalnim postignućem, može se umanjiti ulaganjem u znanje, odnosno u razvoj ključnih poduzetničkih kompetencija. Razumijevanje motivacije te vrednovanje potreba, omogućit će ustrajnost i predanost koji su neizbježan dio na karijernom putu poduzetnika. Svijest o mogućem neuspjehu također je neizostavan dio poduzetničkog mentalnog sklopa, ali spremnost na prihvaćanje neuspjeha još je važniji dio te tranzicije. Ono što je zadaća zajednice jest da svojim mehanizmima podupre individualne napore te da se u svojim djelovanjima fokusira na promoviranje poduzetničkog mentaliteta, kreira strateški plan za edukaciju poduzetnika, smanji birokraciju te omogući konstruktivan dijalog koji će rezultirati povećanjem poduzetničke aktivnosti i pridonijeti gospodarskoj održivosti.

Managing your career – Entrepreneurial competencies

Abstract

Although a large number of people would be happiest if they were their own bosses, a small percentage of them actually opt for a career in entrepreneurship. According to a recent research, only 10% of European population chooses entrepreneurship, while the percentage of those thinking of engaging in it is significantly higher.

Given the general consensus on entrepreneurship as the driver of the economy, it is paradoxical not having more people turning entrepreneurs. One of the reasons lies in the „I'm not made for it“ attitude, while the other reason is a lack of motivation. A belief that entrepreneurship can be taught, while there is a growing body of evidence that entrepreneurship can be taught. Raising awareness and developing entrepreneurial competencies, supported by the understanding of intrinsic and extrinsic motivation, as well as one's own personal preferences, can enable a successful entrepreneurial transition to everyone. A change of perspective and habitual thinking, readiness to accept risk and act on opportunity are the first and foremost steps in building an entrepreneurial career path.

Key words: career, competency, entrepreneurship, development

Literatura

1. European Commission; Entrepreneurship in the EU and beyond (A survey in the EU, EFTA countries, Croatia, Turkey, the US, Japan, South Korea and China), dostupno na: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/fl283_en.pdf (Sačuvano: 15.03.2012.)
2. European Commission; Entrepreneurship Education at School in Europe (National Strategies, Curricula and Learning Outcomes), dostupno na: http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf (Sačuvano: 15.03.2012.)
3. European Commission; Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education, dostupno na: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf (Sačuvano: 15.03.2012.)
4. Sethi J., Saxena A.; Entrepreneurial competencies, motivation, performance and rewards, dostupno na: http://www.du.ac.in/fileadmin/DU/Academics/course_material/EP_03.pdf (Sačuvano: 01.04.2012.)
5. Robb A, Reedy A.J.; An Overview of the Kauffman Firm Survey (Results from 2010 Business Activities), dostupno na: http://www.kauffman.org/uploadedfiles/kfs_2012_report.pdf (Sačuvano: 01.04.2012.)