

PODUZETNIČKO OBRAZOVANJE TEMELJENO NA DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI

Anica Hunjet, dr. sc., Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, Donje Svetice 38, 10000 Zagreb, Republika Hrvatska, anica.hunjet@mzos.hr

Goran Kozina, dr. sc., Veleučilište u Varaždinu, Križanićeva bb, 42000 Varaždin, Republika Hrvatska, goran.kozina@velv.hr

Sažetak

Procesi globalizacije unose velike promjene u sve segmente suvremenog društva i postoja-nja čovjeka pa tako i u visoko obrazovanje.

Društvena odgovornost u posljednje vrijeme pojavljuje se kao značajan element održivog razvoja i društvenog napretka. Visoka učilišta kroz nastavne i istraživačke aktivnosti, odgo-vorna su za stvaranje i primjenu znanja, da bude u skladu sa sadašnjim i budućim potreba-ma i zahtjevima društva, a u svrhu priprema za tržište rada i društvenog razvoja zajednice. Suradnja studenata s društvenom zajednicom, razvijanjem osjećaja za društvenu odgovor-nost, kreiranjem bolje budućnosti. Društvena odgovornost studenta proizlazi iz društveno odgovornog visokog učilišta. 21. stoljeće je vrijeme promjena, nesigurnosti i kompleksnosti, predstavlja izazov visokim učilištima zadovoljavanjem zahtjevima pojedinaca i društva, stva-ranjem obrazovnih programa koji će doprinijeti društvenim vrijednostima regionalnih i glo-balnih okruženja. Kroz obrazovanje visoka učilišta usmjeravaju na povezanost interdiscipli-narnih aktivnosti razvojem svijesti o društvenoj odgovornosti studenata koju će nositi tije-kom cijelog života.

Konkurentska prednost gospodarstva temelji se na razvoju poduzetništva. U skladu s tim ra-zvoj obrazovanja za poduzetništvo temelji se na potrebnim poduzetničkim kompetencijama na svim razinama obrazovanja.

Znanja predstavljaju poznavanje informacija, dok su vještine sposobnosti pojedinca u pri-mjeni stečenih znanja kod konkretnih situacija. Poduzetnička znanja koja studenti stječu na visokim učilištima trebaju biti na teorijskoj razini, ali primjenljiva za inoviranje i stvaranje novih poslovnih procesa u poslovnom svijetu. Osnovni ciljevi poduzetničkog obrazovanja su usvajanje znanja o poduzetništvu, razvijanje kompetencija za stvaranje prilika, unoše-nje promjena u uvjetima složenosti te poticanje poduzetničkog ponašanja. Očekivani ishod poduzetničkih programa je razvijanje poduzetničkih kompetencija za povećanje šanse mla-dim ljudima za zapošljavanje. U cilju definiranih ishoda učenja, povećanja zapošljivosti stu-denata te stvaranja okruženja za učenje te za poticanje kreativnosti, inovacija i poduzetnič-kih kompetencija.

Cilj ovog rada je objasniti ulogu poduzetničkog obrazovanja u stvaranju interdisciplinarnog visokog učilišta, koje će biti u stanju rješavati probleme okoline u kojoj djeluje, razvijati druš-tvo temeljeno na znanju, stvaranjem kompetentnih stručnjaka, zapošljivih na tržištu rada.

U anketi studenata vidljiv je rastući interes za poduzetničkim obrazovanjem s društvenom odgovornošću.

Ključne riječi: interdisciplinarnost, poduzetničko obrazovanje, etika u poslovanju, društve-na odgovornost

1. Uvod

Na temelju odredaba Zakona o proračunu, kojim je utvrđena struktura Strategija i strateških planova pojedinih ministarstva, izrađena je strategija programa Vlade Republike Hrvatske za razdoblje 2013.-2015. Ostvarivanje predložene Strategije predviđeno je kroz 12 općih ciljeva, a to su: makroekonomska i gospodarska stabilnost, optimalno ozračje za razvoj konkurentnog gospodarstva, ravnomjerni regionalni razvoj, jačanje socijalne pravednosti, zaštita, očuvanje i unapređenje zdravlja, poticanje znanja, izvrsnosti i kulture, zaštita okoliša i prostorni razvoj, konkurentniji poljoprivredno-prehrambeni i ribarski sektor, podizanje konkurentnosti hrvatskoga turizma uz afirmaciju Hrvatske kao jedne od vodećih međunarodnih turističkih destinacija, jačanje pravne države i vladavine prava, održavanje javne i državne sigurnosti na najvišoj razini, i daljnje jačanje međunarodnoga položaja Republike Hrvatske i očuvanja nacionalnog identiteta.

Pojam visoke tehnologije se koristi za opis poduzeća koja ovise i posluju na temelju naprednih znanstvenih i tehničkih znanja. Poduzetnici koji su stvorili inovacije ili otkrili nova tržišta u poljima računalstva, biotehnologije, genetičkog inženjeringa robotike i slično, postali su visokotehnološke korporacije.

Poduzetnik prije ulaska u poslovni poduhvat treba odlučiti kojom će se djelatnošću baviti, hoće li se orijentirati na proizvodne ili uslužne djelatnosti. Prilikom odabira svoje djelatnosti poduzetnik mora sagledati, analizirati i procijeniti vlastite vještine za obavljanje određene djelatnosti, kao i aktualne trendove unutar industrije u kojoj želi djelovati. Nije dovoljno imati samo dobra znanja i vještine, ako proizvod neće biti aktualan na tržištu i ako neće koristiti kupcima, isto kao kada poduzeće želi slijediti trendove, a nema ni znanja niti kompetencije kako bi bilo konkurentno na tržištu. Razvoj strateške vizije uključuje strateško razmišljanje o budućem usmjerenju kompanije i promjenama i poboljšanju proizvoda, kupaca, tržišta i razvoja tehnologije poduzeća. Strateška vizija je nacrt koji prikazuje pravac kojim poduzeće namjerava ići u razvijanju i jačanju svoje djelatnosti.

Društvena odgovornost je ostvarivanje uspješnog poslovanja i ne smije zanemariti društvenu odgovornost prema kupcima i prema društvu. Poduzećima često nije dovoljno dobra promocija vezana uz kvalitetu proizvoda i usluga, nego se žele dokazati kao svjesni i odgovorni u odnosu na društvo u kojem djeluju. Društvena odgovornost se može odnositi na donacije poduzeća u humanitarne i obrazovne svrhe, javne i političke aktivnosti, dobrobit zajednice, obnove urbanih sredina i sl.

Strategija istraživanja i razvoja odnosi se na istraživanje proizvoda i proizvodnje, tj. tehnologije i proizvodnog procesa te na organizaciju i poslovanje poduzeća. Poduzeće koje želi biti vodeće, mora prednjačiti novim proizvodima te je ta strategija usmjerena stvaranju novih proizvoda koji će nove potrebe zadovoljiti na djelotvorniji način.

Potencijal ljudskih resursa je najvažniji dio svake organizacije koji svojim znanjima, vještinama i kreativnosti najviše doprinose ostvarenju ciljeva organizacija. Nastanak rizika je greška nastala djelovanjem ljudskog faktora te je potrebno povećati stručnost, motiviranost i odgovornost donositelja poslovnih odluka na svim razinama odlučivanja.

Znanost i tehnologija prodiru ne samo u proizvodnju nego i u svako drugo društveno djelovanje - upravljanje, usluživanje, financije, obrazovanje, kulturu, zdravstvo i drugo. Nove tehnologije pozitivno utječu na razvojne potencijale gospodarstva i na povećanje izvoza.

2. Poduzetničko obrazovanje

Društvo je podložno brzim promjenama, tako da učenje i znanje postaju vrijednosti koje zahtijevaju nove oblike mijenjanja i prepoznavanja, programi cjeloživotnog obrazovanja trebaju biti dostupni velikom broju građana sukladno potrebama zajednice, gospodarstva i društvenog razvitka.

Poduzetničko obrazovanje je područje povećanog interesa na javnim i privatnim visokim učilištima širom svijeta. Obrazovanje za poduzetništvo predstavlja važan aspekt studijskih programa u zemljama članicama Europske unije. Europska unija definirala je Strateški okvir za europsku suradnju u obrazovanju i izobrazbi usmjeren na cjeloživotno učenje, mobilnost, unapređenje kvalitete i dostupnosti i učinkovitosti obrazovanja i izobrazbe, poboljšanje kreativnosti i inovacija, a uključujući i poduzetništvo. Visoko obrazovanje trebalo bi biti dostupno svima koji ispunjavaju uvjete upisa, ali dostupnost u pojedinoj zemlji ovisi o kvaliteti modela financiranja visokog obrazovanja. Visoko obrazovanje jedan je od glavnih pokretača gospodarstva svake zemlje i blagostanje pojedinca. Poduzetništvo je jedna od važnih životnih kompetencija za osobno ispunjenje i razvoj pojedinca, definiranih od strane Europske unije. Poduzetničko obrazovanje ima značajnu ulogu u stvaranju kapaciteta organizacija i pojedinaca za suočavanje s kompleksnošću okruženja u kojem djeluju. Poduzetničko obrazovanje razvija inovativnost i odgovornost pojedinca te spremnost na preuzimanje rizika u donošenju odluka i rješavanju problema, povezivanjem različitih znanstvenih disciplina, razvijanjem vještina interdisciplinarnog pristupa rješavanja problema.

2.1. Ciljevi poduzetničkog obrazovanja

Poduzetničko obrazovanje potiče stvaranje novih pothvata do razvoja poduzetničkih osobina, vještina i ponašanja. Za svaki poduzetnički pothvat potrebno je fizička ili tehničko-tehnološka sredstva kao što je zgrada, oprema, strojevi, automobili i sl. Istraživanja su pokazala da se ljudi odlučuju za poduzetništvo uglavnom iz tri razloga:

- iskorištavanje prilike- natprosječno uspješni u prethodnim zaposlenjima,
- samozapošljavanje- zbog vanjskog pritiska, otkaz, nezaposlenost i potreba za rješavanjem egzistencije, nazadovanje,
- nastavljanje obiteljskog biznisa- pritisak okoline da se mora nastaviti obiteljski biznis.

Prvi cilj poduzetničkog obrazovanja odnosi se na razvoj širokog razumijevanja o poduzetništvu osobito u uloji poduzetnika i poduzetništva u modernom društvu i gospodarstvu. Ovdje se radi o pripremanju ljudi za poduzetničku karijeru, a najčešće se provodi pružanjem informacija putem medijskih kampanja, seminara, predavanja organiziranih za studente na svim razinama obrazovanja, kao i za širu populaciju.

Drugi cilj vezan je za osposobljavanje pojedinaca za preuzimanje odgovornosti za osobno obrazovanje, karijeru i život, odnosno poduzetnički pristup životu. To se postiže treninzima koji daju naglasak na poduzetnički proces, timski rad i projektne zadatke. 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 čimbenik poduzetničkog procesa je 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.

Treći cilj poduzetničkog obrazovanja odnosi se na pripremanje pojedinca da postanu poduzetnici, te upravljaju novim poduzećem. To se postiže stjecanjem osnovnih vještina i informacija kako pokrenuti i voditi malo poduzeće i kako biti poduzetnikom.

2.2 Koncept poduzetničkog obrazovanja

Obrazovanje o poduzetništvu je pristup koji naglašava baviti se poduzetništvom kao znanstvenom disciplinom. Obrazovanje za poduzetništvo ima za cilj pripremiti pojedince za poduzetnički život kreiranjem novog pothvata, dok obrazovanje posredstvom poduzetništva podrazumijeva da se poduzetništvo može naučiti ili podučavati kroz druge kolegije.

Potencijalni korisnici poduzetničkog obrazovanja uključuju ne samo buduće poduzetnike, već i liječnike, medicinske sestre, ravnatelje škola, nastavnike i učitelje, djelatnike zaposlene u javnim službama, bankare, umjetnike, znanstvenike na sveučilištima, istraživače, svećenike, nezaposlene i druge.

Znanstveno priznavanje poduzetništva dokaz je održavanje znanstvenih konferencija o poduzetništvu, znanstveni časopisi o poduzetništvu, osnivanje poduzetničkih katedri na visokim učilištima, time je vidljivo da je postignuta legitimnost poduzetništva kao obrazovnog područja. Svrha znanstvenog rada je rješavanje nekog problema, istraživački rad započinje definiranjem problema, a uvjet za uočavanje i definiranje problema je prethodno znanje i dar zapažanja.

Potražnja za poduzetničkim obrazovanjem je posljedica rasta broja poduzetničkih programa, kroz tri izvora: vladu, studente i poslovni sektor.

Vlada od poduzetničkog obrazovanja očekuje utjecaj na poboljšanje gospodarske situacije u društvu stvaranjem novih inovativnih poslova, jačanje inovativnosti za gospodarski razvoj zemlje, poticanje inovativnog poduzetničkog ponašanja pojedinaca u društvu, podučavanje za poduzetništvo i podučavanje o poduzetništvu-osposobljavanje javnih službenika za upravljanje poduzetničkim procesima u društvu.

Zašto studenti žele studirati poduzetništvo postoje dva razloga. Prvi je da studenti žele osnovati i razvijati vlastito poduzeće, dok je drugi što žele doći do znanja koja će doprinijeti u snalaženju u uvjetima sve veće nesigurnosti i kompleksnosti u okruženju u kojem djeluju. Znanje je zbroj svega onoga što je poznato i što se može naučiti. Struktura i organizacija znanja stalno se mijenja i to pod utjecajem tri komponente koje ga određuju: spoznajna, komunikacijska te informacijska.

Potražnja za poduzetničkim obrazovanjem za poslovni sektor očekuje stvaranje pojedinaca za suočavanje i rješavanje praktičnih problema.

Najvažnija uloga poduzetničkog obrazovanja je razvijanje poduzetničkih znanja i vještina, ponašanja i osobina koji će osiguravati snalaženje u novim uvjetima, kompleksnim situacijama i pritiscima globalizacije na društvo, organizaciju i pojedince.

Pedagoško podučavanje za poduzetništvo, odnosno o poduzetništvu je stvaranje okruženja za učenje, osiguravanjem prilika za izgradnjom i vježbanjem poduzetničkog ponašanja, jačanjem poduzetničkih osobina te razvijanjem poduzetničkih znanja i vještina.

Postoji potreba za obrazovanjem i razvojem predavača za poduzetničko obrazovanje. Koncept poduzetničkog obrazovanja razlikuje predavače za poduzetništvo i predavače o poduzetništvu. Predavači za poduzetništvo uglavnom imaju prethodno praktično poslovno iskustvo, dok predavači koji se bave podučavanjem o poduzetništvu, bave se istraživanjem poduzetništva, kako bi mogli primjenjivati nove metode poučavanja. Sustav i ideja obrazovanja počivaju na principu socijalne pravednosti i univerzalnog prava na obrazovanje kao temeljnog ljudskog prava do znanja i poduzetničkog sveučilišta, čiji se rezultati mjere komercijalnim i ekonomskim kategorijama.

U svijetu se većina poduzetničkih programa osnovala na ekonomskim fakultetima u sastavu sveučilišta. Poduzetnički programi unutar sveučilišta imaju niz prednosti i nedostataka. Prednosti sveučilišta su u tradiciji i stalnim promjenama. Sveučilišta su tradicionalne ustanove za stvaranje novih znanja, osiguravanjem širokog spektra znanja, uključujući i poduzetnička znanja. Nedostaci sveučilišta su birokracija, nespremnost na prihvaćanje novog i spore promjene.

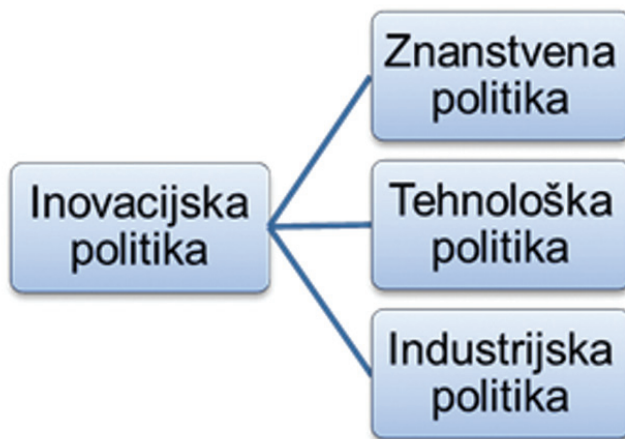
Tradicionalna sveučilišta onemogućavaju interdisciplinarnost, ne vode brigu o dionicima, pa je iz tog razloga potrebna njegova transformacija, potrebna je integracija, povezivanje sa zajednicom te sposobnost učenja od zajednice. Interdisciplinarnost – označava suradnju više znanosti različitih teorijskih temelja te različitih perspektiva pristupa zajedničkim predmetnim poljima. Nužnost interdisciplinarnosti slijedi iz pojačanog specijaliziranja prirodnih i društvenih znanosti te iz isprepletenosti svih životnih područja.

Širom svijeta prisutan je veliki politički pritisak za promjenom sveučilišta te razvoj nove uloge sveučilišta prihvaćanjem veće odgovornosti za tehnološki, ekonomski i društveni rast i razvoj. U 21. stoljeću sveučilišta se moraju suočiti s procesom globalizacije, prihvatiti promjene te se snalaziti u svakodnevним izazovima života u globalnom svijetu. Globalizacija, informatizacija i tehnološki napredak društva teže promjenama kako bi se pripremili na izazove suvremenog društva temeljenog na znanju. Stjecanjem novih znanja i vještina koje nudi poduzetničko obrazovanje, osiguravajući održivi rast i razvoj, dovodi transformaciji tradicionalnog sveučilišta u poduzetničko. Od sveučilišta se sve više očekuje, osobito u društvenoj orijentaciji, poticajima inovacija i ekonomiji te razvojnih strategija. U društvima bez prave poduzetničke kulture privatizacija može izazvati drugačije učinke od onih koje ima u Sjedinjenim Američkim Državama. Da bi došlo do promjena na sveučilištima potrebne su izravne, odnosno, materijalne podrške te indirektno, odnosno, psihološke podrške. Trend internacionalizacije i globalizacije povezuje obrazovanje i istraživanje. Velika sveučilišta koja se sastoje od različitih područja, polja, grana, predmeta i programa razvrstanih na temelju Pravilnika o znanstvenim i umjetničkim područjima, poljima i granama trebala bi uvesti drugačiju upravljačku strukturu ili se odvojiti na više samostalnih jedinica, kao npr. tehničko, medicinsko i poduzetničko sveučilište. U tom smislu došlo bi i do stvaranja interdisciplinarnih sveučilišta. Klasifikacija znanosti je sustavno, argumentirano, logično, raščlanjivanje znanja i znanstvenih činjenica, načela, pravila na logične segmente: znanstvena područja, polja, grane i predmete i to na osnovi određenih načela o njihovim interakcijskim vezama.

Poslovni svijet mijenjao se paralelno s razvojem informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Globalizacija i poslovanje s različitim partnerima u svijetu pretpostavlja posjedovanje informacijske tehnologije koje omogućuje pristup različitim mrežama. Primjena informacijske i komunikacijske tehnologije dovela je do redefiniranja pojma poduzetništva. Elektronično poslovanje omogućilo je i pojavu novih vrsta poduzetnika i to: virtualni poduzetnici, projektni lideri i mrežni brokeri. Virtualni poduzetnici povezuju ponudu i potražnju na tržištu.

Zadaća projektnog lidera je sastaviti virtualnu organizaciju od kompatibilnih tvrtki specijaliziranih za različite aktivnosti u svrhu zajedničkog provođenja projekta.

Mrežni broker je poduzetnik koji pronalazi i kreira nove poslovne prilike te sakuplja i usklađuje resurse i poduzetničke funkcije, čija je zadaća kreirati skupinu od dva ili više poduzetnika, uskladiti područja njihova djelovanja radi ostvarenja zajedničkog cilja. Nova tehnološko-ekonomska paradigma zasnovana na proizvodnji i iskorištavanju znanja i informacija je gospodarstvo znanja.



Slika 1. Vrste inovacijske politike

Izvor: Bolfek, B., Sigurnjak, L.: (2011), Poduzetništvo, Veleučilište u Slavonskom Brodu

Inovacijska politika drži se središnjom politikom gospodarstva znanja s ciljem staviti znanje u funkciju gospodarskog rasta kroz inovaciju kao pokretača gospodarskog rasta.

Znanstvena politika je sustav principa i planova te procedura za planiranje, vođenje i koordiniranje znanstvenih istraživanja. Cilj tehnološke politike je poticati poduzeća da razvijaju, komercijaliziraju ili usvoje nove tehnologije te uključuje niz makroekonomskih, regulatornih i ostalih instrumenata. Industrijska politika bavi se razvojem industrijskih sektora npr. privatizacija poduzeća, sanacija poduzeća i sl.

Tako su npr. Njemačka i Amerika ispunile tri uvjeta za prelazak u moderna društva i to masovno obrazovanje, usmjerenje sveučilišta na industrijske i poljoprivredne tehnologije te osnivanje industrijskih laboratorija i organiziranje napora da se znanstveno znanje i metode primijene na tehničke probleme u industriji.

Jedan o ključnih principa suvremenog poslovanja je održivi razvoj, koji je definirala UN-ova komisija 1987. Godine, što znači odgovarati na zahtjeve današnje i buduće generacije. Pojam održivi razvoj podrazumijeva ekonomsku i društvenu komponentu (briga za ljude, zajednice, baštinu, ...) te brigu za zaštitu okoliša čiji je cilj uspostavljanje ravnoteže između gospodarskog rasta, napretka društva i brige za okoliš. INA održivi razvoj smatra trajnu predanost uravnoteženoj integraciji gospodarskih, okolišnih i društvenih čimbenika u svakodnevnom poslovanju, nudi tehnologiju, znanje i kapacitete, nastoji biti pokretač društvenog i gospodarskog razvoja, vodeći brigu o ljudima i okolišu, nastojanjem njegovati odgovorno poslovanje i lokalna partnerstva.

INA je energetska kompanija koja održivi razvoj smatra jednim od temeljnih načela svojeg poslovanja, ispunjava zahtjeve tržišta za energijom i pri tome vodi brigu o okolišu u kojem djeluje.

Cilj provedbe Politike upravljanja zaštitom zdravlja, sigurnosti i zaštitom okoliša kojom se posebna pozornost posvećuje: očuvanju prirodnih vrijednosti, povećanju uporabe obnovljivih izvora energije, racionalnom korištenju energetske izvora, smanjenju emisija stakleničkih plinova, promicanju i razvoju proaktivne kulture na području zaštite okoliša, davanju prednosti dobavljačima koji u najvećoj mogućoj mjeri zadovoljavaju zahtjeve Politike zaštite zdravlja, sigurnosti i zaštite okoliša te održavanju otvorene komunikacije sa svim sudionicima u procesu zaštite zdravlja, sigurnosti i zaštite okoliša i zainteresiranom javnošću.

3. Društveno odgovorno poslovanje

Društveno odgovorno poslovanje je u globalnom poslovnom sektoru poznato pod nazivom društvena odgovornost poduzeća. Polazišna točka ove tvrdnje proizlazi iz činjenice da poduzeće preuzima punu odgovornost za aktivnosti koje nadilaze sferu isključivo ekonomskih interesa. To uključuje što neko poduzeće proizvodi, kako pri tome utječe na okoliš, kako zapošljava nove zaposlenike te osposobljava i utječe na razvoj vlastitog kadra, na koji način ulaže u društvenu zajednicu i poštuje li ljudska i radna prava te kako kupuje i prodaje na tržištu što zajedno određuje ukupan utjecaj tog poduzeća na društvo. Značaj društvene odgovornosti sastoji se u održavanju dobrih odnosa sa svim zainteresiranim stranama za poslovanje poduzeća.

Korporativna društvena odgovornost predstavlja posvećenost poduzeća u pridonošenju održivosti privrednog razvoja u suradnji sa zaposlenicima, lokalnom zajednicom i društvom uopće u cilju poboljšanja kvalitete njihovog života. Biti društveno odgovoran ne znači samo ispunjavati zakonske obaveze, već ići korak dalje i ulagati još više u ljudski kapital, okruženje i dionike (pojedince, zajednice, organizacije). Korporativna društvena odgovornost podrazumijeva da su za profit koji ostvaruju poduzeća odgovorna pojedincima i grupama na koje se na bilo koji način profit odražava. Društveno odgovorno poslovanje podrazumijeva obvezu menadžmenta (uprave) da poduzme akcije koje će doprinijeti blagostanju i interesima društva i organizacija. Korporativna društvena odgovornost obuhvaća odgovoran odnos kompanija prema društvu, pri čemu se taj odnos zasniva na ukupnosti društvenih, etičkih, ekoloških i ekonomskih vrijednosti značajnih za proces odlučivanja. U skladu s tim, korporativna društvena odgovornost odnosi se na ponašanje organizacija prema društvu koje se zasniva na vrijednostima koje društvo ističe kao dominantne i značajne za njegov daljnji razvoj. Da bi organizacija bila uspješna treba definirati želje i očekivanja potrošača, vlade i konkurenata, kao i društva u cjelini u pogledu društvene odgovornosti. Koncept društvene odgovornosti poslovanja poduzeća u zemljama razvijene tržišne privrede zasniva se na poslovnoj politici koja uvažava nužnost odgovornog učešća u zajednici, a koja nije u suprotnosti sa osnovnim ciljevima poduzeća za stjecanje dobiti. Društveno odgovorno poslovanje obuhvaća različita područja i to: poslovne aktivnosti poduzeća, kao što su stručno usavršavanje zaposlenih za kvalitetu i sigurnost proizvoda, dobre poslovne običaje, odnosno internu i eksternu kontrolu poslovanja, uključivanja i davanje za zajednicu u različitim područjima, kao npr. u zdravstvenu zaštitu, obrazovanja za ljudska prava, stvaranje povoljnog okruženja za poduzetništvo, poboljšanje kvalitete upravljanja, unaprjeđivanje poslovnih, društvenih i ekoloških politika.

U Europi i diljem svijeta raste broj kompanija koje promoviraju svoju strategiju društvene odgovornosti, kao odgovor na različite ekonomske i društvene pritiske te zaštitu okoliša.

Godine 1993. predsjednik EU Jacques Delors poslao je apel europskim poslovnim krugovima da se uključe u borbu protiv društvene isključenosti.

U ožujku 2000. godine Vijeće Europe je u Lisabonu poslalo poziv kompanijama u pogledu socijalne odgovornosti i promoviranja cjeloživotnog obrazovanja, organizacije rada, društvene odgovornosti i održivog razvoja.

Uključujući socijalnu odgovornost koja prelazi propisane zakonske zahtjeve, kompanije nastoje povećati standarde društvenog razvoja, zaštite okoliša te poštivanja ljudskih prava. Isto tako teže dobrom i transparentnom upravljanju, promovirajući interese različitih dionika u postizanju kvalitete i održivosti. Na taj se način ostvaruju nova partnerstva i proširuje postojeća suradnja unutar kompanija u smislu socijalnog dijaloga, stjecanja znanja i vještina te upravljanja promjenama. Na lokalnoj i nacionalnoj razini jača ekonomska i društvena kohezija, dok na globalnoj razini, doprinosi zaštiti okoliša i poštivanju ljudskih prava.

Društveno odgovorno poslovanje prihvatile su velike kompanije, poduzetništva, uključujući male i srednje poduzetnike. Odgovornost uključuje odnos prema zaposlenicima i svim dionicima.

Društvena odgovornost se u marketingu može realizirati na različite načine. Jedan je primjena etičkih načela i društvene odgovornosti pri donošenju marketinških odluka u procesu strateškog planiranja i izvršavanja koncepcije marketinga. Marketinški stručnjaci se suočavaju s različitim dvojabama pri donošenju odluka na strateškoj, taktičkoj i operativnoj razini. U središtu predmetnog istraživanja jet primjena etičkih načela i društvene odgovornosti pri donošenju odluka u vezi s definiranjem ponude, odabirom kanala distribucije, komuniciranjem s tržištem te određivanjem cijena. Komuniciranje s tržištem jedno je od područja marketinga kod kojega se pojavljuje veći broj etičkih dvojbi. One se najčešće odnose na oglašavanje, ali i na druge oblike promocije, kao što je osobna prodaja, unapređenje prodaje, izravni marketing i dr.

4. Etika u poslovanju

Hrvatska gospodarska komora donijela je 23. svibnja 2005. godine Odluku o potvrđivanju kodeksa etike u poslovanju kojom se potvrđuje postojanje i sadržaj Kodeksa etike u poslovanju. Kodeks etike u poslovanju utvrđuje osnovne smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u hrvatskom gospodarstvu. Određivanjem etičkih kriterija pridonosi se otvorenijem i učinkovitijem poslovanju te kvalitetnijoj povezanosti poslovnih subjekata Republike Hrvatske s poslovnom sredinom u kojoj djeluje. Strukovnim udruženjima, grupacijama, zajednicama i pojedinačnim poslovnim subjektima u okviru Komore se preporučuje da u skladu s vlastitim potrebama razvijaju etička načela ili kodekse. Preporuča se dioničkim društvima usvajanje i provođenje načela modernog korporacijskog upravljanja. Etička pravila trebaju biti prihvaćena od svih zaposlenika i moraju biti ugrađena u način rada i poslovanja. Definiranjem i publiciranjem pravila ponašanja, pozitivnim primjerom managera, otkrivanjem i rješavanjem potencijalnih problema u ranoj fazi postiže se poticanje etičkog ponašanja u organizaciji.

Potpisnici Kodeksa prihvaćaju obvezu djelovanja u skladu s načelima odgovornosti, istinitosti, učinkovitosti, transparentnosti, kvalitete, postupanja u dobroj vjeri i poštivanja dobrih poslovnih običaja prema poslovnom i društvenom okruženju te vlastitih zaposlenika.

Poslovna etičnost podrazumijeva korektan odnos prema suradnicima, kupcima i konkurentima. Poštivanje ljudskih prava je komparativna prednost poduzeća koja stvara odanost kupca. Globalizacija i internacionalizacija poslovanja zahtijevaju što bolje međusobno sporazumijevanje i korektno polovno ponašanje koje treba vrijediti u cijelom svijetu.

Etička načela poslovanja trebaju pridonijeti većoj humanosti i uspješnosti u obavljanju rukovoditeljskih funkcija, a posebno u stvaranju poslovne kulture. Poduzeća s dugoročnom vizijom uspješnog razvoja ne štede vrijeme, novac i energiju da bi njihovi zaposlenici stekli znanja i vještine iz tog područja i primjenjivali. Poduzetnička etika je etika odgovornosti, povjerenja, poštenja, poštovanja i dostojanstva.

5. Metodologija

U empirijskom dijelu istraživanja anketirani su studenti prve godine (10%), druge (69%) i treće godine (21%) stručnih studija i to: Multimedija, oblikovanje i primjena, Proizvodno strojarstvo, Tehnička i gospodarska logistika i Sestrinstvo Veleučilišta u Varaždinu te stručnog studija Menadžment u turizmu Međimurskog veleučilišta u Čakovcu. Upitnik je popunilo 121 ispitanik od čega 50,41% ženskog spola (61 studentica) i 49,59% muškog spola (60 studenata), od čega 82% ispitanika studenata i studentica Veleučilišta u Varaždinu, dok 18% ispitanika studira na Međimurskom veleučilištu u Čakovcu. Upitnik je sadržavao 25 pitanja, od čega su u prvom dijelu upitnika 15 pitanja bile izjave, dok su u drugom dijelu upitnika za 10 pitanja bili dani odgovori koje su ispitanici vrednovali na Likertovoj skali. Cilj istraživanja je bio odnos tehničkih predispozicije ispitanika za sudjelovanje u projektu stjecanja znanja i vještina za poduzetničko obrazovanje temeljeno na društvenoj odgovornosti. Intenzitet stavova mjeren je Likertovom skalom sa šest točaka (0-nije odgovoreno, 1 je najmanja ocjena, a 5 najveća ocjena). Likertova skala je ordinalna, jednodimenzionalna na kojoj ispitanik odabire jednu opciju koja najviše odgovara njegovom stavu. Paran broj točaka prisiljava ispitanika na neki izbor.

U članku su istraženi stavovi studenata odgovorima na pitanja iz upitnika i napravljena je statistička obrada i analiza rezultata, provedena je deskriptivna analiza dobivenih rezultata. Statistički su obrađeni rezultati primjenom aplikativnog programa Statistica (StatSoft) te su prikazani grafički.

6. Rezultati istraživanja i diskusija

Na pitanje jesu li se prije veleučilišta pokušali upisati ili su studirali na sveučilištu pozitivno je odgovorilo 25% studenta, iz čega je vidljivo da je 75% upravo željelo upisati veleučilište.

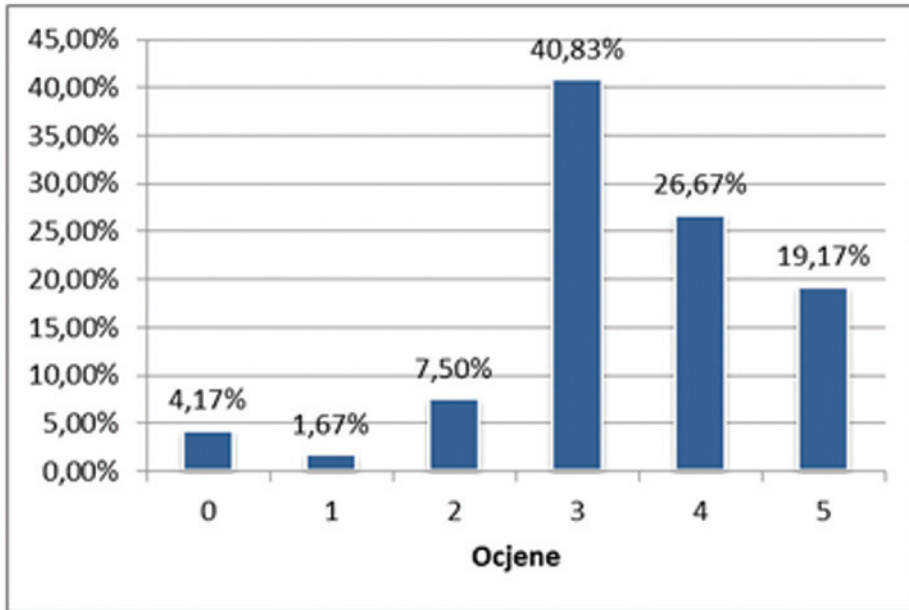
Na deveto pitanje u prvom dijelu upitnika „Poslovna etika je proučavanje ponašanja i morala u poslovnoj situaciji“, pozitivno je odgovorilo 87% studenata, što pokazuje da postoji pozitivno ozračje u značaju poslovne etike.

Na pitanje visoka učilišta kroz nastavne i istraživačke aktivnosti odgovorna su za stjecanje i primjenu znanja odgovorilo je 91% ispitanika, od čega je 80% pozitivno odgovorilo, jasan stav studenata dovodi do zaključka da su visoka učilišta odgovorna za očekivane ishode učenja.

Na pitanje surađuju li studenti s društvenom zajednicom, razvijanjem osjećaja za društvenu odgovornost, pozitivno je odgovorilo 72%, čime se potvrđuje suradnja studenata s društvenom zajednicom s razvojem svijesti o društvenoj odgovornosti.

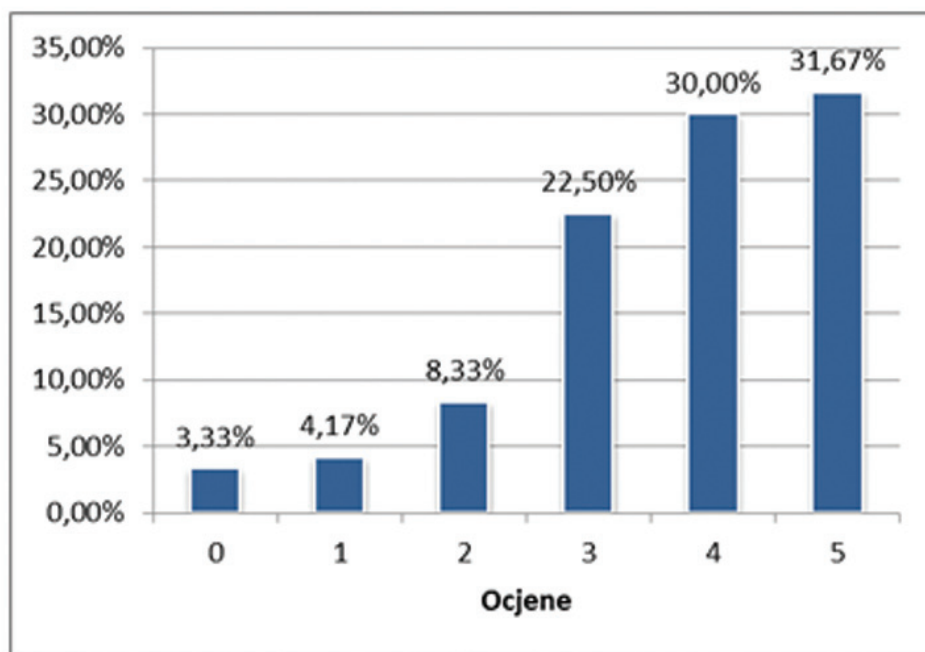
Nadalje, 81% ispitanika je pozitivno odgovorilo na pitanje da je 21. stoljeće vrijeme promjena, te da visoka učilišta stvaranjem novih programa usmjerenih na povezanost interdisciplinarnih aktivnosti razvijaju svijest o društvenoj odgovornosti studenta za cijeli život.

Dobiveni rezultati obrađeni su također statistički, a vrijednosti definirane i aritmetičkom sredinom.



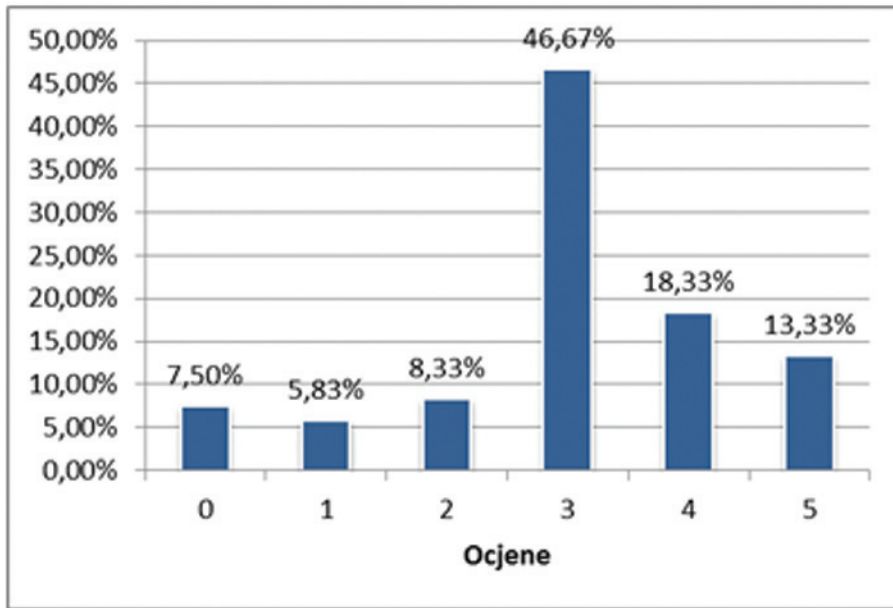
Grafikon 1. Konkurentna prednost gospodarstva temelji se na razvoju poduzetništva

Primjetno je grupiranje odgovora ispitanika, i to 40,83% smatra da se konkurentna prednost gospodarstva temelji se na razvoju poduzetništva, u konkretnom slučaju: prosječna ocjena svih odgovora je 3,43 što znači pozitivan stav, ipak 19,17% njih je potpuno sigurno i dalo najvišu ocjenu 5, 1,67% ispitanika dalo je ocjenu 1, dok se 4,17% ispitanika nije izjasnilo, označeno s 0.



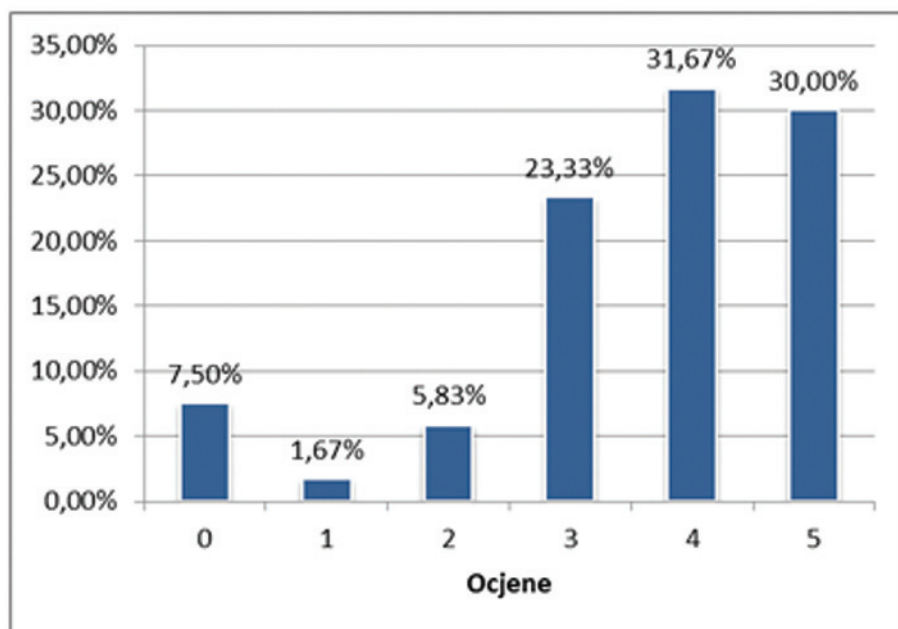
Grafikon 2. Razvijanje poduzetničkih kompetencija je povećanje šanse mladim ljudima za zapošljavanje

Istraživanje je pokazalo da su očekivanja studenata ispunjena. Što se tiče odgovora na pitanje razvijanje poduzetničkih kompetencija je povećanje šanse mladim ljudima za zapošljavanje prosječna ocjena je 3,64, a to pokazuje da studenti smatraju da postoji veća šansa dobiti posao osobama sa stečenim poduzetničkim kompetencije. Najveći dio ispitanika i to 31,67% smatra da se razvijanjem poduzetničkih kompetencija povećava mogućnost zapošljavanja mladih i dalo najvišu ocjenu 5, dok je 30,00% dalo ocjenu 4, a tu je i 4,17% ispitanika dalo ocjenu 1. 3,33% ispitanika je nesigurno i nije se izjasnilo.



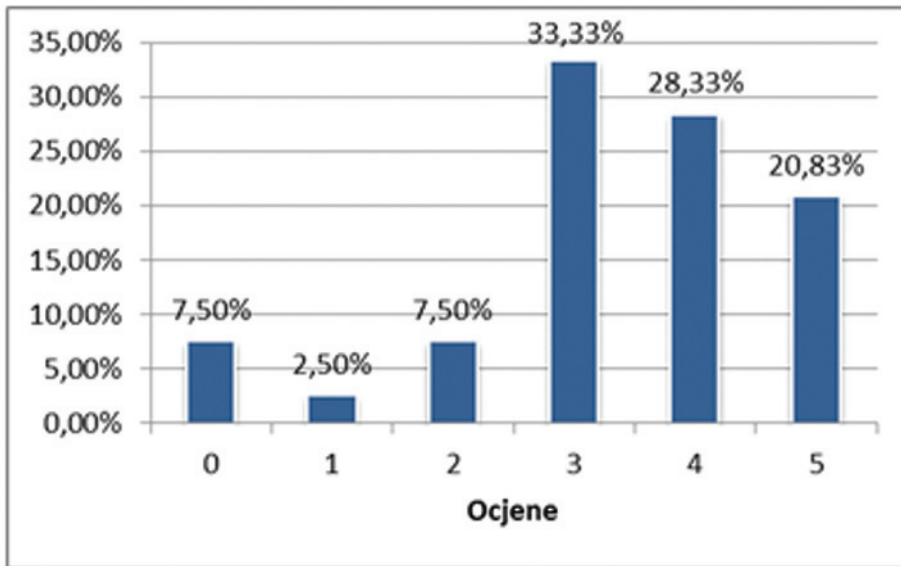
Grafikon 3. Definicije korporacijske društvene odgovornosti koriste se naizmjenično s pojmovima "društvene odgovornosti", "održivoga razvoja", "korporacijskoga građanstva"

Što se tiče ukupnog stava da se definicije korporacijske društvene odgovornosti koriste naizmjenično s pojmovima "društvene odgovornosti", "održivoga razvoja", "korporacijskoga građanstva", najveći dio ispitanika i to 46,67% ima pozitivan stav, prosječna ocjena je 2,98. Najveću ocjenu 5 dalo je 13,33% ispitanika, dok se 7,50% ispitanika nije izjasnilo.



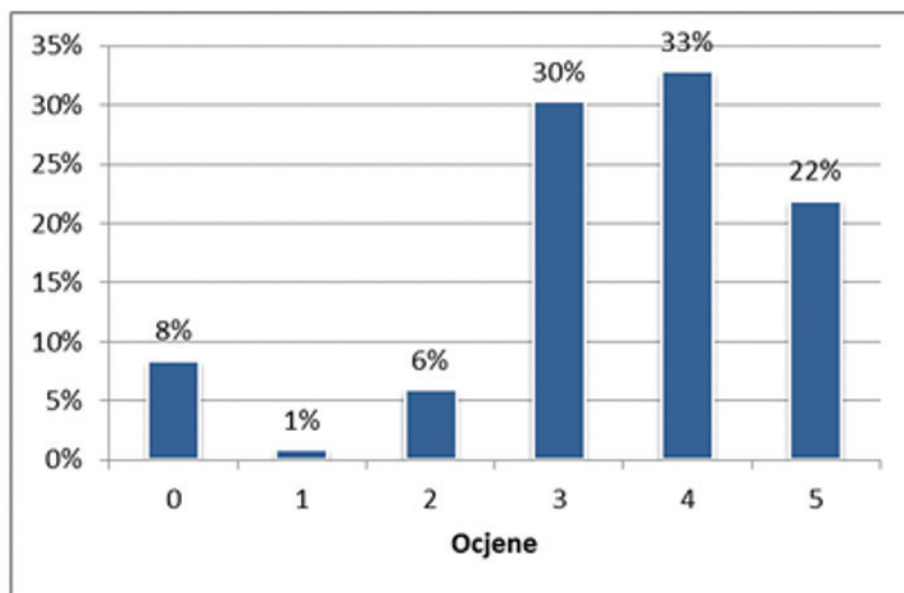
Grafikon 4. Poduzeća na društvo i okoliš utječu svojim poslovanjem, proizvodima ili uslugama i svojom interakcijom s ključnim dionicima kao što su zaposlenici, kupci, ulagači, lokalne zajednice, dobavljači i ostali

Na pitanje poduzeća kako na društvo i okoliš utječu svojim poslovanjem, proizvodima ili uslugama i svojom interakcijom s ključnim dionicima kao što su zaposlenici, kupci, ulagači, lokalne zajednice, dobavljači i ostali, najvišu ocjenu 5 dalo je 30,00% ispitanika, ocjenu 4 dalo je 31,67%, dok se 7,50% ispitanika nije izjasnilo. Prosječna ocjena je 3,60, što pokazuje pozitivan stav studenta kako društvo i okoliš utječu svojim poslovanjem, proizvodima ili uslugama i svojom interakcijom s ključnim dionicima.



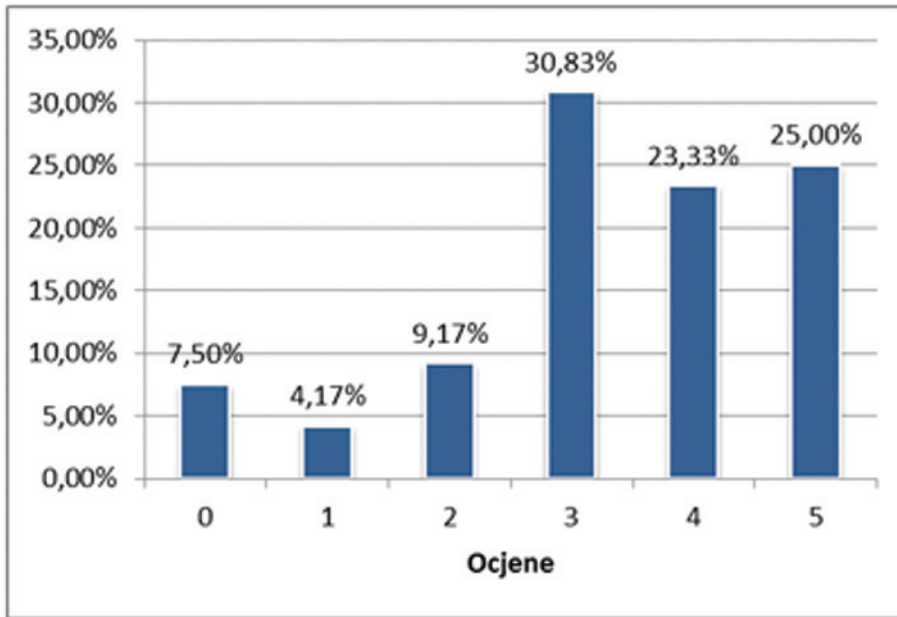
Grafikon 5. Pojmom korporacijska odgovornost označava se upravljanje tim utjecajem tako da se obogati vrijednost poduzeća i pridonese širem gospodarskom i društvenom boljitku

Da se pojmom korporacijska odgovornost označava upravljanje tim utjecajem tako da se obogati vrijednost poduzeća i pridonese širem gospodarskom i društvenom boljitku, prosječna ocjena je 3,32. 20,83% ispitanika, potpuno se slaže s navedenom tvrdnjom i dalo najveću ocjenu, najnižu ocjenu dalo je 2,50% ispitanika, dok se 7,50% ispitanika nije izjasnilo.



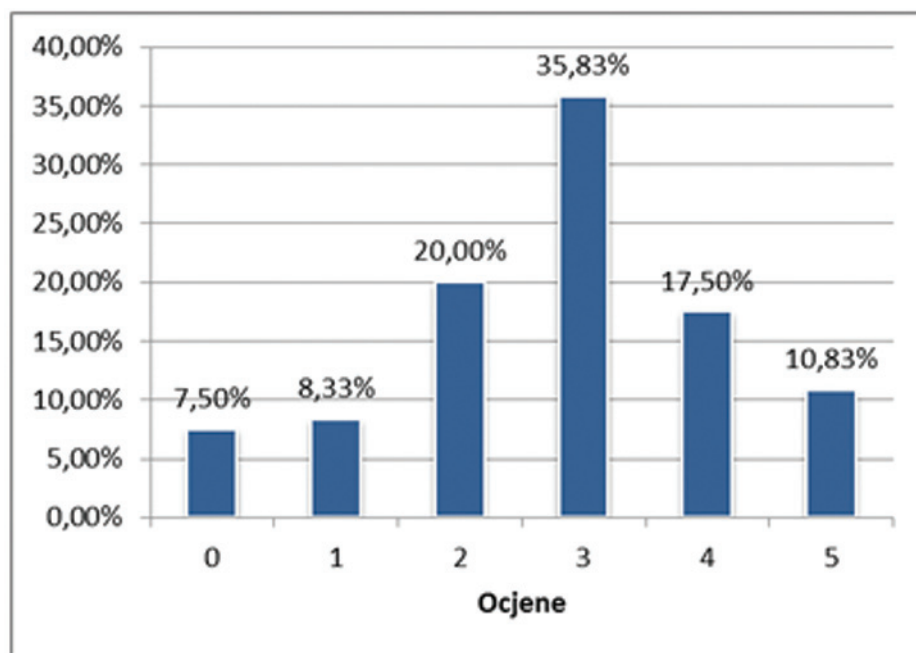
Grafikon 6. Društvena odgovornost u promjenjivim uvjetima suvremenog poslovanja smatra se vođenjem poslovanja na društveno odgovoran način koji podrazumijeva poslovanje koje osim ekonomskih interesa zastupa i dobrobit društva u cjelini

Prosječna ocjena tvrdnje da se društvena odgovornost u promjenjivim uvjetima suvremenog poslovanja smatra vođenjem poslovanja na društveno odgovoran način koji podrazumijeva poslovanje koje osim ekonomskih interesa zastupa i dobrobit društva u cjelini je 3,38. Najveći broj ispitanika 33% dalo je ocjenu 4, 22% ispitanika dalo je najveću ocjenu, dok je 1% dalo najnižu ocjenu.



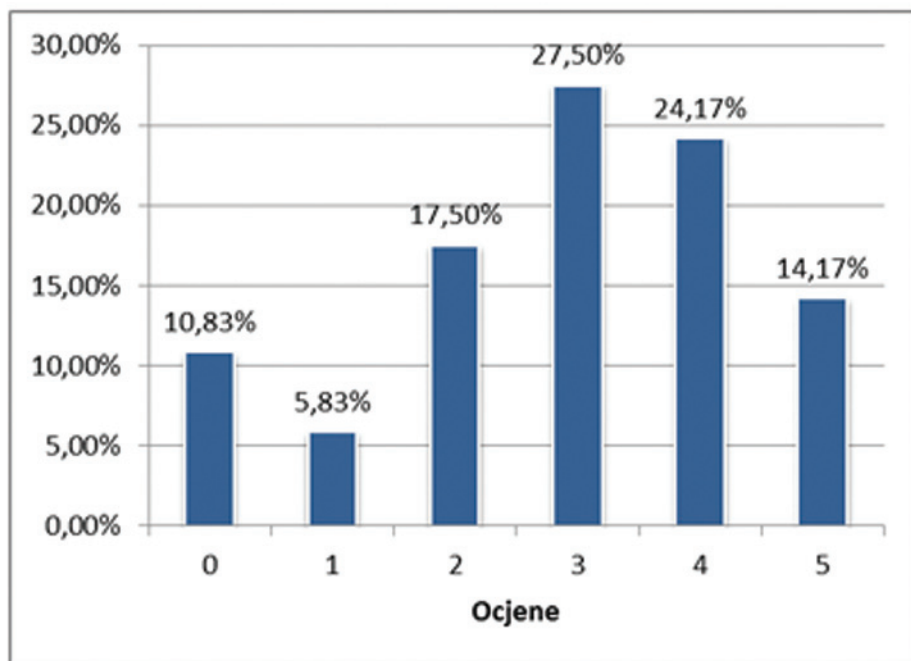
Grafikon 7. Društvena odgovornost u posljednje vrijeme pojavljuje se kao značajan element održivog razvoja i društvenog napretka

Tvrdnjom da se društvena odgovornost u posljednje vrijeme pojavljuje kao značajan element održivog razvoja i društvenog napretka potpuno se složilo 25% ispitanika, najveći dio 30,83% odgovorilo je ocjenom 3, dok se 7,50% ispitanika nije izjasnilo. Prosječna ocjena je 3,28.



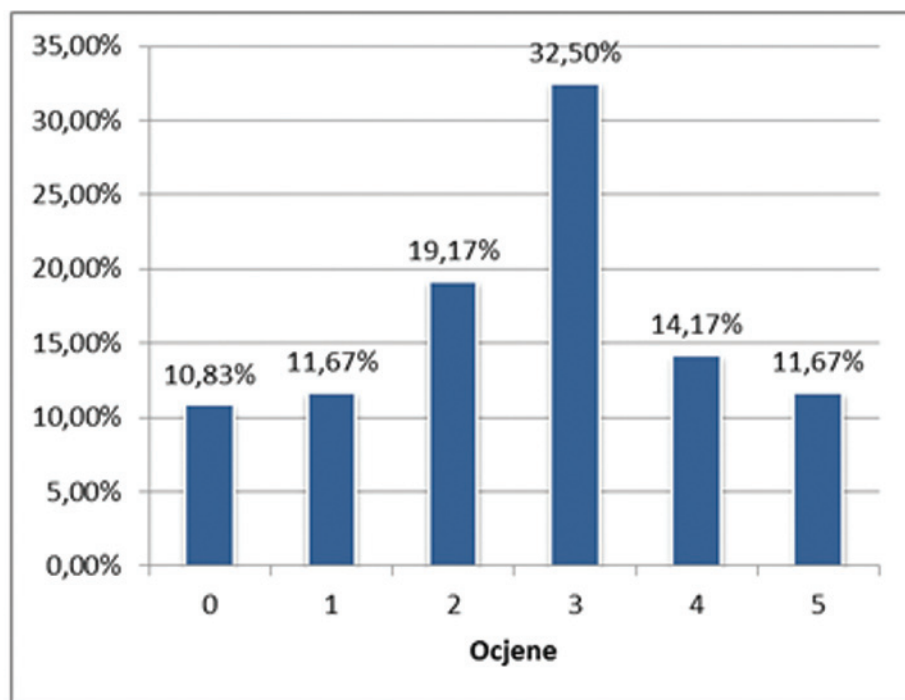
Grafikon 8. Kako ocjenjujete poduzetnička znanja stečena tijekom studiranja na veleučilištu

Prosječna ocjena 2,67 postignuta je odgovorom na pitanje kako ocjenjuju poduzetnička znanja stečena tijekom studiranja na veleučilištu, od čega je 35,83% ispitanika dalo ocjenu 3, najveću ocjenu 5 dalo je 10,83%, najnižu ocjenu 1 dalo je 8,33% ispitanika, dok se 7,50% ispitanika nije izjasnilo.



Grafikon 9. Koliko je na veleučilištu naglasak stavljen na stjecanje teorijskih poduzetničkih znanja

Koliko je na veleučilištu naglasak stavljen na stjecanje teorijskih poduzetničkih znanja odgovorilo je 89,17% studenta, najvišu ocjenu dalo je 14,17% ispitanika, dok je najnižu ocjenu dalo 5,83% ispitanika, prosječna ocjena, odnosno aritmetička sredina svih rezultata je 2,85.



Grafikon 10. Koliko je na veleučilištu naglasak stavljen na stjecanje praktičnih poduzetničkih znanja

Isto tako na pitanje koliko je na veleučilištu naglasak stavljen na stjecanje praktičnih poduzetničkih znanja izjasnilo se 89,17% ispitanika, dok 10,83% ispitanika nije odgovorilo. Prosječna ocjena je 2,50. Najviše studenata 32,50% dalo je ocjenu 3, 11,67% potpuno se složilo odgovorom i dalo ocjenu 5 te se isto tako 11,67% ispitanika uopće nije složilo i dalo ocjenu 1.

Zaključak

Poduzetničkim obrazovanjem treba osposobiti mlade ljude za snalaženje u nesigurnom i kompleksnom okruženju, koji trebaju naučiti definirati probleme i način donošenja rješenja, kreiranjem novih ideja i načinom obavljanja posla u komunikaciji s okolinom. Pritom, važnost poduzetničkog obrazovanja je stjecanje znanja, vještina i osobina u snalaženju u novoj okolini uvjetovanom pritiscima globalizacije na društvo, organizaciju i pojedinca temeljeno na društvenoj odgovornosti. Iz razloga što kompetencije stečene poduzetničkim obrazovanjem kao što su kreativnost, razmjena ideja, identificiranje problema, preuzimanje rizika, potrebno je promijeniti tradicionalna sveučilišta, odnosno sveučilišne i stručne studijske programe u interdisciplinarnu. Interdisciplinarnim studijskim programima dana je podrška za razvoj nove uloge sveučilišta, veleučilišta ili visoke škole prihvaćanjem veće odgovornosti za tehnološki, ekonomski i društveni rast i razvoj.

Ispitujući razmišljanja i stavove studenata objašnjena je uloga poduzetničkog obrazovanja u stvaranju interdisciplinarnog visokog učilišta, koje će biti u stanju rješavati probleme okoline u kojoj djeluje, razvijati društvo temeljeno na znanju, stvaranjem kompetentnih stručnjaka, zapošljivih na tržištu rada.

U anketi studenata vidljiv je rastući interes za poduzetničkim obrazovanjem s društvenom odgovornošću te se preporučaju slični upitnici kako bi studenti razvijali svijest o pozitivnom odnosu prema poduzetništvu i etičkom poslovanju, stjecanjem znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu te očekivanim ishodima učenja bili prepoznati na tržištu rada.

Nova proizvodnja bazirana na tehnološkim inovacijama stvara mogućnosti za brže zapošljavanje visokoobrazovanih radnika, koji dalje daju impulse novim tehnološkim inovacijama i dinamici gospodarskog razvoja. Obrazovne ustanove uz pomoć Vlade i dalje trebaju poticati razvoj poduzetničke aktivnosti, posebno kroz programe za zanimanja, financijske sustave koji omogućuju dostupnost financiranja za pokretanje i razvoj poduzeća, prometnu infrastrukturu, obrazovanje o komunikacijskoj infrastrukturi te konkurentnost države.

Abstract

The processes of globalization bring big changes in all aspects of contemporary society and the existence of man, as well as in higher education.

Social responsibility emerged recently as an important element of sustainable development and social progress. Through the teaching and research activities, institutions of higher education are responsible for the creation and application of knowledge, to be in line with current and future needs and demands of society, and in order to prepare for the labor market and social development of the community. Cooperating with the community, students develop a sense of social responsibility, creating a better future. Social responsibility of the students comes from socially responsible institution. Since the 21st century is a time of change, uncertainty and complexity, institutions of higher education are challenged to meet the demands of individuals and society, by creating educational programs that will contribute to the social values of regional and global surroundings. Through the educational processes, higher education institutions direct students to adopt interdisciplinary approach to their activities. This should be accomplished by the rising of awareness of the social responsibility of students, and that is something that they will carry throughout the life.

Competitive advantage of the economy is based on entrepreneurship development. Accordingly, the development of entrepreneurial education is based on the necessary entrepreneurial competencies at all levels of education.

Knowledge represents the understanding of information, while the skills represent an individual's competence in the application of acquired knowledge in specific situations. Entrepreneurial skills that students acquire through higher education should be at the theoretical level, but also applicable for innovation and creation of new business processes in the business world. The main objectives of entrepreneurship education are learning about entrepreneurship, development of competencies to create opportunity, to make changes in terms of complexity and to encourage entrepreneurial behavior. The expected outcomes of the entrepreneurial programs are reflected in the development of entrepreneurial competencies to increase employability. One of the main aims of learning outcomes certainly should be an increase of employability of students and creating a learning environment to encourage creativity, innovation and entrepreneurial skills.

The aim of this paper is to explain the role of entrepreneurship education in the generation of interdisciplinary higher education and the development of knowledge-based society through education of competent experts who will be easy employable.

According to the survey, students show growing interest in entrepreneurial education with social responsibility.

Key words: interdisciplinary, entrepreneurship education, business ethics, social responsibility

Literatura

- Bolfek, B., Sigurnjak, L.: (2011), Poduzetništvo, Veleučilište u Slavonskom Brodu, Slavonski Brod
- Brusić, A., Cvitanović, V., Gregov, Z., Kutnjak, V., Tomić, D., Žanić, V.: (2009), Poduzetništvo 1, Udžbenik Veleučilište VERN, Zagreb
- Buble, M., Kružić, D.: Poduzetništvo, Riff, Zagreb, 2006.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. , Shepherd, D. A.: (2011) Poduzetništvo, MATE, d.o.o., Zagreb
- Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: (2011) Znanje-temelj konkurentnosti razvoja, Zagreb
- Hunjet, A., Kozina G.: (2011), Osnove poduzetništva–skripta, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin
- Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M.: (2012) Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, ICEL2, Zbornik radova 2. Međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo, Novi Sad
- Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Sinergija, Zagreb, 2006.
- Lončarić, D.: Društveno odgovorne marketinške odluke-razvoj mjerne ljestvice/Socially Responsible Marketing Decisions-Scale Development, Vol. XXI (2009), br. 1, str. 7 – 23, UDK 658.8.012.4:174, Izvorni znanstveni rad
- Strategija Vladinih programa za razdoblje 2011.-2013., (2010), Zagreb
- Strateški plan Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske za razdoblje 2012.-2014. (2012), Zagreb
- Thompson, A. A., Gamble, J. E.: Essentials of Strategic Management, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2009.
- Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, (2010), Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014., Zagreb
- Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo poduzetništva i obrta, (2012), Projekt obrazovanje za poduzetništvo za 2012. godinu, Zagreb
- Vlada Republike Hrvatske, Strateški okvir za razvoj 2006.-2013.