

UTJECAJ OBRAZOVNE INSTITUCIJE NA POTICANJE I RAZVOJ PODUZETNIŠTVA

mr. sc. Damir Ribić, pred.

Odjel za ekonomiju, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
Virovitica, Matije Gupca 78, Hrvatska

Telefon: +385 33 492 263, faks: +385 33 721 037, e-mail: damir.ribic@vsmti.hr

dr. sc. Zrinka Blažević, v. pred.

Odjel za ekonomiju, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici
Virovitica, Matije Gupca 78, Hrvatska

Telefon: +385 33 721 099, faks: +385 33 721 037, e mail: zrinka.blazevic@vsmti.hr

SAŽETAK

Temeljni je zadatak obrazovne institucije, koja je svoje studijske programe usmjerila na obrazovanje budućih poduzetnika, osposobljavanje studenata za upravljanje organizacijama i/ili pojedinim dijelovima organizacije. Jedna od pretpostavki je sustavno usvajanje i razvijanje poduzetničke kompetencije što omogućuje svakom pojedincu lakše prepoznavanje vlastitih potencijala, čime se potiče određeni dio studenata na aktivno promišljanje o samostalnom pokretanju vlastitog poduzetničkog poduhvata. Razvoj ljudskih potencijala nužan je za poticanje poduzetničkog duha koji bi se uklapao u poželjna društveno-ekonomska kretanja nacionalnog gospodarstva.

Navedena problematika nametnula je cilj istraživanja koji je usmjeren na analizu utjecaja obrazovne institucije na promišljanje i želju studenata za pokretanje vlastitog poduzetničkog pothvata. Određeni dio studenata svakako je i prije upisa na studij razmišljao o tome, međutim, u određenom dijelu studentske populacije obrazovna institucija bila je ključni motivator koji ih je potaknuo na promišljanje o tome da jednog dana postanu poduzetnici. Stoga je predmetno istraživanje usmjereno na jačinu i smjer utjecaja nastavnog kadra na razmišljanje i generiranje poduzetničkih ideja kod studenata koje potencijalno mogu prerasti u poduzetnički pothvat te raste li ta želja u studentima sa svakom višom godinom završetka studija. Drugi cilj istraživanja usmjeren je na jačinu i smjer intenziteta utjecaja obrazovne institucije na poticanje o promišljanju nastavka vođenja i daljnjeg razvoja poduzetničkog pothvata kod studenata čiji se roditelji već bave nekom vrstom poduzetničke aktivnosti. U svrhu ostvarivanja cilja rada provest će se istraživanje anketom među populacijom studenata Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, na uzorku od 300 studenata dodiplomske i diplomske razine.

Ključne riječi: obrazovanje; poduzetništvo; poduzetničke kompetencije; poduzetnička aktivnost; utjecaj obiteljskog okruženja

1. UVOD

Turbulentno tržišno okruženje intenzivira činjenicu da su ključ opstanka i razvitka svake nacionalne zajednice poticanje i razvitak poduzetništva i poduzetničkog načina razmišljanja. Društvene zajednice teže povećanju osobnog i društvenog standarda, stoga ne čudi činjenica da je poduzetnička kompetencija svrstana u red ključnih kompetencija cjeloživotnog učenja u zemljama europske unije ali i svih ostalih zemalja, razvijenih i onih manje razvijenih. Komparacijom nacionalnih politika vezanih za sustavni razvoj poduzetnosti kao kompetencije, uočavamo kako gospodarski najrazvijenije zemlje sustavno najviše ulažu u cjeloživotno učenje za poduzetništvo u gotovo svim razinama obrazovanja. Različiti pristupi kao i pojedina rješenja govore o vlastitim naporima traženja optimalnog pristupa, u skladu sa nacionalnim miljeom, kako poticati i razvijati poduzetnost svakog člana društvene zajednice i kako omogućiti prepoznavanje vlastitih mogućnosti za uključivanje pojedinaca u pokretanje novih poslovnih projekata i poduzeća (Tafrá, 2012, 16). Poduzetništvo može biti generator razvitka koji će iskoristiti inovativne potencijale koji postoje u najširim slojevima populacije, što znači i da poduzetništvo postaje sve povezanije s tržištem rada i mogućnošću povećanja socijalne kohezije putem samozapošljavanja ranije marginaliziranih skupina stanovništva. Upravo mladi predstavljaju skupinu koja je po svojoj prirodi inovativna, dinamična i otvorena novim društvenim i tehnološkim strujanjima te putem poduzetničkog djelovanja može barem djelomično ublažiti negativne utjecaje koje globalizirana ekonomija i promjene u organizaciji rada imaju na položaj mladih na tržištu rada i koji za posljedicu imaju društvenu marginalizaciju mladih ljudi (Pavić, 2008).

Problematika ovoga rada usmjerena je na utjecaj vanjskih faktora na poticanje pojedinca ka pokretanju poduzetničkog pothvata. Istraživanje je provedeno na uzorku od 364 studenta Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, tijekom lipnja 2016. godine.

Ograničenje provedenog istraživanja koje se pojavilo u radu, ogleda se u tome da je u Visokoj školi za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici sa akademskom godinom 2015/2016 upisana 1. generacija studenata diplomskog studija, odnosno 4. i 5. godine studiranja. Budući da su tek upisani, u 2015. godini, još uvijek nema niti jedne generacije studenata koji su na 5. godini, pa da je moguće dobiti uvid u razmišljanja studenata nakon 5. godine.

2. OBRAZOVANJE ZA PODUZETNIŠTVO

Poduzetništvo kao proces iskorištavanja poslovnih prilika stvaranjem dodane vrijednosti inovativnim kombiniranjem resursa (Pavić, 2008) podrazumijeva stručno i sposobno vodstvo koje se može oduprijeti svim zahtjevima tržišta. Stoga poduzetnička kompetencija podrazumijeva znanja, vještine, vrijednosti i stavove, odnosno sadrži obrazovnu i odgojnu dimenziju (Baranović, Štibrić, Domović, 2007), a odnosi se na sposobnost pojedinca da ideje pretvori u djelovanje te uključuje stvaralaštvo, inovativnost i spremnost na preuzimanje rizika, te sposobnost planiranja i vođenja projekata radi ostvarivanja ciljeva. Ona je temelj za vođenje svakodnevnog, društvenog ali i profesionalnoga života pojedinca i

osnova je za stjecanje specifičnih znanja i vještina potrebnih za pokretanje društvenih i tržišnih djelatnosti (Vojnović, Manojlović, 2011, 65 - 66).

Jedna od ključnih pokretača koji omogućuju ne samo preživljavanje nego i procvat, je vjera u budućnost. Upisati studij poduzetništva, dakako i jest vjera da ću jednoga dana biti poduzetnik ili se baviti nekim oblikom poduzetničke aktivnosti. Ukoliko prije upisa na studij, student i nije imao toliko značajno izraženu vjeru, zadatak obrazovne institucije i jest da u studentu potekne tu vjeru, prvenstveno u samoga sebe, a zatim u budućnost koja bi njemu trebala donijeti prosperitet i željeni način života.

Prema značajnom broju autora, uspješan poduzetnik trebao bi imati sljedeće osobine (Siropolis, 1995, 43):

- Inovativnost
- Razumno preuzimanje rizika
- Samouvjerenost
- Uporan rad
- Postavljanje ciljeva
- Odgovornost.

Navedene karakteristike svakako su preduvjet da se bude uspješan poduzetnik, međutim, značajan broj ljudi također ima sve ove osobine, a nisu poduzetnici i nikada to neće niti pokušati postati. Ono što je ključno je poticaj ili okidač, da osoba donese odluka da postane poduzetnik. U određenom broju slučajeva, to može biti splet životnih okolnosti, nužda, očaj, povoljna prilika, ili nešto treće, ali moguće je i da osoba koja ima izraziti talent nikada taj svoj talent ne sprovede u djelo i on u potpunosti ostane neiskorišten. Uz ostalo, obrazovna institucija, trebala bi otkrivati te talente i potencijale u mladim ljudima, ukazati na njih, te potaknuti osobe da svoje talente za koje možda nisu niti znali da ih imaju, probude, i pokušaju ih iskoristiti na najbolji mogući način.

3. OBITELJSKO NASLJEĐE

Obiteljsko poduzetništvo (tzv. ekonomika obitelji) širokog spektra obuhvaća sve od tradicionalnih zanata do kooperacije s najmodernijim industrijama. Naglasak je pritom na domaćinstvu, a ne na pojedincu i izvire iz potrebe njegovanja generacijskih zanimanja i djelatnosti. Nastavak obiteljske tradicije u mnogim je slučajevima gotovo „pitanje časti i ugleda“, a ukoliko je utemeljena i na ekonomskoj motivaciji predstavlja čvrstu branu egzodusu mladih naraštaja (Nejašmić, 1991, 17).

Jedan od značajnijih problema sa kojima se suočavaju obiteljska poduzeća je pitanje nasljedstva, odnosno preuzimanje upravljanja tvrtkom sa svrhom nastavka tradicije i obiteljskog businessa za sljedeće generacije. Istraživanja pokazuju tek 30% obiteljskih tvrtki preživljavaju dulje od prve generacije, a samo 10% do 15% preživi do treće generacije (Applegate, 1994).

Prema dosadašnjim istraživanjima dokazano je da je kroz generacije jedini konstantan faktor koji je imao utjecaj na iduću generaciju da preuzme obiteljski posao bila je obitelj. Očiti proizlazi da bez obzira na to koja generacija vodi posao, obitelj vrši konstantan pozitivan utjecaj kako bi kako bi se osiguralo opstanak poslovanje i u sljedećoj generaciji. Međutim, utjecaj obitelji nije istog intenziteta na svaku osobu, niti je nužno svaki puta presudan faktor (Davis, Harveston, 1998)

Jedan od ciljeva istraživanja je prikazati koliki utjecaj ima obitelj da se student preuzme obiteljski posao, i raste li značajnije ta želja u studentu nakon što upiše fakultet.

4. UTJECAJ OBRAZOVNE INSTITUCIJE NA STUDENTE ČIJI SU RODITELJI PODUZETNICI

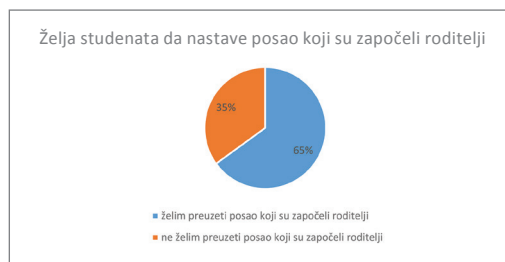
Istraživanje je provedeno na 364 studenta Visoke škole za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, tijekom lipnja 2016. godine.

Od 364 ispitana studenta, 76 studenata je sa 1. godine, 114 studenata sa 2. godine 106 studenata sa treće godine, dok je 68 studenata sa 4. godine studiranja.

Od 76 studenata sa 1. godine, njih 64 se nikada nije bavilo nikakvim oblikom poduzetništva, dok se kod njih 12 roditelji bave nekim oblikom poduzetničke djelatnosti. Od 12 studenata čiji se roditelji bave poduzetništvom, njih 6 odnosno 50% je izjavilo da se namjeravaju nastaviti baviti poslom kojim se bave njihovi roditelji, i pokušati naslijediti posao. Zanimljivi su odgovori studenata koji namjeravaju preuzeti posao od roditelja, da je na njihovu odluku da nastave posao roditelja, na njih četvero, odnosno 66% značajniji utjecaj imao fakultet nego su to bili roditelji. U situacijama kad roditelji vode vlastiti uhodani posao, a dijete upiše fakultet poduzetništva, ekonomije ili menadžmenta, svakako je želja i cilj roditelja da dijete nakon završetka studiranja nastavi njihovu djelatnost i preuzme vođenje poslovanja. Međutim, zanimljivo je to da kod većine studenata 66% je značajniju ulogu da preuzme posao od roditelja imao fakultet nego je to samo bila želja roditelja.

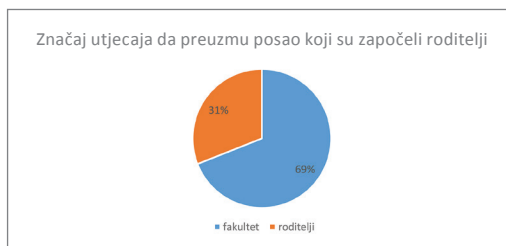
Što raste godine studiranja, situacija je gotovo ista, tako da kod studenata sa 2 godine studiranja, na njih 50% značajniji utjecaj ima fakultet, kod studenata 3 godine 55% značajnije je utjecao fakultet, dok je kod studenata 4 godine 66%.

Slika br. 1. Studenti koji razmišljaju o tome da preuzmu posao koji su započeli njihovi roditelji



Izvor: Izrada autora

Slika br. 2. Značaj utjecaja na studente koji razmišljaju o tome da preuzmu posao koji su započeli njihovi roditelji



Izvor: Izrada autora

Bez obzira na to, kako studenti promatraju utjecaj okoline na njihovu odluku da nastave posao koji su započeli roditelji, zasigurno se može ustvrditi da sa svakom višom godinom studiranja, sama njihova želja da uopće nastave posao koji su započeli roditelji raste.

Prema rezultatima ankete, u prvoj godini studiranja, od studenata čiji roditelji su se ranije bavili poduzetništvom, njih 50% uopće ima želju nastaviti posao od roditelja. U drugoj godini studiranja, postotak je isti, kao i u prvo godini studiranja, dok na trećoj godini taj postotak značajno povećava, tako da iznosi 85,72%. Iz navedenog se može zaključiti da kod studenata čiji su se roditelji bavili poduzetništvom prije nego je student upisao fakultet, sa višom godinom studiranja, postotak želje da se i sam student počne baviti poduzetništvom i da preuzme posao od roditelja, raste, te da je u većoj mjeri na njegovu odluku da preuzme postojeći posao, značajniji doprinos dala obrazovna institucija, nego što su to bili roditelji. Potrebno je svakako uzeti u obzir da je velika većina roditelja koji su poduzetnici potaknula studente da upišu predmetni fakultet, sa ciljem da ih potakne da nastave posao koji su sami započeli, i da u dovoljnoj mjeri, djeca steknu dovoljno znanja, kako bi posao nastavili uspješno kako su to oni sami započeli.

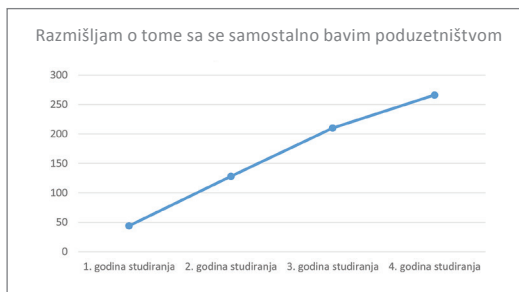
5. POTICAJ OBRAZOVNE INSTITUCIJE NA POKRETANJE VLASTITOG POSLOVNOG PODUHVATA KOD STUDENATA KOJI SE NIKADA NISU SUSRELI SA PODUZETNIŠTVOM

Od 364 ispitana studenta, njih 113 je prije upisa na fakultet razmišljalo o tome da se počnu samostalno baviti poduzetništvom. Navedeni podatak je razumljiv, obzirom da se radi o studiju menadžmenta, i značajan broj studenata ga i upisuje jer razmišlja o tome kako bih jednog dana mogli postati poduzetnici. Iz odgovora ispitanika, to je i dokazano jer je njih 31% uistinu i razmišljalo o tome. Obzirom da je glavni cilj obrazovne institucije, podići razinu svijesti o tome da se budući studenti uistinu počnu nakon završetka studija ozbiljno baviti poduzetništvom, veseli činjenica da se u tome i uspijeva, jer prema odgovorima ispitanika, na pitanje, jesu li tijekom studija počeli razmišljati o tome da se ozbiljno počnu baviti nekim od oblika poduzetničke djelatnosti, njih 266, odnosno 73% je odgovorilo potvrdno. Iz navedenog se može zaključiti da je obrazovna institucija u određenoj mjeri i ispunila svoj cilj, odnosno da je kod većeg dijela studenata uistinu potaknula želju da jednog dana barem pokušaju pokrenuti vlastiti poduzetnički poduhvat i postanu poduzetnici.

Slika br. 3. Studenti koji razmišljaju o tome da se samostalno bave poduzetništvom

Izvor: Izrada autora

Ukoliko se promatra broj studenata koji razmišljaju o tome da se samostalno bave poduzetništvom, prema godini studiranja studenata, onda možemo ustvrditi da svaka viša godina studiranja povećava broj studenata koji se žele baviti poduzetništvom, jer što se duže studira, studenti dobivaju više potrebnih znanja, stariji su i više se osvješćuju o tome što uistinu žele nakon što završe sa studiranjem.

Slika br. 4. Kumulativni prikaz broja studenata koji se nakon završenog fakulteta žele baviti poduzetništvom

Izvor: Izrada autora

Svake godine broj studenata koji žele postati poduzetnici se povećava, te sa završetkom zadnje godine studiranja, najveći dio njih žele postati poduzetnici i samostalno voditi vlastiti posao.

Uz poticanje želje kod studenata da samostalno postanu poduzetnici, jedan od zadataka obrazovne institucije je i poticanje kreativnog načina razmišljanja, te razvijanje ideja o budućim poslovnim poduhvatima. Naime, nije dovoljno samo potaknuti želju da se postane poduzetnik, potrebno je i razviti dobru ideju koja ima ekonomsku opravdanost, koja je realna i u konačnici ostvariva. Poslovnu ideju, potrebno je razmotriti sa različitih aspekata, kako bi se mogla analizirati i razviti u poslovni poduhvat. Značajan dio tih ideja

će nestati, ili će se u potpunosti izmijeniti u odnosu na svoj početak i nastanak, međutim, prvi korak je i sam nastanak te jedinstvene ideje.

Među ostalim, u anketnom upitniku, studentima je postavljeno pitanje o ideji, te, imaju li studenti uopće neku konkretnu zamisao o tome kakav posao bi željeli započeti. Kako smo vidjeli, najveći dio njih ima želju, postati poduzetnik, međutim i kad se radi o idejama, rezultati nimalo ne zaostaju.

Na pitanje: Imate li trenutno kakvu poslovnu ideju kojom bi se htjeli baviti nakon završetka studiranja, njih 172 odnosno 47% je odgovorilo potvrdno, što znači da imaju poslovne ideje, te da ih obrazovna institucija potiče, ne samo na želju da budu poduzetnici, nego ih potiče i da budu kreativni i konkretni u razvoju svojih ideja i planova.

Uspješan poduzetnik, uz želju da se bavi poduzetništvom, jedinstvenu ideju o poslovnom poduhvatu, svakako mora imati i određenu razinu potrebnih znanja za pokretanje svog poduhvata. U Republici Hrvatskoj, posebice od njezina nastanka 90-tih godina 20 tog stoljeća, značajan dio poduzetnika koji su tada započeli poslovanje, nestao je sa tržišta, a posao je neuspješno završen. Jedan od razloga, zasigurno je i nedovoljna razina znanja koji imaju poduzetnici. Praksa je pokazala da je u poslovanju značajnog broja poduzetnika upravo nedovoljna razina znanja limitirajući faktor u uspješnom vođenju malih i srednjih poduzeća. Nedovoljna obrazovanost poduzetnika, implicira donošenje odluka koje se zasnivaju više na instinktima i psihološkim karakteristikama osobe koja takvu odluku donosi, nego na metodama upravljanja i modelima donošenja odluka koje su već davno napisane i dostupne su svim osobama koje imaju želju do njih doći. Ukoliko poduzetnik nema dovoljnu razinu znanja koju je mogao steći kroz formalno obrazovanje, ili kroz višegodišnju praksu i mentorstvo obrazovanih rukovoditelja, zasigurno će se većina njegovih odluka temeljiti na instinktima i osjećajima kako se donosi i većina životnih odluka nevezanih uz poslovno upravljanje. Takav poduzetnik će smatrati da odlučuje ispravno, i racionalno, međutim smjer kretanja poslovanja postaje značajnije rizičan i više će ovisiti o spletu sretnih okolnosti, nego o pravilnom i racionalnom vođenju poslovanja.

Obzirom da je zadatak obrazovne institucije menadžmenta, educirati studente kako bi bili sposobni pravilno upravljati poduzećima i organizacijama, te donositi odluke zasnovane više na racionalnim temeljima, a ne rukovodeći se osjećajima i instinktima, mada je i to značajan faktor u uspješnom rukovođenju, istraživanjem se pokušalo saznati što studenti smatraju koliku razinu znanja dobivaju tijekom svog studiranja. Od ispitanika se tražilo da ocjene koju razinu znanja smatraju da su dobili na obrazovnoj instituciji, te da li je to dovoljno da budu sposobni samostalno se baviti poduzetništvom. Od ukupnog broja ispitanika, promatrajući sve odgovore zajedno, 2% ispitanika smatra da nema dovoljnu razinu znanja za samostalno pokretanje poduzetničkog poduhvata. 15% ih smatra da ima dovoljnu razinu znanja, a 7% ispitanika ih smatra da ima izvrsnu razinu znanja da se samostalno upusti u poduzetnički poduhvat.

Tablica br. 1. Procjena razine znanja koje su studenti stekli tijekom dosadašnjeg studiranja – ukupni odgovori svih i ispitanika

	Koju razinu znanja smatrate da ste na fakultetu tijekom studiranja stekli da se samostalno počnete baviti poduzetništvom
Nedovoljno	2%
Dovoljno	15%
Dobro	45%
Vrlo dobro	31%
Izvršno	7%

Izvor: Izrada autora

Navedeni odgovori su disperzirani na način da većina studenata smatra da ima dobru ili vrlo dobru razinu znanja kojega su stekli na fakultetu tijekom studiranja. Obzirom da se radi i o studentima svih studijskih godina zajedno, podaci se mogu pravilno analizirati i interpretirati tek ako promotrimo odgovore ispitanika prema godini studiranja, posebno za svaku godinu.

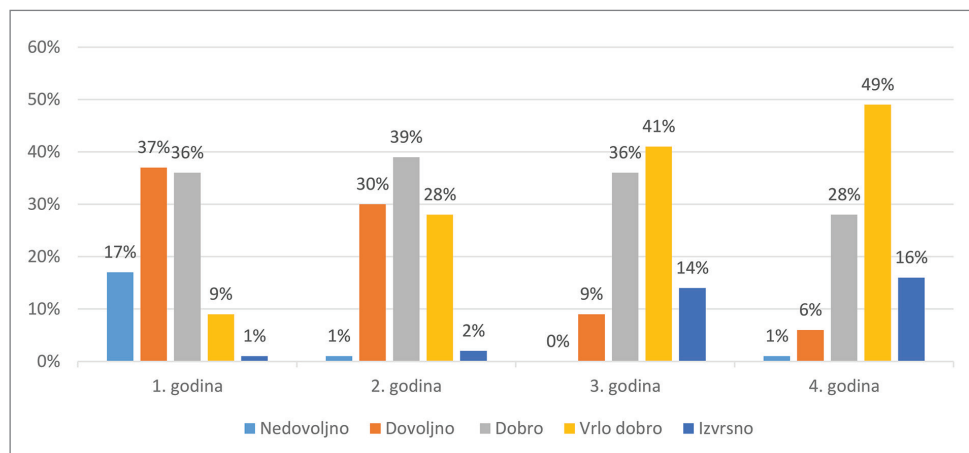
Ukoliko se odgovori analiziraju za svaku godinu zasebno, rezultati su sljedeći: Ukupan broj ispitanika koji su na prvoj godinu su odgovorili da imaju nedovoljnu razinu znanja da se samostalno bave poduzetništvom, dok nitko od ispitanika sa prve godine nije odgovorio da posjeduje izvršnu razinu znanja, i da ne treba stjecanje novih znanja. Nastavno na navedeno, kako je rasla godina studiranja, sve veći broj studenata je davao odgovore o većem stupnju stečenog znanja, a gotovo nitko više nije odgovarao da ima u potpunosti nedovoljnu razinu znanja da se samostalno počne baviti poduzetništvom.

Tablica br. 2. Procjena razine znanja koje su studenti stekli tijekom dosadašnjeg studiranja – odgovori ispitanika prema godini studiranja

	Koju razinu znanja smatrate da ste na fakultetu tijekom studiranja stekli da se samostalno počnete baviti poduzetništvom			
	1. godina	2. godina	3. godina	4. godina
Nedovoljno	17	1	0	1
Dovoljno	37	30	9	6
Dobro	36	39	36	28
Vrlo dobro	9	28	41	49
Izvršno	1	2	14	16

Izvor: Izrada autora

Slika br. 5. Procjena razine znanja koje su studenti stekli tijekom dosadašnjeg studiranja – odgovori ispitanika prema godini studiranja

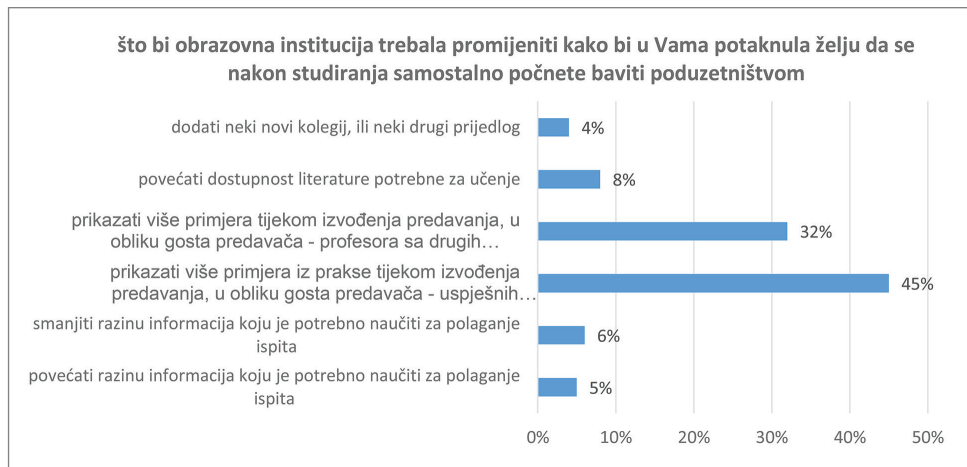


Izvor: Izrada autora

Iz navedenih rezultata vidljivo je da studenti, smatraju da sa svakom višim godinom studiranja, imaju veću razinu znanja da se samostalno upuste u vlastiti poduzetnički poduhvat. Navedeni rezultat u potpunosti korelira sa rezultatom o tome da studenti sa svakom višom završenom godinom studiranja, imaju sve veću želju da samostalno započnu vlastiti poduzetnički poduhvat. Konstatacija je razumljiva, obzirom da sa svakom višim završenom godinom studiranja, studenti smatraju da imaju više znanja, a samim tim dobivaju i više volje da postanu poduzetnici.

Ispitanicima je postavljeno pitanje o tome, što je po njihovom mišljenju potrebno promijeniti od strane obrazovne institucije, kako bi se kod njih potaknula želja da se samostalno počnu baviti poduzetništvom. Rezultati su pokazali da u najvećem broju slučajeva studenti želi više primjera iz prakse, i više osobnih razmjena iskustava sa osobama, poduzetnicima van institucije, koji mogu prenijeti informacije iz prve ruke, svjedočeći osobnim primjerima. Takve osobe, kad ih se vidi osobno i ima im se priliku izravno postaviti pitanje, ruši predrasude da su poduzetnici neke specijalne individue sa nekog drugog svijeta, te da moraju imati neka posebna obilježja koji ih razlikuje od tzv. „običnih“ ljudi. Uspješni poduzetnici koji osobno svjedoče o tome kako su započeli, kako su se razvijali i što je potrebno za poslovni uspjeh, najbolji su put za poticanje mladih ljudi i njihovo usmjeravanje da oni i sami jednoga dana postanu isti takvi. Pozitivni i afirmativni primjeri, najbolji su put mladoj osobi, da i sama postane pozitivna osoba, jer se samo na taj način može uspješno pokrenuti nešto posebno i jedinstveno, što svaki poslovni poduhvat zasigurno i jest.

Slika br. 6. prijedlog studenata o tome što bi obrazovna institucija treba promijeniti kako bi se potaknula želja za poduzetništvom



Izvor: Izrada autora

Od prijedloga o tome što bi obrazovna institucija trebala dodatno uvesti kako bi se potaknula želja u studentima da postanu poduzetnici i kako bi se podigla razina znanja koju će dobiti nakon završetka studiranja, prije svega bilo bi uvođenje više prakse i praktičnih primjera (30% ispitanika). Navedeno se može promatrati zajedno sa prijedlozima o dovodeњу većeg broja uspješnih poduzetnika, te izravnih razgovora i prenošenja iskustava. Ostali prijedlozi, uglavnom su usmjereni ka uvođenju dodatnih kolegija iz područja psihologije i mogućnosti učenja dodatnih stranih jezika u sklopu, što je za sada limitirano na engleski i njemački.

6. ZAKLJUČAK

Zaključak istraživanja svakako ide u prilog nastavnicima koji i prema rezultatima ankete svakako uspijevaju kod studenata potaknuti želju da se samostalno počnu baviti poduzetništvom, ili da nastave posao koji su započeli njihovi roditelji. Roditelji u određenom broju slučajeva uspijevaju potaknuti studente da razmišljaju o tome da nastave njihov posao, međutim, obrazovna institucija je ta koja ipak u većini studenata potiče i razvija poduzetnički duh, te im usađuje određena znanja i kompetencije da jednoga dana postanu uspješni, te doprinesu ne samo osobnom razvoju, već i napretku i boljitku njihovih obitelji, a samim time i boljitku čitave društvene zajednice.

Sa svakom višom godinom studiranja, studenti smatraju da imaju višu razinu znanja, te sa svakom višom godinom studiranja, sve veći broj njih imaju želju da se nakon završetka samostalno počnu baviti poduzetništvom.

Kod studenata čiji se roditelji bave nekom od poduzetničkih aktivnosti, na manji broj njih roditelji su imali utjecaj da započnu promišljanje o preuzimanju obiteljskog posla. Na značajniji broj studenata, ipak je obrazovna institucija bila presudni faktor, da ih potakne na promišljanje preuzimanju poslovanja kojega su započeli njihovi roditelji, ili generacije prije njihovih roditelja.

Unatoč tome što i nadalje postoji značajan prostor za poboljšanja, stjecanje novih znanja i kompetencija u obliku formalnog obrazovanja na nekoj od obrazovnih institucija, zasigurno i nadalje ostaje ključan čimbenik u poticanju poduzetništva i poduzetničkog načina razmišljanja.

INFLUENCE OF EDUCATIONAL INSTITUTION ON ENCOURAGING AND DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

mr. sc. Damir Ribić, pred.

College for Management in Tourism and Informatics in Virovitica

Matije Gupca 78, Virovitica, Croatia

Telephone: +385 33 492 263, fax: +385 33 721 037, E-mail: damir.ribic@vsmti.hr

dr. sc. Zrinka Blažević, v. pred.

College for Management in Tourism and Informatics in Virovitica

Matije Gupca 78, Virovitica, Croatia

Telephone: +385 33 721 099, fax: +385 33 721 037, E mail: zrinka.blazevic@vsmti.hr

ABSTRACT

The main aim of an educational institution that directs its study programs on educating future entrepreneurs is to train students for managing organizations and/or certain parts of organization. One of the hypotheses is a systematical acquisition and developing of entrepreneurial competences which makes recognition of each individual's potential easier, which encourages a certain amount of students to actively contemplate about starting independent an entrepreneurial project. Development of human resources is needed for encouraging entrepreneurial spirit which would fit in into wanted social-economical motion of national economy.

The problem at hand has imposed the research aim that is directed to the analysis of the influences of educational institution on contemplating about and wanting the students to start their own entrepreneurial project. Before the enrollment, a certain part of the students has surely thought about it, however, for a certain part of the student population educational institution was the key motivator which inspired them to think about becoming entrepreneurs one day. Therefore, the given research is aimed at strength and course of the impact of teaching staff on thinking and generating entrepreneurial ideas with students which can potentially grow into an entrepreneurial project and whether that wish grows with every college year finished. The second aim of the research is directed at the strength and direction of the educational institution influence intensity on encouraging thinking about continuing leading and further developing entrepreneurial projects with students whose parents are already involved in some entrepreneurial project. With intention of achieving the aim of the paper, the research will be done by conducting survey among student population of Virovitica College on pattern of 300 undergraduate and graduate level.

Key words: *education; entrepreneurship; entrepreneurial competences; entrepreneurial activity; influence of family environment*

LITERATURA

1. Tafra, V. (2012). Učenje i osposobljavanje za poduzetništvo i obrazovni sustav - strategijski pristup. *Učenje za poduzetništvo*, 2(1), 21-28. Preuzeto s: <http://hrcak.srce.hr/130172>
2. Vojnović, N. (2011). Psihološki aspekti poduzetničke kompetencije učenika utvrđeni strateškim aktima i očekivana ograničenja u njihovoj provedbi. *Učenje za poduzetništvo*, 1(1), 63-75.
3. Applegate, J. (1994). Keep your firm in the family. *Money*, 23, 88-91.
4. Beckhard, R., & Dyer, W. G. (1983). Managing change in the family firm—Issues and strategies. *Sloan Management Review*, 24, 59-65.
5. Davis, P.S. & Harveston, P.D. (1998). *The Influence of Family on the Family Business Succession Process: a MultiGenerational Perspective*, Entrepreneurship theory and practice
6. Siropolis, N.C. (1995). *Menadžment malog poduzeća*. Zagreb: Mate.
7. Baranović, B., Štibrić, M., Domović, V. (2007). Obrazovanje za poduzetnost – perspektiva osnovnoškolskih učitelja i nastavnika. *Sociologija i prostor*, 45 (2007), 177–178 (3–4), 339–360.
8. Pavić, Ž. (2008). Poduzetništvo mladi i nova ekonomija. *Ekonomski vjesnik*, 21(1-2), 85-93.
9. Nejašmić, I. (1991). Moguća revitalizacija sociodemografski depresivnih područja hrvatske. *Sociologija sela* 29 (111/114), 11-24.