

Poduzetnički potencijal hrvatskih profesionalnih sportaša

Tokić, Ante

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:597869>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-03**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

ANTE TOKIĆ

PODUZETNIČKI POTENCIJAL HRVATSKIH PROFESIONALNIH
SPORTAŠA

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2021.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

ANTE TOKIĆ

**PODUZETNIČKI POTENCIJAL HRVATSKIH PROFESIONALNIH
SPORTAŠA**
**ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF CROATIAN
PROFESSIONAL ATHLETES**

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Tomislav Hublin, mag.cin.

ČAKOVEC, 2021.

ZAHVALA

Zahvaljujem svojem mentoru Tomislavu Hublinu, mag. cin. koji me je savjetovao i pružao pomoć prilikom pisanja završnog rada.

Zahvaljujem svojem lektoru rada, mag. prim. edu. Dini Dobrosavljević.

Na kraju, najviše zahvaljujem svojoj obitelji i djevojci koji su mi pružali podršku i pomoć tijekom cijelog studiranja.

Ante Tokić

SAŽETAK

Poduzetništvo je proces koji ima fokus na nekoliko stvari, a to su stvaranje nečeg novog, razvoj novog pothvata, stvaranje profita od strane poduzetnika koji preuzimaju rizik u smislu uloženog kapitala i vremena te pružaju vrijednost proizvodu kojeg nude. Poduzetništvo je prisutno u svakom segmetu društva pa tako i u sportu te ih možemo svrstati u dvije skupine. Prva je sport kao poduzetnička djelatnost, a druga je poduzetništvo u sportu. Osobe kojima je bavljenje sportom zanimanje i glavni izvor prihoda nazivaju se profesionalni sportaši. Sportska karijera profesionalnog sportaša nije dugog vijeka, odnosno ne traje dugo kao neka druga uobičajena zanimanja te zbog toga mnogi profesionalci moraju odlučiti čime će se baviti nakon sportske karijere. Neki sportaši odluče se baviti zanimanjima u području sporta (postanu menadžeri, direktori ili treneri u sportskim klubovima), a neki se odluče za poduzetnički pothvat koji nema nikakve poveznice sa sportom. U ovom završnom radu prikazani su primjeri hrvatskih profesionalnih sportaša i njihovi poduzetnički pothvati u koje su oni tijekom ili nakon svoje karijere uložili kapital koji su stekli kroz sport te ga pretvorili u proizvod koji bi im trebao donositi profit. Neki sportaši su bili više inovativni s idejama i proizvodima koje su plasirali na tržište, a neki manje te su isto tako neki uspjeli u svojim zacrtanim ciljevima, a neki nisu.

Ključne riječi: *poduzetništvo, sport, profesionalni sportaši, poduzetnički pothvat, ideja, profit*

Sadržaj:

SAŽETAK

1. UVOD	4
2. PODUZETNIŠTVO	6
2.1. Poduzetnik	7
2.2. Poduzeće	8
2.3. Poduzetnički pothvat	9
2.4. Povezanost poduzetništva i sporta	10
2.5. Poduzetničko okruženje	11
2.6. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj	13
3. SPORT I PROFESIONALNI SPORTAŠI KAO PODUZETNICI	17
3.1. Poduzetnički potencijal sportaša	19
3.2. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – nogometaši	20
3.2.1. Dejan Lovren –Russel Brown, Rock Filius, Hotel Joel.....	21
3.2.2. Dario Šimić – Aqua Viva, Vivas caffe, Vivas barovi, Vivas vending	22
3.2.3. Igor Štimac – Hotel Therapia, Sport Tip, Faces, Rizman	24
3.3. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – košarkaši	26
3.3.1. Mate Skelin - Manaske	26
3.3.2. Stipe Režić – Mushroom Cups	27
3.4. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – rukometaši	28
3.4.1. Ivano Balić i Petar Metličić – Rukometna Akademija Balić&Metličić	28
3.4.2. Igor Kos – Sportski centar Stars	30
3.5. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – ostali primjeri	30
3.5.1. Filip Ude – Evita Fragrances	30
3.5.2. Iva Majoli – Teniski centar Iva Majoli, Sora restorani.....	31
3.5.3. Mirko Filipović – Virage	32
3.5.4. Janica Kostelić – nekretnine, kozmetički salon.....	32
4. ZAKLJUČAK	34
5. LITERATURA	36

1. UVOD

Poduzetništvo je prisutno u raznim granama društva i bitan je faktor koji utječe na ekonomsku razvijenost istog. Poduzetnici su poslovni ljudi koji ulažu svoj kapital uz nekakav rizik u određene poslovne prilike, nadajući se pritom iz toga ostvariti profit [1].

Poduzetnici su poslovni ljudi koji ulažu svoj kapital u svoje ideje, kojima žele ostvariti nekakvu korist, najčešće je to novčana dobit. Oni su osobe koje moraju imati razne liderske, kreativne i upravljačke osobine kako bi dobro i uspješno upravljali poduzetničkim pothvatom, odoljevajući tako rizicima koji su prisutni i koji mogu uništiti isti.

Sport ima jako puno definicija te je teško pronaći jednu koja obuhvaća sve razine sporta i sve načine shvaćanja istog. Općenita definicija može glasiti - sport je bilo kakva tjelesna ili psihička aktivnost koja se može povremeno ili organizirano odvijati, imajući pritom cilj iskazivanja i unaprijeđenja tjelesne spremnosti, psihičkog odnosno mentalnog zdravlja, uspostavljanja društvenih odnosa i rezultira sportskim rezultatima na natjecateljskim razinama [2].

Profesionalni sportaši jesu osobe kojima je njihovo bavljenje sportom osnovno zanimanje i samim time izvor njihovih prihoda. Ne postoji formalno obrazovanje za sportaša. Djeca koja se bave sportom često se povežu sa sportskim načinom življenja i sa svime što sport donosi pa tako neka od njih u odrasloj dobi postanu profesionalni sportaši i sportašice.

Sportaš kontinuirano kroz svoju sportsku karijeru pokušava što bolje savladati i usavršiti disciplinu kojom se bavi, a samim time i postići što veći sportski, financijski ili neki drugi uspjeh. Neosporno je da profesionalno bavljenje sportom kao zanimanje ima puno pozitivnih učinaka na pojedince koji se njime bave. Međutim, ima i negativne učinke kao što su na primjer tjelesne ozljede, odvojenost od obitelji, neka vrste društvene asocijalizacije te relativno kratak vijek sportske karijere.

Zadnje navedeno je posebno povezano s temom ovog rada, naime vrhunski sportaši često se pitaju ili se susreću s pitanjem s čime bi se voljeli baviti i kakve planove imaju nakon sportske karijere. Odgovori su od sportaša do sportaša različiti. Neki žele ostati u sportu kao treneri ili zaposlenici kluba gdje su kao sportaši trenirali, neki smatraju da ne moraju

ništa raditi nakon karijere i da će steći dovoljno novca, neki investiraju u obiteljski posao ili neku inovativnu ideju, neki se obrazuju i žele raditi van sfere sporta i dr.

Činjenica je da veliku ulogu igra i disciplina sporta kojom se sportaš bavi. Mogućnosti zarade profesionalnih sportaša tijekom karijere nisu iste i ovise o više faktora: sportu kojim se bave, odnosno koliko je sport popularan, sreći ili nesreći sa sportskim ozljedama, koliko je određeni pojedinac kvalitetan u svojoj profesiji i koliko su ga poslodavci spremni platiti, koliko novaca cirkulira tim sportom i dr. Sve to utječe na količinu kapitala koju će sportaši zaraditi tijekom svoje relativno kratke karijere, a to će direktno utjecati i na vrste poduzetničkih pothvata u koje investiraju zarađeni kapital.

Zbog svih prije navedenih faktora neki sportaši nisu u mogućnosti ostvariti određen kapital koji im je potreban za ostvarivanje zamišljenih i željenih poduzetničkih pothvata, a samim time mijenja se i opseg poduzetničkih ambicija sportaša. U ovom radu prikazat će se poduzetnički potencijal hrvatskih profesionalnih sportaša kao i njihovi poduzetnički pothvati.

2. PODUZETNIŠTVO

Egzaktna, odnosno jedinstvena definicija poduzetništva ne postoji jer ono predstavlja aktivnost i neizvjesnost. Nerijetko se koristi formulacija da je poduzetništvo aktivnost neke osobe koju ona vrši sa svrhom da zadovolji i ispuni potrebe na tržištu te uz određenu razinu rizika pokušava steći što bolji profit [3].

Bitan faktor svakog gospodarstva jest poduzetništvo. Poduzetništvo je jedan sustav odnosno proces koji se sastoji od komponenata kao što su inovativnost, znanje, hrabrost, kompetencija, kapital, vrijeme, rad, plan, rizik i dr.

Moderan poslovni svijet zahtijeva stalne promjene te otkrivanje novih mogućnosti zato što se društvo, okolina i svijet u kojem živimo konstantno mijenja. Poduzetništvo je zajedno sa znanjem, komunikacijom i informacijama temeljni resurs i nositelj gospodarskog razvoja [4].

Jedna od glavnih zagonetki koje se pojavljuje u poduzetništvu odnosi se na poduzetnika odnosno rađa li se poduzetnik ili se postaje poduzetnikom? Teško je točno odgovoriti na ovo kategoričko pitanje. Sigurno je da se poduzetnikom postaje, ali razna istraživanja o poduzetničkom ponašanju pokazuju kako zapravo svi ljudi imaju obilježja formalnog poduzetnika bez obzira kojim se poslom bavili ili u kojoj dobi života se nalazili. Poduzetništvo stvara, a u samoj ljudskoj naravi je stvaranje. Može se zaključiti da je poduzetništvo zapravo prirodno obilježje čovjeka [5].

Ulazak u svijet poduzetništva ima svoje prednosti i nedostatke. Neki ljudi smatraju kako je posjedovanje poduzeća i vođenje vlastitog posla najbolji način rada zbog samostalnosti, visokih financijskih primanja, uzbudljivosti i nepredvidivosti, mogućnosti izravnog utjecaja na odluke u poslovanju, fleksibilnosti za odmor i slobodne dane, obzirom da kao šefovi ne moraju odgovarati nadležnima i dr.

Međutim, u poduzetništvu je stalno prisutan rizik i stres te se stoga pojedinci radije odlučuju za „sigurniju“ varijantu, pri kojoj se odlučuje za rad u poduzeću u kojem točno znaju svoje zadatke i gdje je puno lakše odvojiti privatni život od poslovnog.

Svaki čovjek bi prije ulaska u poduzetništvo trebao odmjeriti prednosti i nedostatke ulaska u isti. U tablici 1. prikazane su neke od prednosti i nedostataka ulaska u svijet poduzetništva [6].

Tablica 1. Prednosti i nedostaci ulaska u poduzetništvo

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
Voljeti ono čime se baviš	Nema fiksnog vremena rada
Iskorištavanje maksimalnog potencijala	Stres, odnosno narušavanje zdravlja
Nema granica u ostvarivanju profita	Neograničena odgovornost
Priznatost u društvu	Nema osiguranja za dohodak
Djelomična kontrola vlastite sudbine	Rizik gubitka uloženog kapitala
Donošenje bitnih odluka za poslovanje	Obeshrabrenje

Izvor: Škrtić, M. (2006). Poduzetništvo. Zagreb, Sinergija.

2.1. Poduzetnik

Poduzetnik je osoba koja želi upravljati poduzećem, razvijati ga, stvoriti nešto inovativno te pritom preuzeti rizik mogućeg neuspjeha. Neke sposobnosti i karakteristike koje poduzetnik mora imati su: vizija, vodstvo, spremnost na rizik, kreativnost, motivacija, poslovni duh, sposobnost upravljanja, znanje o poslu i ljudima i druge. Jednostavnije rečeno poduzetnik je osoba koja ulaže svoj novac odnosno kapital u poduzetnički pothvat kojim želi ostvariti nekakvu korist, najčešće profit [7].

Poduzetnik treba uočiti poslovnu priliku, iskoristiti mogućnosti koje mu se pružaju na tržištu te uočiti i odmjeriti probleme i rizike koji se pojavljuju. Poželjno je da poduzetnik ima veliku ambiciju i entuzijazam koje treba prenositi na svoje zaposlenike ili partnere.

Potrebna je upornost i vjera poduzetnika u ono što radi zato što postoje razni poslovni i menadžerski rizici koji mogu dovesti do neuspjeha poduzetničkog pothvata. U slučaju da

se to dogodi, poduzetnik bi trebao biti spreman na poraz, pokušati ponovo te ne bi trebao odustati od zacrtanih ciljeva.

Biti poduzetnik u samoj srži te riječi nije teško, ali biti uspješan poduzetnik jest. U suvremenom svijetu razina općeg znanja, razvoja tehnologije, opće informiranosti je sve veća i veća pa se zaključuje da je jednostavnije biti poduzetnik nego prije.

Međutim, konkurencija na tržištu je isto tako oštrija i raste. Poduzetnički svijet je otvoren svima i ne postoje neke temeljne prepreke koje mogu spriječiti ljude da započnu svoj poduzetnički pothvat, ali potrebne su već navedene sposobnosti i karakteristike poduzetnika kako bi se pothvat održao i uspio na tržištu.

Slika 1. Osobine poduzetnika



Izvor: Autor

2.2. Poduzeće

Poduzeće se može definirati kao poslovni subjekt kojeg je konkretizirala i dala mu formu poduzetnička ideja odnosno pothvat. Ono je zapravo jedna cjelina putem koje poduzetnik djeluje na tržištu i na istome želi biti uspješan. Postoji više podjela poduzeća koje se vode različitim indikatorima.

Ekonomska teorija ima isprofiliranu podjelu poduzeća na tri osnovna oblika, a to su mala, srednja i velika poduzeća. Isto tako vrste poduzeća razlikujemo i po vlasništvu koje može biti privatno, javno ili mješovito.

S pravne strane gledano, u Hrvatskoj se prema Zakonu o trgovačkim društvima poduzeća mogu podijeliti na sljedeće pravne oblike, tj. trgovačka društva:

- Javno trgovačko društvo
- Dioničko društvo
- Gospodarsko interesno udruženje
- Društvo s ograničenom odgovornošću
- Komanditno društvo [7].

2.3. Poduzetnički pothvat

Poduzetnički pothvat možemo definirati kao spoj potencijalno dobre poslovne ideje u obliku poslovne prilike i kapitala potrebnog da se ta ideja formira i ostvari. Kako bi uopće došlo do poduzetničkog pothvata poduzetnik prvo mora imati ideju koju on smatra odličnom poslovnom prilikom s kojom bi uspio na tržištu. Druga stvar koju poduzetnik treba imati je kapital, koji investira u ideju odnosno poslovnu priliku, a on može biti vlastiti ili posuđeni.

Kako bi došlo do realizacije pothvata, poduzetnik treba osmisliti način na koji će se odvijati proizvodnja ili prodaja usluge. Odabrani način ima zadatak da zadovolji potrebe kupaca na tržištu i da vraća investirani kapital poduzetnika. Poduzetnik može imati dva pristupa pri analizi pokretanja poduzetničkog pothvata, a to su:

- „žablja perspektiva“ – to je pristup poduzetničkom pothvatu gdje poduzetnik ne gleda širu sliku, već samo ono što mu se nalazi pred očima.
- „helikopterska perspektiva“ – pristup pri kojem se gleda s visine, šira slika samog pothvata i detektiranje okoline, problema, mogućnosti i drugo [7].

Poduzetnici moraju dobro analizirati mogućnosti i načine financiranja poduzetničkog pothvata. Trebaju biti konkretni i znati točan iznos kapitala koji im je potreban da bi poduzetnički pothvat uspio i da bi se realizirao jer u protivnom nisu interesantni potencijalnim dobavljačima i investitorima.

Nadalje, trebaju znati kakav način financiranja pothvata najbolje odgovara njima i mogućnostima poduzeća te razviti strategiju za prikupljanje financijskih sredstava. Kapital za poduzetnički pothvat poznajemo u nekoliko oblika: stvari, prava i novac.

Navedeni oblici mogu se pojaviti u tradicionalnim izvorima financiranja ili drugim, odnosno netradicionalnim.

Tablica 2. Financijski izvori za poduzetničke pothvate

IZVORI	
Tradicionalni:	Netradicionalni:
Vlastiti kapital	Franšiza
Obitelj i prijatelji	Poslovni anđeli
Poticaji	Mikrokrediti
Krediti	Factoring
Vlastito financiranje bez vanjskih ulaganja ili Bootstrapping	Garantni i Venture fondovi

Izvor: Škrtić, M.; Mikić M. (2011). Poduzetništvo, Zagreb, Sinergija.

Kako bi se što bolje analizirali i utvrdili svi elementi ulaganja u određenu poslovnu priliku poduzetnici izrađuju poslovni plan. Poslovni plan je pisani dokument kojim se želi jasno definirati ciljevi poslovanja te se u njemu opisuju i metode postizanja istih.

Poslovnim planom radi se procjena i analiza: poslovne prilike, prihoda, troškova, kontrole i vođenje pothvata, ljudskih i financijskih resursa, ekonomskih učinaka koji se očekuju, potencijalnih problema koji se mogu pojaviti u budućnosti te se utvrđuju rješenja za iste. Cijela ta analiza i opis poslovne ideje svodi se na to da se procijeni financijska isplativost ideje.

2.4. Povezanost poduzetništva i sporta

Sport i poduzetništvo su međusobno povezani jer kao što je već navedeno u radu, poduzetništvo je prisutno u svakom segmentu društva pa tako i u sportu. Ova dva pojma mogu biti povezana na dva različita načina.

Prvi je način sport kao poduzetnička djelatnost. Ovaj pojam obuhvaća aktivnosti koje se konkretno odnose na sport, a u to se ubrajaju razne aktivnosti kao sudjelovanje na

natjecanjima, upravljanje te održavanje raznih sportskih objekata, obrazovanje (treneri su primjerice jedan oblik poduzetnika), organizacija raznih sportskih događaja i dr.

Drugi način je poduzetništvo u sportu koji uključuje sve aktivnosti koje su orijentirane na ostvarivanje poduzetničkih pothvata koristeći sport kao sredstvo za realizaciju postavljenih ciljeva, ostvarivanja profita ili drugih koristi, neovisno o kojoj djelatnosti se radi [8]. Sve te aktivnosti i pothvati pomažu gospodarskom i društvenom razvoju kroz poboljšanje zdravstvene slike društva, populariziranja lokacije, povećanje zaposlenosti i potrošnje i dr.

Poduzetništvo u sportu može se podijeliti na tri grane:

- Primarno poduzetništvo – obuhvaća sve poduzetničke djelatnosti čiji kapital dolazi iz sporta i onda se preusmjerava u druge djelatnosti.
- Sekundarno poduzetništvo – karakterizira sve one proizvode koji nadograđuju ponudu sporta, njegovog tržišta i industrije.
- Tercijarno poduzetništvo – orijentira se na marketing i njegove aktivnosti u sportu s ciljem realizacije neprofitnih ciljeva [9].

Poduzetništvo i sport u kontekstu ovog rada najviše se može povezati s primarnim i sekundarnim poduzetništvom obzirom da hrvatski profesionalni sportaši kapital za svoje poduzetničke pothvate ostvaruju baveći se sportom te ga zatim investiraju u razne djelatnosti koje su ponekad povezane sa sportom, a nekad i nisu.

2.5. Poduzetničko okruženje

Svako poduzeće i svaki poduzetnik, općenito gledajući, imaju jednake želje, a to je biti uspješan na tržištu, ostvarivati zacrtane ciljeve te što duže opstati na tržištu. Utjecaj na to hoće li se planirani ciljevi ostvariti i hoće li biti uspješni ovisi i o okruženju u kojem se nalaze poduzeće i poduzetnik.

Kako bi poduzeće ostvarilo svoj cilj ili ciljeve, potrebno je napraviti dobru analizu okruženja, uočiti i iskoristiti prednosti i poslovne prilike koje su na raspolaganju te predvidjeti što bolje potencijalne rizike i probleme.

Poduzetničko okruženje moguće je definirati kao splet organizacija koji u nekoj mjeri, bilo to izravno ili neizravno utječu na opće poduzetničko gospodarstvo, njegovo stanje i aktivnost poduzetnika.

Pojave koje karakteriziraju suvremeno poduzetničko okruženje jesu: uspostavljanje poslovnih sustava, otvaranje tržišta i sloboda kretanja robe, kapitala i radne snage, nastajanje velikih internacionalnih gospodarskih integracija, brz napredak i razvoj znanosti i tehnologije, konflikt industrijskog razvitka ekologije, društvena odgovornost poduzetnika i slično [10].

Poduzetničko okruženje poduzeća može se svrstati u tri razine:

- Interno okruženje
- Mikrookruženje ili okruženje zadatka
- Makrookruženje ili opće okruženje

Kako bi se stvorilo dobro i kvalitetno poduzetničko okruženje potrebno je formirati „poduzetničke koalicije“ koje vežu uz sebe niz prednosti, a neke od njih su: otvaranje poduzetničkih inkubatora, stvaranje rizičnog kapitala, osnivanje regionalne razvojne agencije, usvajanje koncepta razvoja, brže korištenje sredstava i izvora financiranja poduzetništva, integriranje u međunarodne fondove i projekte i dr. [11].

Poduzetnik bi trebao dobro proučiti i analizirati sve faktore iz poduzetničkog okruženja kako bi što bolje mogao uočiti i reagirati na prilike i probleme s kojima se može suočiti na tržištu. Kako bi poduzetnik bio dobro pripremljen i da bolje reagira na promjene na tržištu može mu pomoći PEST analiza.

PEST analiza jest metoda kojom se analizira poslovno okruženje i koja je temelj strateškog planiranja. To je analiza kojom se kvantificiraju i otkrivaju već navedene prilike, problemi u poslovanju. Analizirajući okolinu poduzeća, PEST analiza pomaže poduzetnicima da shvate kako vanjske sile utječu na poslovanje poduzeća.

PEST je akronim za političko, ekonomsko, socijalno i tehnologijsko okruženje, a upravo ta okruženja su vanjske sile koje utječu na poduzeće i koje se navedenom metodom analiziraju. PEST metoda trebala bi biti dio svakog poslovnog plana zato što je dio upravljanja rizikom i dizajniranja strategije [12].

2.6. Poduzetništvo u Republici Hrvatskoj

Prema Hrvatskom zavodu za statistiku u 2020. godini bilo je registrirano 283 467 pravnih subjekata od čega aktivnih 164 161. Struktura poslovnih subjekata pokazuje da je više od polovine registriranih i aktivnih subjekata zastupljeno u četiri područja djelatnosti:

- Trgovina na veliko i malo
- Popravak motornih vozila i motocikala
- Prerađivačka industrija
- Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti

Na državnom zavodu za statistiku može se doći i do podataka vezanih uz strukturu pravnih osoba prema oblicima vlasništva gdje je vidljivo da dominira privatno vlasništvo kao najčešći oblik s 78,3%, državno vlasništvo ima 0,8% subjekata, mješovito vlasništvo 0,5% subjekata, zadružno vlasništvo 0,5% te je zanimljivo da se vlasništvo ne prati za 19,9% pravnih subjekata [13].

Grafikon 1. Struktura pravnih osoba prema vlasništvu



Izvor: Vlastita izrada

Što se tiče poduzetništva u Hrvatskoj, Svjetski gospodarski forum (World Economic Forum) analizira konkurentnost država formulirajući države kao skup raznih faktora i institucija koje određuju razinu zadovoljstva građana i produktivnost društva. Izvješće koje se objavljuje naziva se „Izvješće o globalnoj konkurentnosti“.

Hrvatska se u izvješću za 2018/2019 godinu nalazila na 68. mjestu od 140 mogućih. Moglo bi se reći dosta nisko, no u izvješću za 2015/2016 godinu Hrvatska se nalazila na

77. mjestu pa se može zaključiti da gospodarstvo, a samim time i poduzetništvo Hrvatske raste.

Isto tako treba napomenuti da TEA (Total Entrepreneurial Activity) indeks je isto jedan od indikatora koji nam govori da Hrvatska može i treba bolje konkurirati u poduzetništvu. TEA indeks pokazuje koliki broj ljudi na 100 odraslih stanovnika:

- pokušava osnovati neki svoj posao
- su vlasnici poduzeća koje nije starije od tri godine

Za Hrvatsku navedeni indeks pokazuje dvije negativne stvari: nizak motivacijski indeks te malo učestvovanje „odraslih“ poduzeća (poduzeća aktivna duže od 42 mjeseca).

Broj poduzetnika u Hrvatskoj raste iz godine u godinu neovisno o tome što je Hrvatska često okarakterizirana kao zemlja društvene i gospodarske tranzicije, kojoj fali znanje o poduzetništvu, tradicija i iskustvo. Sigurno da je pristup Hrvatske u Europsku uniju ubrao neke postupke i potaknuo rast u raznim segmentima društva te se sasvim podrazumijeva da je to proces koji zahtijeva određeno vrijeme.

Gledajući zadnjih petnaestak godina, može se primjetiti da je u Hrvatskoj iniciran projekt kojim se sustavno potiče poduzetništvo, a i izgradio se sustav institucijske potpore. Hrvatska bi svakako trebala imati u planu provedbu reformi u obrazovnom sustavu te razvijanje civilnog sektora. U protivnom mala je vjerojatnost da će društvo tako brzo poprimiti karakteristike odgovornog poduzetništva te da će u gospodarskom sektoru prevladavati grana poduzetništva [14].

Poduzetničko okruženje u Hrvatskoj ima veliki utjecaj na poduzetničku aktivnost i to takav da istu više ograničava nego potiče. Neki od segmenata u kojima se djeluje stimulatивно na poduzetničku aktivnost u Hrvatskoj su raspoloživost i fizička infrastruktura. Međutim, postoji puno više segmenata kojima se limitira poduzetnička aktivnost, a neki od njih su: politika Hrvatske vlade prema regulatornom obliku, razne prepreke na putu ulaska na tržište, kulturne i društvene norme te nedovoljno obrazovanje u osnovnim i srednjim školama kojim se stječu educirani, mladi i kompetitivni ljudi [15].

Poduzetnici početnici u Hrvatskoj, ali i „odrasli“ poduzetnici koji žele osnovati svoje poduzeće, najčešće se suočavaju s problemom kapitala odnosno nedostatkom istog. Samim time javlja se i potreba za sufinanciranjem poduzetničkog pothvata tuđim

kapitalom, a načini sufinanciranja u ovom radu navedeni su kod poglavlja poduzetnički pothvat.

Obzirom da društvo u Hrvatskoj može imati i trebalo bi imati puno veću svijest, hrabrost i obrazovanje o poduzetništvu, često se govori i piše o poticajima u poduzetništvu.

Poticaji koje mogu dobiti poduzetnici početnici u Hrvatskoj kako bi ostvarili svoje poslovne ideje su bitni jer banke često znaju ocijeniti poslovne ideje koje im se predstavljaju kao rizične zato što poduzetnik nema nikakvo pokriće u obliku povijesti poslovanja ili poslovnih rezultata. Takve potporne institucije u poduzetništvu prema Ministarstvu poduzetništva i obrta Republike Hrvatske su:

- razvojne agencije
- poduzetnički centri
- poslovni inkubatori
- poduzetnički akceleratori
- poslovni parkovi
- znanstveno – tehnološki parkovi

U Hrvatskoj postoji više institucija koje potiču poduzetništvo i daju podršku poduzetnicima početnicima. Hrvatska otkako je postala samostalna država pokrenula je nekoliko inicijativa potpore u poduzetništvu. Tako je 1991. godine u Sisku pokrenut poduzetnički inkubator ELICON.

1992. godine hrvatska vlada i gospodarska komora osnovale su u Zagrebu CROATEH, a zadatak je bio pomoći i stimulirati tehnološki razvitak malih tvrtki.

1996. godine osnovan je PORIN, još jedan poduzetnički inkubator koji je pomagao poduzetnicima, koji su pokretali vlastiti posao.

Vlada je 1999. godine prihvatila elemente politike razvoja malog gospodarstva i poduzetništva te program razvitka istih.

Postojalo je još primjera poticanja poduzetništva u Hrvatskoj, no gledajući više sadašnje stanje i bližu prošlost jedan od primjera poticaja za otvaranje poduzeća jest odluka Ministarstva poduzetništva koje je donijelo odluku da se poduzeće može osnovati kao

jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću. Najveća prednost i poticaj osnivanja navedenog poduzeća jest činjenica da najniži temeljni kapital mora iznositi 10 kuna.

Drugi primjer je CRANE (Croatian Business Angels Network) organizacija. Čine ju privatni investitori koji imaju interes ulaganja kapitala u proizvodne i inovativne pothvate odnosno poduzeća. To je neprofitna organizacija koja je osnovana 2008. godine te predstavlja mrežu poslovnih anđela u Hrvatskoj, koja pomaže osigurati kapital za početne faze projekata i poslovnih ideja pa su na taj način veliki poticatelji razvoja poduzetništva [16].

Sve su to bitni poticaji poduzetnicima koji nailaze na prepreke u razvoju i baš zato stručnjaci u Hrvatskoj pokušavaju oformiti razvojne programe. U prošlosti se pokazalo da sve države koje su imale svoje razvojne programe za gospodarstvo su ostvarile jasne stope rasta.

U ekonomskoj literaturi najčešće se susrećemo s podjelom poduzeća na: mikro, mala, srednja i velika poduzeća. Oni se kategoriziraju po određenim kriterijima kao što su: broj zaposlenih ljudi, godišnji prihod te ukupnoj aktivi.

U ovome radu najviše pažnje i zapravo svi primjeri poduzetničkih pothvata sportaša odnosit će se na malo i srednje poduzetništvo obzirom da mala i srednja poduzeća (MSP) čine skoro cijelo poduzetništvo u Republici Hrvatskoj. Također, sami sportaši, koji nakon ili tijekom svoje karijere se odluče za poduzetnički pothvat, osnivaju upravo mala ili srednja poduzeća.

Zaključak je da Hrvatska i njeno poduzetničko okruženje definitivno ima puno mana i prostora za napredak, no isto tako treba reći da njeno poduzetništvo raste, možda ne naglo, ali svakako raste. Dokaz tome su sve više uključivanje poduzetništva u obrazovanje, navedeni primjeri poticanja za poduzetnike početnike, svjetska izvješća o konkurentnosti gdje Hrvatska raste i dr.

3. SPORT I PROFESIONALNI SPORTAŠI KAO PODUZETNICI

Sport je postao najučestalija ljudska djelatnost kojom se čovjek brine za svoje tijelo i duh. Nedvojbeno je činjenica da sportske aktivnosti utječu pozitivno na fizičko, psihološko, duševno i socijalno stanje čovjeka. Međutim, upravo zbog te masovnosti sporta, njegova srž se izgubila kada pričamo o sportu na profesionalnoj razini jer je to postao veliki biznis.

Sport je dobar za zdravlje čovjeka, uči ga disciplini, važnosti timskog rada (kod kolektivnih sportova) i odgovornosti. Veliki broj roditelja općenito odluči svoju djecu upisati u neku disciplinu sporta iz mnogobrojnih pozitivnih razloga koje sport donosi. Neki od razloga su ti da bi se djeca bolje socijalizirala, da bi se naučili odgovornosti i predanosti radu, razvitak motoričkih i kognitivnih sposobnosti i dr. Djeca koja se ističu po talentu i kvaliteti u nekoj disciplini sporta često se odluče baviti sportom kao svojom profesijom te taj rekreativni oblik sporta zamjene profesionalnim. Taj proces profesionalizacije odnosi se na razvoj sporta kao profesije kojom sportaši zarađuju za svoj život i ta činjenica da sportom odnosno disciplinom kojom se bavi zarađuje za život, definira profesionalnog sportaša [17].

Kada se osoba odluči za profesionalno bavljenje sportom to sa sobom nosi mnoge prednosti kao što su na primjer tjelesna spremnost, financijska primanja koja dosta variraju ovisno o sportu, stjecanje prijatelja, iskustva na brojnim putovanjima, dobar status u društvu i dr. Isto tako profesionalni sport uz sebe veže i nedostatke kao što su sportske ozljede, odvojenost od obitelji i prijatelja, kratko trajanje profesionalne karijere te izloženost privatnog života.

Tablica 3. Prednosti i nedostaci profesionalnog bavljenja sportom

PREDNOSTI	NEDOSTATCI
Izvrсна fizička spremnost	Mogućnost ozljede
Dobar status u društvu	Kratak vijek profesionalne karijere
Financijska primanja ovisno o sportu	Nedostatak vlastitog društva, obitelji i prijatelja
Brojna putovanja i stjecanje iskustva	Izloženost medijima

Izvor: Autor

Profesionalni sportaši se često tijekom svoje karijere sami zapitaju ili im bude postavljeno pitanje: „što raditi i čime se baviti nakon sportske karijere?“. Upravo zbog navedenih nedostataka, odnosno negativnih stvari koje se vežu uz profesionalni sport dolazi se do poveznice između profesionalnih sportaša i poduzetnika. Normalno je da svi ne žele isto ili nisu u mogućnosti da pokrenu i odluče se za iste ili slične poduzetničke ideje i pothvate.

Vremensko razdoblje profesionalne karijere za sportaša dosta je kratko i ovisi o stvarima na koje sportaš može utjecati (predanost treningu, disciplina, pravilna ishrana i odmor i dr.), ali i puno faktora na koje čovjek ne može sasvim utjecati (sportske ozljede, nepopularnost sporta, poslovanje kluba, sponzorstva za klub koja utječu na stanje kluba, a samim time i na primanja igrača i dr.). O tome svemu ovisi hoće li ta sportska karijera biti uspješna kako sportski tako i financijski. Upravo zato profesionalni sportaši vrlo rano počinju razmišljati što će raditi nakon karijere i tu dolazi do razvijanja i pojave poduzetničkih ideja i poduzetničkog potencijala.

Sport može pomoći profesionalnim sportašima da se dosjete poduzetničke ideje ili da je ostvare. Ponajprije se to odnosi na sljedeće stvari:

- Novac – profesionalni sportaši imaju nadprosječna primanja u društvu što je možda u jednu ruku i pravedno obzirom da im karijera relativno kratko traje te se nakon 30 i nešto godina moraju okrenuti novoj profesiji u životu. Svjedoci smo da u današnje vrijeme ta primanja jako ovise o popularnosti sporta te možemo vidjeti kako profesionalni nogometaši ili recimo košarkaši zarađuju puno više od drugih sportaša koji se bave ne tako popularnim sportovima. Zbog tih nadprosječnih primanja profesionalnim sportašima sport može pomoći da lakše ostvare svoje poduzetničke ideje jer će lakše doći do potrebnog kapitala.
- Putovanja – jedan sastavni dio profesionalnog sporta jesu putovanja. Profesionalni sportaš tijekom svoje karijere proputuje jako puno i na tim putovanjima može vidjeti i upoznati razne ljude, običaje, kulture te naravno neke proizvode i poduzeća, koja ga mogu dovesti do poduzetničke ideje.
- Kontakti s poduzetnicima – u svijetu profesionalnog sporta nalazi se mnogo ljudi odnosno uspješnih poduzetnika koji žele biti dio sporta, bilo to iz razloga zato što vole sport ili žele povećati svoj ugled u društvu. Sportaši mogu stupiti u kontakt s njima i razviti samostalne ili možda zajedničke poslovne ideje.

3.1. Poduzetnički potencijal sportaša

Uloga sportaša kao poduzetnika nedovoljno je istražena u području literature o poduzetništvu i upravljanju sportom. Poduzetništvo je postalo globalni fenomen 21. stoljeća gdje poduzetnik bira pristup da on bude inicijator promjena, a ne da bude zahvaćen promjenama te tako vodi stil života koji odgovara izazovima suvremenog doba i preuzima odgovornost za vlastitu budućnost.

U danjašnje vrijeme sve se više razvija omladinsko poduzetništvo gdje mladi odlučuju pokrenuti vlastito poduzeće, no u najviše slučajeva negativan utjecaj na to ima nedostatak financijskih sredstava. Kako se sportaši ubrajaju u mlado stanovništvo i za njih vrijedi činjenica da je sve više poduzetnika i da žele svoje sportsko iskustvo koje su stekli primjeniti u poslovnom okruženju.

Profesionalni sportaši ulaze u poduzetništvo zato što su svjesni da sportska karijera nije doživotna, a samim time i financijska primanja koja dobivaju za sportsku disciplinu kojom se bave. Velika nesigurnost vlada u svijetu sporta i razni faktori na koje čovjek ne može utjecati odlučuju hoće li sportaš uspjeti u sportskom, ali i financijskom aspektu.

Financijske mogućnosti jako ovise o poduzetničkim pothvatima koje sportaši pokreću tako da se vidi jasna razlika u pothvatima koje pokreću sportaši iz različitih sportova koji su različito popularni, a time i financijski snažni. Na primjer razlika je vidljiva između pojedinaca koji su u svjetskom vrhu u sportskoj disciplini kojom se bave - nogometaši i košarkaši, koji imaju jako visoka primanja pa možda i nemoralna i neprirodna kada se pogledaju primanja prosječnog stanovnika i s druge strane sportaša koji se bave manje popularnim sportovima i nemaju velika primanja te su više osuđeni na kreativnost ili manje pothvate kada se govori o financijskom aspektu.

Kada sportaši završe sa svojom sportskom karijerom neki od njih ostanu u sportu zato što sport za njih ne predstavlja samo posao, već ujedno i način življenja. Najčešći primjeri za to su slučajevi kada sportaš postane trener što je isto nekakva podvrsta poduzetnika, sportski direktor u nekom klubu ili sportski menadžer u sportu kojim se bavio i bio uspješan.

Neki od mnogobrojnih primjera bivših igrača koji su ostali u sportu kao treneri su: Niko Kovač (bivši nogometaš, kapetan Hrvatske reprezentacije nakon karijere bio je izbornik Hrvatske reprezentacije, a zatim trener velikih nogometnih klubova *Bayern Münchena* i *Monaca*), Hrvoje Horvat (bivši rukometaš postao trenerom rukometnog kluba Nexe, a zatim izbornikom Hrvatske rukometne reprezentacije) i dr.

Neki primjeri sportaša koji su ostali u sportu kao sportski direktori ili menadžeri su: Klaudija Bubalo (bivša rukometašica i trenutna sportska direktorica u rukometnom klubu Lokomotiva), Zvonimir Boban (bivši hrvatski nogometaš koji je bio sportski direktor u talijanskom klubu *Milan*) i dr.

Neki sportaši ulaze u poduzetništvo tako da iskoriste imidž i popularnost svojeg imena koje imaju u društvu za marketinšku komunikaciju, strategiju brendiranja te se odluče za predstavljanje proizvoda pod svojim imenom, a to se zove monobrendiranje [18].

Primjeri monobrendiranja sportaša u svijetu su: Cristiano Ronaldo (jedan od najboljih nogometaša današnjice koristi svoje ime i imidž za proizvode koje stavlja na tržište pa tako ima liniju naočala, mirisnih parfema ili donjeg rublja pod nazivom „CR7“) i Michael Jordan (jedan od najpoznatijih košarkaša svih vremena u suradnji s robnom markom Nike pokrenuo je liniju odjeće i obuće pod nazivom „Air Jordan“).

Mnogim sportašima koji nakon svoje karijere odluče da ne žele ostati u sportu kao treneri, menadžeri ili direktori, preostaju razne buduće mogućnosti u poduzetništvu. Sportaši koji pokreću novi posao s aspekta poduzetništva imaju sigurno veći stupanj poduzetničkog talenta i temperamenta kojeg posjeduju. Tako će se u sljedećim poglavljima opisati poduzetnički pothvati koje su hrvatski sportaši pokrenuli tijekom ili nakon svoje sportske karijere.

3.2. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – nogometaši

Nogomet je jedan od najpopularnijih ako ne i najpopularniji sport današnjice. Ovaj globalni sport se kao i svaka druga sportska disciplina prvo igrao radi zabave i rekreacije, a zatim se poslije razvio u jako veliki biznis u kojem se okreće ogroman kapital.

Koliki se kapital okreće dovoljno govori činjenica da najbolji nogometni klubovi na tržištu vrijede par milijardi dolara te da mnogo igrača iz najviših nacionalnih natjecanja zarađuje milijunske iznose.

Profesionalni nogometaši tako u pravilu imaju mnogo veća primanja od prosjeka stanovništva te imaju izvrsne izgleda da tijekom svoje karijere steknu kapital koji nakon karijere mogu usmjeriti u neki poduzetnički pothvat, naravno ako se odluče za isti. Nogomet u Hrvatskoj je jako popularan kao i u svakoj zemlji, a neki od primjera hrvatskih profesionalnih nogometaša koji su se okušali u poduzetničkim vodama su Dejan Lovren, Dario Šimić te Igor Štimac.

3.2.1. Dejan Lovren –Russel Brown, Rock Filius, Hotel Joel

Dejan Lovren proslavljeni je hrvatski nogometaš na poziciji braniča, aktivno se i dalje bavi nogometom i član je hrvatske nogometne reprezentacije. Rođen je 5. srpnja 1989. u gradu Zenica u Bosni i Hercegovini. U svojoj seniorskoj karijeri igrao je u velikim i poznatim klubovima: GNK Dinamo (Hrvatska), *FC Olympique Lyonnais* (Francuska), *Southampton F.C.*, *Liverpool F.C.* (Engleska) te klub u kojem trenutno igra *FK Zenit* (Rusija). U svojoj karijeri osvojio je mnogo trofeja, a najveći uspjesi su mu zasigurno osvojena titula europskog prvaka s *Liverpoolom* te drugo mjesto na Svjetskom nogometnom prvenstvu (u Rusiji 2018. godine) s reprezentacijom Hrvatske.

Dejan se tijekom svoje karijere već pokazao kao osoba koja svoj objektivno veliki novac koji zarađuje putem nogometa želi usmjeriti u poduzetništvo. Prvi poduzetnički pothvat kojim se upustio u svijet poduzetništva bila je robna marka *Russel Brown*, a potom je pokrenuo i drugi brand *Rock Filius* te je otvorio hotel *Joel* u Novalji na otoku Pagu u Hrvatskoj.

Russel Brown robna je marka koju je Dejan pokrenuo sa svojim kumom Lovrom Krčarom. Nastala je 2012. godine, a zaštitni znak brenda bila je mistična sova. *Russel Brown* bila je kompetno hrvatska marka zato što je kreirana, dizajnirana i proizvedena u Hrvatskoj [19]. Dejan je izjavio za medije da su prilikom lansiranja proizvoda naišli na jako veliki interes.

Prilikom puštanja proizvoda na tržište bitna je promocija i reklama, koja u današnje vrijeme najčešće ide putem interneta, a Dejan je tu odlično iskoristio svoje kolege iz klubova i reprezentacije, koji su popularni u društvu i imaju na svojim društvenim mrežama milijune pratitelja. Cilj ova dva mlada poduzetnika bio je da tom markom naprave moderan i prepoznatljiv hrvatski modni proizvod, što su i jednim dijelom uspjeli

jer je marka bila dosta popularna u Hrvatskoj. Koliko su u tome u cijelosti uspjeli teško je reći jer od 2015. godine proizvod u potpunosti nestaje s tržišta i to bez službenog objašnjenja.

Nakon što se *Russel Brown* ugasio 2015. godine, Dejan 2018. godine pokreće s Matijom Mišićem novi posao i novi brand kojeg naziva *Rock Filius*. Ovog puta Dejan je pod imenom marke odlučio prodavati ne samo odjeću, već i druge stvari kao na primjer parfeme i slušalice. Svaki proizvod je također kao i kod *Russel Browna* kompletno hrvatski. Primjerice, parfem marke *Rock Filius* zove se „*Vetiver Rock*“ i za njegovu recepturu zaslužan je hrvatski parfumer Tomislav Vrbanec iz Hrvatske Parfemske kuće, a proizvodnja se nalazi u Čakovcu. Isto tako parfem se može kupiti putem interneta, ali i u drogerijama u Hrvatskoj gdje se za Dejanov drugi poduzetnički pothvat vidi razlika u pristupu distribucije [20].

Za razliku od prva dva poduzetnička pothvata koja su se vezala uz modu, Dejan je 2018. godine pokrenuo nešto sasvim novo i otvorio vlastiti hotel „*Joel*“ u Novalji na otoku Pagu, u čiju je izgradnju uložio oko tri milijuna eura. Novalja je vrlo popularno hrvatsko turističko mjesto gdje se za vrijeme ljetne sezone nalazi jako puno turista. Hotel je moderno uređen, a posjeduje: 11 jednosobnih apartmana, 2 studio apartmana, 1 luksuzni apartman, 2 dependanse, restoran, vanjski bar, vanjski bazen, teretanu i razne druge sadržaje koje turisti mogu koristiti [21].

3.2.2. Dario Šimić – Aqua Viva, Vivas caffe, Vivas barovi, Vivas vending

Dario Šimić je bivši profesionalni hrvatski nogometaš. Rođen je 12. studenog 1975. godine u Zagrebu, a u nogometu je tijekom svoje karijere igrao na poziciji braniča. U svojoj sportskoj karijeri igrao je za nogometni klub Croatia Osiguranje (današnji GNK Dinamo), *FC Inter* i *A.C. Milan* u Italiji te francuski *Monaco*. Osvojio je mnogo trofeja u svojoj karijeri, a najveći uspjesi su mu zasigurno dvije osvojene Lige prvaka te brončana medalja s Hrvatskom na Svjetskom prvenstvu 1998. godine u Francuskoj.

Dario je također dobar primjer sportaša koji se odlučio za poduzetništvo tijekom svoje sportske karijere. U intervjuima je često znao reći kako ga je uvijek privlačilo da stvara neke nove vrijednosti i kako novcem zarađenim kroz nogomet želi doprinjeti društvu

[22]. Dario je osnovao četiri poduzeća, a to su: Živa voda d.o.o. (*Aqua Viva*), Živi bar d.o.o. (*Vivas bar*), Živa kava d.o.o. (*Vivas caffe*) te Živi vending d.o.o. (*Vivas vending*).

Sve svoje investicije Dario je uložio u Hrvatskoj, a njegova poduzeća broje oko 250 zaposlenika što je zaista respektabilni broj.

2003. godine Dario je osnovao poduzeće Živa voda d.o.o. koje se bavi distribucijom vode u galonima i aparatima za korištenje istih, namjenjenih za tvrtke i domaćinstva. Voda koju distribuira ističe se po tome što je 99,9% vode pročišćeno rezervnom osmozom kojom su uklonjene sve štetne tvari, a dodane soli, magnezij i kalcij. Proizvod je nazvan talijanskim imenom Darijevog poduzeća u Hrvatskoj - *Aqua Viva*.

Kao i kod slučaja Dejana Lovrena marketing je bio dosta lakši zadatak nego kod poduzetnika koji lansiraju proizvod na tržište, a nisu medijske ličnosti. Kada je Dario osnovao svoje poduzeće i krenuo u posao s vodom, svi mediji su to popratili te je javnost bila vrlo dobro informirana.

Često je Dario nailazio na kritike i osporavanja za proizvodnju vode u galonima te su čak neka istraživanja pokazala da bi samo 3% ljudi koristilo vodu koja se distribuira u galonima. Međutim, samo godinu dana nakon otvaranja tržište vode u galonima je bilo jako veliko i uspješno. Direktorica firme je Darijeva majka, Matija Šimić, koja smatra da je temelj uspješnog poslovanja zadovoljan zaposlenik te kaže da unatoč gospodarskoj krizi tvrtka ni u jednom trenutku nije izgubila likvidnost. Poduzeće Živa voda broji oko 40 zaposlenika koji su, kako oni kažu, kao jedna velika obitelj [23].

Drugo poduzeće koje je Dario otvorio bio je lanac barova „*Viva 's bar*“. Prvi bar koji je otvorio nalazio se u Zagrebačkom kvartu Ravnice te nije poslovao najbolje. Međutim, Dario je izjavio kako je malo po malo učio na greškama i usavršavao i poboljšavao svoje barove te tako činio razliku u konkurenciji, a s vremenom se i povećavao broj barova. Danas u Hrvatskoj postoji 16 *Viva 's* barova. Dario je otvorivši barove došao i do ideje da pokrene proizvodnju vlastite kave pod nazivom „*Vivas caffe*“, a to je njegovo treće poduzeće i kava se pokazala jako uspješnom na hrvatskom tržištu.

Kava se može probati u svakom *Viva 's* baru, ali i sveukupno u više od 300 ugostiteljskih objekata diljem Hrvatske. Posao s kavom proširio u malom mjestu Matulji kod grada Rijeke, gdje je kava stvorena u suradnji s Nikolom Žigantom, jednim od najpoznatijih

hrvatskih poznavatelja i kušača kave. Treba napomenuti da se u svim barovima mogu kupiti galoni vode „*Aqua Viva*“ te su tako galoni vode dostupni i privatnim kupcima na više lokacija.

Četvrto poduzeće koje je Dario Šimić osnovao je Živi vending d.o.o. To je tvrtka koja se bavi samoposlužnim aparatima na kojima potrošači mogu kupiti kavu, sokove ili grickalice. Aparati također nose ime „*Vivas*“ čime se proizvod može povezati s ostalim poduzećima Darija Šimića. Trenutno u Hrvatskoj ima oko 800 „*Vivas vending*“ aparata. Dario je tako svoje barove, samoposlužne aparate, proizvodnju vode i kave nekako povezo i ujedinio te tako napravio jaki brend *Vivas* na hrvatskom tržištu.

3.2.3. Igor Štimac – Hotel Therapia, Sport Tip, Faces, Rizman

Igor Štimac umirovljeni je hrvatski nogometni reprezentativac i sadašnji nogometni trener. Rođen je 6. rujna 1967. godine u Metkoviću, a za vrijeme svoje sportske karijere igrao je na poziciji centralnog braniča. Kao igrač igrao je za sljedeće klubove: NK Hajduk Split, španjolski *Cadiz FC* te engleske klubove *Derby County F.C.* i *West Ham United*. Nastupao je i za reprezentaciju Jugoslavije te Hrvatske, a najveći uspjeh mu je osvojeno treće mjesto s Hrvatskom na Svjetskom prvenstvu u Francuskoj 1998. godine.

Poslije nogometne karijere odlučio je biti nogometni trener te je u dosadašnjoj karijeri vodio hrvatske klubove Hajduk Split, Cibalia, Zagreb i Zadar, iranski *Sepahan Isfahan*, ali i nacionalne reprezentacije Hrvatske i Indije. Bez obzira na uspješnu nogometnu i trenersku karijeru, Igor se upustio u poduzetništvo u više navrata gdje su se neki njegovi poduzetnički pothvati pokazali kao ispravnom odlukom, a neki kao krivom.

Igor Štimac je osoba koja ne odustaje nakon što se mora suočiti s neuspjehom vlastitog poduzetničkog pothvata. Jedan od poduzetničkih pothvata koji je pokrenuo, najveći svakako, a nije se pokazao najboljim bila je kupovina hotela „*Therapia*“ u Crikvenici 2004. godine. Igor je ušao u hotelijerski biznis te je kupio navedeni hotel i preuredio ga, a za to je uložio veliki iznos od oko 15 milijuna eura. Prilikom otvaranja rekao je da nema iskustva u hotelijerstvu, ali da ima veliku volju te da mu njegovi poduzetnički pothvati pomažu da se makne od nogometa, koji ga ponekad iscrpljuje fizički i psihički [24].

Hotel posluje tokom cijele godine i sadrži 92 sobe i 17 luksuznih apartmana te je najstariji na crkveničkoj rivijeri. Nakon preuređenja, hotel je bio usmjeren na zdravstveni/sportski turizam obzirom da je imao *Wellness* sadržaje, teretanu, teniske i mini golf terene i dr.

Iako se činilo da će hotel dobro poslovati, to se nije ispostavilo kao slučaj. Hotel je generirao gubitke pa je Igor bio primoran prepustiti i prodati Hotel jednom austrijskom lancu hotela „*Falkensteiner*“ koji, kako kaže Igor, ima puno više iskustva u hotelijerstvu i zna kako privući kvalitetnije goste i produljiti sezonu.

Sljedeći pothvat Igora Štimca bila je kupnja zemljišta, a zatim otvaranje noćnog kluba „*Faces*“ na Bolu na otoku Braču. Klub se nalazio na jako atraktivnom mjestu, no nakon nekog vremena Igor ga je odlučio zatvoriti jer je rekao da se ne želi više baviti poslovima koji mogu diskreditirati njegovo ime. Iako je klub zatvorio, Igor na tome zemljištu na otoku Braču planira graditi luksuzne vile za turiste [24].

2000. godine Igor Štimac je zajedno sa svojim poslovnim partnerima i sportskim kolegama Goranom Ivaniševićem, Aljošom Asanovićem i Alenom Bokšićem pokrenuo lanac sportskih kladionica „*Sport tip*“ u Hrvatskoj. Ovaj poduzetnički pothvat također se nije pokazao kao dobrom idejom, naime firma je poslovala s gubitkom te je morala proglasiti stečaj, a u trenutku istog bilo je zaposleno oko 300 zaposlenika u 120 poslovnica [25].

Najuspješniji poduzetnički pothvat Igora Štimca svakako je osnivanje poduzeća Rizman d.o.o. 2008. godine. Poduzeće se bavi proizvodnjom maslinovog ulja i vina. Tvrtku je Igor pokrenuo zajedno sa svojim ocem Vladom te braćom Mihovilom i Damirom u malom mjestu Komarna. Vinogorje u Komarni prvo je hrvatsko ekološko vinogorje. Tvrtka je dobila ime po prvom vinaru u obitelji Štimac, a to je bio Igorov pradjed Mihovil čiji je nadimak bio Rizman.

Vinarija obitelji Štimac ima veliku i dugu tradiciju, međutim, jedno vrijeme nije radila, sve dok 2008. godine Igor nije investirao u ponovnu proizvodnju. Tvrtka je počela dobro poslovati i ponose se uzgojem autohtonih sorta vina Plavac mali, Pošip te Tribidrag [26].

3.3. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – košarkaši

Košarka je timski sport koji se igra u cijelom svijetu. Najviše se igra i najviše je popularizirana u Americi preko *NBA* lige, koja se smatra najboljom i najtežom ligom na svijetu. Košarka na profesionalnoj razini također je kao i nogomet postala biznis kojim cirkulira veliki novac. Primjeri Hrvatskih profesionalnih košarkaša koji su se okušali u poduzetništvu su Mate Skelin i Stipe Režić.

3.3.1. Mate Skelin - Manaske

Mate Skelin bivši je hrvatski košarkaš. Rođen je 13. prosinca 1974. godine u Zagrebu. Igrao je za košarkašku reprezentaciju Jugoslavije, a poslije i Hrvatske. Nakon svoje karijere ostao je u sportu i 2015. godine postao je tim menadžer jednog od najkvalitetnijih košarkaških klubova u Hrvatskoj, KK Cedevita. Mate se nakon tri godine povukao s pozicije u KK Cedevita, a kao razlog je naveo da mu posao menadžera tima oduzima previše vremena. Naime KK Cedevita je tim koji se natječe u tri natjecanja te igrači i stručni stožer stalno su na putovanjima, a obzirom da Mate ima suprugu, troje djece i slastičarnicu, odlučio se povući. Upravo Slastičarnica je poduzetnički pothvat kojim se bivši košarkaš odlučio baviti. Mate je tijekom svoje sportske karijere igrao u Italiji, Bugarskoj, Rusiji, Francuskoj, Americi te je puno putovao. Antonija, Matina supruga, je u svakoj državi gdje je Mate igrao odlučila tražiti i kušati ukusne tradicionalne recepte za popularne slastice.

Mate je 2011. godine zajedno sa svojom suprugom odlučio otvoriti slastičarnicu. Slastičarnica se nalazi na istočnom dijelu Zagreba i zove se „*MANASKE*“. Bračni par Skelin do imena slastičarnice su došli tako da su kombinirali prva slova svakog člana obitelji i prezime na kraju (Mate, Antonija, Natali, Ante i Andre).

Obzirom da je Mate igrao u talijanskom gradu Bologni i tamo ima kontakte uspio je u svojoj slastičarnici ponuditi poseban talijanski sladoled Artisan, koji se ne može kupiti bilo gdje jer se radi o limitiranoj seriji. Za vrijeme igranja u Francuskoj supruga Antonija tragala je za najboljim receptima francuskih kroasana i slatkih vinila, a dok je Mate igrao u Americi pronašla je ukusan recept tradicionalne američke pite. Tako je bračni par Skelin otvorio slastičarnicu i u svoju ponudu uvrstio razne slastice iz cijelog svijeta koje su oni tijekom Matine karijere otkrili i zavoljeli [27].

3.3.2. Stipe Režić – Mushroom Cups

Stipe Režić bivši je hrvatski profesionalni košarkaš. Rođen je 26. veljače 1989. godine, a uz sportsku karijeru diplomirao je na Fakultetu elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje u Splitu. Stipe je u svojoj sportskoj karijeri igrao za košarkaške klubove Solin, Dubrovnik, Jolly Šibenik i slovensku Union Olimpiju. Kao košarkaš nije napravio toliko veliku i uspješnu sportsku karijeru kao već navedeni Mate Skelin, međutim, kao poduzetnik se pokazao izuzetno inovativnim i hrabrim.

Stipe Režić je zajedno sa svojim partnerima Antom Draganićem, Mortenom Smalbyjem te Tonijem Trivkovićem pokrenuo vlastiti brand organske instant kave – *Mushroom Cups*. Ne bi to bilo toliko neuobičajeno i inovativno da ovi poduzetnici nisu spojili dva naizgled nespojiva sastojka, a to su gljive i kava. Stipe je do ove ideje došao zahvaljujući svojem susjedu iz djetinjstva koji je gljivar te mu je on uvijek govorio kako gljive imaju dobrotvorne učinke na ljudski organizam.

Drugi razlog koji mu je također bio poticaj za poduzetnički pothvat je jako rijetka alergija koju je njegov otac imao u prošlosti i koju je uspio izlječiti ekstraktom gljiva, koji je poslije Mate odlučio ubacivati u svoj proizvod. Stipe je zajedno s partnerima u navedeni poduzetnički pothvat uložio oko sto tisuća eura te namjeravaju ulagati i dalje u razvoj svog poduzeća.

U prodaji se nalaze dva proizvoda *Go Fresh* i *Go Sharp*. Kava koja se koristi za ove proizvode dolazi iz Perua i nju su partneri zajedno izabrali te je ju odlučili pomiješati s hrvatskim divljim lisičarkama. U *Go Fresh* proizvod stavljaju se još sibirski gljiva *Chaga*, dok se kod *Go Sharp* proizvoda dodaje gljiva *Cordyceps* podrijetlom iz Tibeta.

Navedeni proizvodi prodaju se u paketima koji sadrže 10 instant vrećica za pripremu napitka, potrebno je samo na smjesu doliti vruću vodu te mlijeko i šećer po želji. Stipe navodi kako njegov proizvod ima mnoge zdrave sastojke koji stvaraju pozitivne učinke na ljudski organizam. Neki od njih su bogatstvo antioksidansa i melanina, koji dobro utječu na ljudski imunitet, kosu i kožu. Zatim već navedena gljiva *Cordyceps*, koja utječe kod muškaraca pozitivno na broj spermatozoida te povećava staničnu bioenergiju, aerobni kapacitet, poboljšava odmor organizma te jača imunološki sustav.

Svi zainteresirani potencijalni kupci za ovu vrstu kave ne moraju brinuti previše o okusu proizvoda zato što se ova kava okusom ne razlikuje od uobičajene kave, odnosno okus gljiva se ne osjeti. Kava se proizvodi u Solinu odakle Stipe i dolazi, a iz Solina se šalje u zapadnu Europu i Ameriku. Proizvode *Go Fresh* i *Go Sharp* moguće je kupiti u pojedinim kafićima u Dalmaciji, bio dućanima te preko internet trgovine [28].

3.4. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – rukometaši

Rukomet je sport koji je najviše popularan i najviše se igra u Europi. Treba napomenuti kako u 21. stoljeću sve više neeuropskih država kao na primjer Argentina, Brazil, Japan, Tunis ili Egipat ulažu u razvoj rukometa. Međutim, treba proći još neko vrijeme prije nego li se rukomet globalizira i postane sport koji se igra u cijelom svijetu.

Kako rukomet nije toliko globalan sport kao na primjer nogomet, oko njega se ne okreću milijunski iznosi. Naravno da je to povezano i sa primanjima rukometaša koja nisu toliko visoka kao na primjer kod nogometaša ili košarkaša, a samim time i veličinom poduzetničkog pothvata kada govorimo o pothvatu u financijskom aspektu.

Rukomet u Hrvatskoj je jako popularan, a tome siguno doprinosi činjenica da je Hrvatska rukometna reprezentacija najtrofejnija reprezentacija u povijesti Hrvatskog sporta. Kako Hrvatski rukometaši i rukometašice ostvaruju odlične rezultate na velikim međunarodnim natjecanjima, tako i veliki broj djece koji ih prati odluči se baviti rukometom. Ivano Balić, Petar Metličić i Igor Kos samo su neki rukometaši koji su kroz svoju sportsku karijeru stekli kapital, ideju ili imidž u društvu te navedene stvari poslije iskoristili u svojim poduzetničkim pothvatima.

3.4.1 Ivano Balić i Petar Metličić – Rukometna Akademija Balić&Metličić

Ivano Balić bivši je hrvatski rukometni reprezentativac, koji je igrao na poziciji srednjeg vanjskog. Rođen je 1. travnja 1979. godine u Splitu. Tijekom svoje karijere igrao je za hrvatske klubove RK Split, RK Metković, RK CO Zagreb, španjolske *Portland San Antonio*, *BM Ciudad Real* i *Atletico de Madrid* te njemački *HSG Wetzlar*. S Hrvatskom reprezentacijom osvojio je devet medalja na velikim natjecanjima, a najveći uspjesi su mu osvojene Olimpijske igre 2004. godine u Ateni te zlatna medalja sa Svjetskog prvenstva 2003. godine u Portugalu.

Ivano je više puta bio izabran za najboljeg i najkorisnijeg igrača na turnirima na kojima je sudjelovao, a od strane *IHF - a* (Međunarodne rukometne federacije) proglašen je najboljim rukometašem svih vremena što dovoljno govori o njegovim igračkim kvalitetama. Ivano je bio član „Zlatne“ generacije rukometaša kako je nazivaju mediji, generacije koja je osvajala medalje na velikim natjecanjima, a njegov reprezentativni kolega u svim tim uspjesima bio je kapetan tadašnje reprezentacije Petar Metličić.

Petar Metličić rođen je 25. prosinca 1976. godine, a u rukometu je igrao na poziciji desnog vanjskog. Bio je standardni član i kapetan Hrvatske rukometne reprezentacije, a klubovi za koje je igrao bili su hrvatski RK Split i RK Metković, španjolski *Ademar Leon*, *Atletico de Madrid* i *BM Ciudad Real*, slovenski RK Celje te francuski *Montpellier*. Poveznica u poduzetništvu između Ivana Balića i Petra Metličića je ta da su ova dva velikana hrvatskog sporta pokrenuli nakon svojih karijera vlastitu rukometnu akademiju u Splitu.

„Rukometna Akademija Balić&Metličić“, tako se punim nazivom zove akademija koju su pokrenuli proslavljeni hrvatski rukometaši. Balić i Metličić jedna su od najpoznatijih prezimena u hrvatskom rukometu te su tako Ivano i Petar otvorivši akademiju automatski stekli pozornost i interes šire javnosti. Akademija je osnovana 2007. godine u Splitu i usmjerena je na rad s djecom, no isto tako akademija ima svoju seniorsku momčad koja se natječe u 1. HRL, što je drugi rang natjecanja u rukometu na razini cijele Hrvatske.

Tijekom godina svoga rada pokazuje se kao izvrsna rukometna škola gdje mladi rukometni talenti uspiju stasati u izvrsne igrače u seniorskoj konkurenciji. Jedan od prvih izdanaka njihove škole rukometni je reprezentativac Marin Šipić. Isto tako u njihovoj akademiji svoj trenerski zanat kalili su bivši igrači i mladi treneri Željko Babić (koji je jedno vrijeme bio izbornik Hrvatske muške rukometne reprezentacije), Ljubo Vukić, Venio Losert te Jelena Novačić [29].

Gledajući s poduzetničke odnosno financijske strane teško je reći koliko je ovaj projekt Ivana i Petra bio uspješan obzirom da ti podaci nisu dostupni. Međutim, ono što se može sa sigurnošću reći je da akademija radi kontinuirano tijekom cijele godine i da raste. Primjeri za to su ljetni i zimski rukometni kampovi koje akademija organizira, a za pohvalu je što akademija novčano pomaže obiteljima slabijeg imovinskog stanja koje nisu u mogućnosti poslati djecu na rukometni kamp. Sljedeći primjer je „ERSTE“ liga Dalmacije koju su pokrenuli Ivano i Petar u suradnji s navedenim sponzorom, a u njoj se

natječu djeca raznih uzrasta od Poreča do Dubrovnika. Radom u akademiji Ivano i Petar našli su svoj mir na kraju igračkih karijera u sportu koji ih je i učinio velikima.

3.4.2 Igor Kos – Sportski centar Stars

Igor Kos bivši je hrvatski rukometni reprezentativac, koji je igrao na poziciji desnog vanjskog. Rođen je 17. veljače 1978. godine u Zagrebu, a što je specifično za njegovu sportsku profesionalnu karijeru je to da je igrao čak za 14 klubova, što je dosta neuobičajeno. Najbolji klubovi za koje je igrao bili su hrvatski RK Zagreb, slovenski RK Celje, francuski *Chambery*, španjolski *Ademar Leon*, te njemački *Flensburg*. S Hrvatskom reprezentacijom osvojio je dva zlata na Mediteranskim igrama 1997. i 2001. godine.

Igor Kos se nakon svoje karijere okušao kao trener u Rukometnom klubu Medveščak za koji je i igrao u natjecateljskoj sezoni 2012/2013. Međutim, nije se dugo zadržao i vidio u ulozi rukometnog trenera te se tako odlučuje za pokretanje vlastitog sportskog centra/kluba kojeg naziva Stars. Sportski centar se nalazi u malom gradu Samoboru pored Zagreba te ima mnoštvo sadržaja za bavljenje sportom, a to su 2 vanjska zemljana teniska terena, jedan unutarnji teniski teren, teren s umjetnom travom za mali nogomet, padel teren, nogo biljar te vanjski teren za košarku. Od popratnih sadržaja u sklopu sportsko centra nalazi se ugostiteljski objekt „SK Stars“, koji za goste nudi usuge pića te posjeduje vanjsku terasu i igraonicu za malu djecu [30].

3.5. Hrvatski profesionalni sportaši poduzetnici – ostali primjeri

U ovom poglavlju će se opisati uspješni i neuspješni poduzetnički pothvati hrvatskih profesionalnih sportaša koji se bave ili su se bavili uglavnom individualnim sportovima. Postoji zaista mnogo profesionalnih sportaša u Hrvatskoj koji su ušli u svijet poduzetništva te je nemoguće spomenuti svakog. Dodatni primjeri hrvatskih sportaša odnosno njihovi poduzetnički pothvati koje su pokrenuli su Filip Ude, Iva Majoli, Mirko Filipović i Janica Kostelić.

3.5.1. Filip Ude – Evita Fragrances

Filip Ude hrvatski je gimnastičarski reprezentativac, rođen je 3. lipnja 1986. godine u Čakovcu. Član je gimnastičarskog kluba „Marijan Zadravec - Macan“, a gimnastička

disciplina u kojoj se natječe i u kojoj je najuspješniji jest konj s hvataljkama. Njegovi najveći uspjesi koji su ga proslavili u Hrvatskoj javnosti su osvojena druga mjesta na Olimpijskim igrama u Pekingu 2008. godine i na Svjetskom prvenstvu u Nanningu 2014. godine.

Filip Ude je tijekom svoje karijere odlučio okušati se u poduzetništvu. Naime, on je 2018. godine zajedno sa svojom suprugom Anom Ude u čakovečkoj Gradskoj kavani promovirao na tržište privatnu kolekciju parfema. Kolekcija ovog poznatog čakovečkog para nazvana je „*EVITA FRAGRANCES* by Ana i Filip Ude“, a naziv je posvećen njihovoj kćeri Evi. Par se upustio u ovaj poduzetnički pothvat u suradnji s hrvatskim snagama parfemske industrije, odnosno doprinos kolekciji dao je hrvatski parfumer iz Čakovca Tomislav Vrbanec i njegova Hrvatska parfemska kuća. Potrošači su imali na raspolaganju dva muška i dva ženska parfema, koji se mogu kupiti u Hrvatskoj parfemskoj kući ili studiju „*MakeupByAna*“ [31].

3.5.2. Iva Majoli – Teniski centar Iva Majoli, Sora restorani

Iva Majoli najuspješnija je tenisačica u Hrvatskoj teniskoj povijesti. Rođena je 12. kolovoza 1977. godine u Zagrebu. U svojoj profesionalnoj teniskoj karijeri osvojila je devet WTA turnira, a najveći uspjeh bio joj je osvajanje prestižnog Grand Slam turnira Roland Garros 1997. godine u Parizu.

Iva je jedan primjer sportaša čije poslovne ideje nisu zaživjele i uspjele. Iva je tijekom svoje karijere od teniskih turnira zaradila preko 4 i pol milijuna dolara te je svoj javni imidž i kapital koji je zaradila htjela iskoristiti u poslovanju. Stoga je 2006. godine kupila i otvorila Teniski centar Iva Majoli d.o.o. koji se nalazio na Cmroku u Zagrebu. Teniski centar je kontinuirano generirao gubitke i Iva je bila primorana 2016. godine pokrenuti stečajni postupak. Krajem 2019. godine Trgovački sud u Zagrebu odlučio je da bjelovarska tvrtka „*IMN*“ postaje novi vlasnik Ivinog centra [32].

Sljedeći poduzetnički pothvat na koji se Iva odlučila bio je potencijalni lanac restorana s istočnjačkom kuhinjom u Hrvatskoj. Iva je 2009. godine sa svojim tadašnjim suprugom Stipom Marićem odlučila otvoriti japanski restoran „*Sora*“ koji se nalazio na vrhu nebodera na Trgu bana Josipa Jelačića u Zagrebu. Obzirom da je Iva poznata hrvatska sportašica, promocija otvaranja restorana bila je dobro popraćena od strane medija.

Otvorenju restorana prisustvovali su Ivini prijatelji i sportske kolege kao na primjer proslavljeni Goran Ivanišević (tenisač) i Dino Rađa (košarkaš). Unatoč tome da restoran u Zagrebu nije dobro poslovao od samoga početka, bračni par je otvorio iste godine drugi restoran „Sora“ na otoku Hvaru. Restoran se nalazio odmah uz obalu u sklopu hotela „Riva“ na samoj hvarskoj šetnici. Međutim, niti jedan restoran nije uspio ostati otvoren za goste ni godinu dana. Jedan restoran je zatvorio zbog lošeg poslovanja, a drugi je zatvorio državni inspektorat zbog nezadovoljavanja minimalnih tehničkih uvjeta [33].

3.5.3. Mirko Filipović – Virage

Mirko Filipović proslavljeni je bivši hrvatski borac mješovitih borilačkih vještina. Rođen je 10. rujna 1974. godine u Vinkovcima, a hrvatska ga javnost najviše pamti po nadimku „Cro Cop“. Najveći Mirkov uspjeh u sportskoj karijeri jest osvajanje naslova *Prideovog Grand Prix*a 2007. godine. Umirovio se službeno u ožujku 2019. godine kada je imao navršene 44 godine života.

Mirko je tijekom cijele svoje karijere bio motiviran i fokusiran na pobjede koje je želio ostvarivati u ringu te nije bio zainteresiran da kapital koji je zaradio kroz sportsku karijeru ulaže u poduzetničke pothvate. Međutim, početkom 2007. godine odlučio je otvoriti kafić „Virage“ u zagrebačkom kvartu Špansko. Mirko je poslovanje kafića odlučio prepustiti svom poslovnom partneru Marinu Znaoru. Također je odlučio da ne želi imati velike poveznice s navedenim objektom, uredio ga je moderno te ni po čemu nije dao naslutiti da je ugostiteljski objekt vlasništvo proslavljenog hrvatskog borca. Upravo kao razlog otvaranja kafića Mirko nije naveo želju za ugostiteljskim biznisom, već želju za otvaranjem kafića u svom kvartu gdje može imati miran kutak za popiti čaj ili kavu [34].

3.5.4. Janica Kostelić – nekretnine, kozmetički salon

Janica Kostelić bivša je hrvatska alpska skijašica te jedna od najvećih hrvatskih sportašica ikada. Rođena je 5. siječnja 1982. godine u Zagrebu. Praktički cijela obitelj Kostelić bila je prisutna i bavila se skijanjem, njen otac Ante bio je trener Janici i njenom bratu Ivici koji je također u svojoj karijeri postigao velike uspjehe. Janica je najuspješnija alpska skijašica u Hrvatskoj povijesti, a tome svjedoče četiri zlatne i dvije srebrne medalje sa Zimskih olimpijskih igara. U svim skijaškim disciplinama ostvarivala je pobjede na Svjetskom skijaškom kupu što je uspjelo još samo dvjema skijašicama u povijesti.

2007. godine se Janica službeno umirovila od profesionalnog skijanja. Nakon karijere od 2016. do 2019. bila je prva državna tajnica Odbora za šport. Janica se kao poduzetnik nije upustila u poslovne ideje koje su kreativne i nove na tržištu. Odlučila se za kupovinu i iznajmljivanje nekretnina za koje je potreban velik kapital. Međutim, rizik gubitka investiranog kapitala je puno manji nego kod nekih kreativnijih i novih pothvata. Janica je svoj kapital odlučila uložiti u kupnju nekretnina u Opatiji i Rijeci te tako ima prijavljeno šest stanova od kojih iznajmljivanjem mjesečno dobiva primanja.

Janica je 2007.godine osnovala Aqunivalis d.o.o., poduzeće registrirano kao djelatnost za njegu i održavanje tijela u kojoj se Janica navodi kao stopostotni vlasnik. Tvrtka je zapravo kozmetički salon u Rijeci kojeg je Janica nazvala „*Fei – Fei*“, što na kineskom znači ljepota [35]. Janica je izjavila da se ona uvijek lijepo osjećala u salonima ljepote te da svaka žena želi biti lijepa i da je svakoj ženi lijep osjećaj nalaziti se na takvom mjestu. Tako je došla do ideje da otvori vlastiti kozmetički salon.

4. ZAKLJUČAK

Tema ovog završnog rada jest poduzetnički potencijal hrvatskih profesionalnih sportaša. U radu su se navele i objasnile razne temeljne definicije vezane uz poduzetništvo kao što su samo poduzetništvo, poduzetnik, poduzetničko okruženje, poduzeće i poduzetnički pothvat. Za pojmove poduzetništva i poduzetnika ne postoje jedinstvene definicije i mogu se rastumačiti na više načina čemu svjedoče mnoge definicije raznih autora.

Poduzetništvo, u kontekstu ovog rada gdje se profesionalni sportaši odluče biti poduzetnicima, možemo smatrati kao sposobnost i inicijativu pojedinca koji želi pokrenuti poduzetnički pothvat te isti razvijati i voditi uz uvijek prisutan rizik. Tim pothvatom pojedinac želi novim idejama stvoriti profit, biti bolji od konkurencije te utvrditi poziciju na tržištu. Karakteristike uspješnog poduzetnika su hrabrost da uopće pokrene poduzetnički pothvat, inteligencija, spremnost na rizik gubitka kapitala i neuspjeha, kreativnost i inovativnost, stalna motivacija za razvitkom i razvijanjem nečeg novog, liderstvo i spremnost na tržišne promjene. Činjenica je da je svaki poduzetnik drugačiji te da svaki od njih ima neki vlastiti optimalan odnos navedenih karakteristika koje ga izdvajaju od drugih poduzetnika.

Mnogo profesionalnih sportaša se odluči tijekom ili nakon svoje karijere okušati u poduzetničkim vodama. Neki to rade zato što se žele baviti još nečim uz sport, a neki gledaju na to kao priliku da, nakon karijere koja relativno kratko traje, ostvaruju zaradu. Obzirom da sportska karijera kratko traje i ovisi o puno faktora na koje sportaš nema utjecaj, često možemo vidjeti kako se sportaši okreću razmišljanjima i traže odgovor na pitanje što će raditi nakon karijere. Upravo tako oni dolaze do inovativnih ideja koje pretvaraju u poduzetničke pothvate koje plasiraju na tržište.

Obzirom da je tema rada poduzetnički potencijal hrvatskih profesionalnih sportaša, u radu su navedeni sportaši i opisani njihovi primjeri poduzetničkih pothvata. Može se zaključiti da hrvatski sportaši pokreću razne vrste pothvata, kako velikih tako i manjih, inovativnih i manje inovativnih. U radu su tako navedeni primjeri otvaranja hotela, pokretanje robne marke i sportske rukometne akademije, otvaranje ugostiteljskih objekata, lanac kafića, kupnja i iznajmljivanje nekretnina, sportski centar i dr.

Isto tako, primjetno je da sportaši koji se bave sportovima, koji su puno bolje plaćeni, kao na primjer nogomet, imaju puno veći kapital za pokretanje pothvata, a samim time i veličina pothvata (financijska perspektiva) je veća. Tako su, primjerice, Igor Štimac i Dejan Lovren otvorili hotele dok su na primjer Ivano Balić, Petar Metličić i Filip Ude, koji su jako uspješni u svojim sportovima, pokrenuli sportsku akademiju, odnosno liniju parfema.

S druge strane veliki kapital u početku nije nikakva garancija da će poduzetnički pothvat biti uspješan, a primjer za to je hrvatska tenisačica Iva Majoli, koja se nije proslavila svojim investicijama u restorane s japanskom kuhinjom u Zagrebu i na otoku Hvaru te teniski centar u Zagrebu. Hrvatski košarkaš Stipe Režić s vlastitim brandom posebne kave primjer je kako se inovativnim idejama i ne tako velikim kapitalom može nečim „različitim“ probiti na tržište i ostvariti profit.

5. LITERATURA

- [1] Jurković, P.; Luković, F. i suradnici. (1995). Poslovni rječnik, Zagreb, Masmedia.
- [2] Bartoluci, M.; Škorić, S. (2009). Menadžment u sportu, Odjel za izobrazbu trenera Društvenog veleučilišta u Zagrebu, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- [3] Arambašić, S.; Čalić, A.; Rupčić, L. (2014). Poduzetništvo 1, Zagreb, Mate.
- [4] Škrtić, M.; Mikić M. (2011). Poduzetništvo, Zagreb, Sinergija.
- [5] Holspico. Ocjena poduzetničkog potencijala. <https://holspico.hr/4ocjena-poduzetnickog-potencijala/> (25.01.2021.)
- [6] Škrtić, M. (2006). Poduzetništvo. Zagreb, Sinergija.
- [7] Bolfek, B.; Sigurnjak, L. (2011). Poduzetništvo, Veleučilište u Slavanskom Brodu, Slavonski Brod
- [8] Nakić J.; Stilin A.; Tomljenović Lj. Istraživanje interesa za razvoj poduzetništva u sportu. <https://hrcak.srce.hr/139682> (27.01.2021.)
- [9] Nakić J.; Stilin A.; Tomljenović LJ. (2015). Istraživanje interesa za razvoj poduzetništva u sportu, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Rijeka.
- [10] Kuvačić, N. (2005). Biznis-plan ili poduzetnički projekt, Split, Beretin.
- [11] Horvat, Đ.; Tintor Ž. (2006). Poduzetnička ekonomija, Zagreb, Trgovačka akademija.
- [12] Poduzetnik. Što je PEST analiza?. <https://poduzetnik.biz/produktivnost/sto-je-pest-analiza/> (02.02.2021.)
- [13] Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Broj i struktura poslovnih subjekata u ožujku 2020. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/11-01-01_01_2020.htm (02.02.2021)
- [14] Bobera, D.; Hunjet, A.; Kozina, G. (2015). Poduzetništvo, Varaždin, Sveučilište Sjever.
- [15] Singer S.; Šarlija N.; Pfeifer S.; Oberman Peterka S. (2017). Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?, GEM HRVATSKA, Republika Hrvatska Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta.
- [16] Crane. O nama. <http://crane.hr/o-nama/> (05.02.2021.)
- [17] E-usmjerenje. Sportaš/Sportašica. <https://e-usmjerenje.hzz.hr/sportas> (05.02.2021.)

- [18] Central and Eastern European Online Library. Celebrity brands: Mono-branding and celebrity entrepreneurship.
<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=534467> (07.02.2021.)
- [19] Poslovni plus. Nogometaš Dejan Lovren pokrenuo novi modni brend.
<https://poslovnipuls.com/2013/06/12/nogometas-dejan-lovren-pokrenuo-novi-modni-brend-russell-brown/> (08.02.2021.)
- [20] Croatian Perfume House. Snažniji od stijene – Vetiver Rock Dejana Lovrena.
<https://www.croatianperfumehouse.eu.hr/snazniji-od-stijene-vetiver-rock-dejana-lovrena/> (10.02.2021.)
- [21] Joel Hotel. O hotelu. <http://joelhotel.com/o-hotelu/> (10.02.2021.)
- [22] Ivan Voras. E128 Dario Šimić – Kako se iz sporta prebaciti u biznis // Vivas.
<https://surovestrasti.com/e128-dario-simic-kako-se-iz-sporta-prebaciti-u-biznis/> (13.02.2021.)
- [23] Net.hr. Intervju s Matijom Šimić iz Aquavive.
<https://net.hr/promo/danas/novac/biznis/razgovarali-smo-s-matijom-simic-direktoricom-aquavive-o-poslovanju-s-vodom-u-hrvatskoj/> (13.02.2021.)
- [24] Dean Sinovčić. Nacional.hr. Therapia će me oporaviti od Hajduka.
<http://arhiva.nacional.hr/clanak/25796/therapia-ce-me-oporaviti-od-hajduka> (14.02.2021.)
- [25] Goran Borković. Poslovni.hr. Barem jedanput tjedno 600 000 ljudi posjeti jednu od 1900 kladionica. <https://www.poslovni.hr/hrvatska/barem-jedanput-tjedno-600000-ljudi-posjeti-neku-od-1900-kladionica-2137> (15.02.2021.)
- [26] Marina Bošnjak. Agroklub. Hrabro investirali u struku i kvalitetu - i uspjeli.
<https://www.agroklub.com/vinogradarstvo/hrabro-investirali-u-struku-i-kvalitetu-i-uspjeli/17771/>
- [27] Central electronic fair. Manaske slastičarnica. <https://www.cef.hr/item/manaske-slasticarnica> (18.02.2021.)
- [28] Mushroom cups. O nama. <https://mushroomcups.com/hr/pages/about-us-1> (18.02.2021.)
- [29] Rtl.hr. Balić i Metličić ušli u prvu ligu: „ponosni smo, iz Splita dolazi najveći broj talentiranih igrača.“ <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/sport/rukomet/3419095/balic-i->
-

- [metlicic-usli-u-prvu-ligu-ponosni-smo-iz-splita-dolazi-najveci-broj-talentiranih-igraca/](#) (19.02.2021.)
- [30] Sportski klub Stars Samobor. O klubu. <https://www.skstars.com/o-klubu/> (25.02.2021.)
- [31] Roberta Radović. Međimurske novine. Supružnici Ana i Filip Ude lansirali na tržište privatnu kolekciju parfema Evita fragrances. <https://www.mnovine.hr/medimurje/supruznici-ana-i-filip-ude-lansirali-na-trziste-privatnu-kolekciju-parfema-evita-fragrances/> (25.02.2021)
- [32] Poslovni.hr. Propali Tenis centar Ive Majoli dobio novog vlasnika. <https://www.poslovni.hr/hrvatska/propali-tenis-centar-ive-majoli-dobio-novog-vlasnika-361706> (26.02.2021.)
- [33] Andrea Belin. Nacional.hr. Bankrot: Iva Majoli i Stipe Marić zbog dugova prodaju restoran. <http://arhiva.nacional.hr/clanak/76968/bankrot-iva-majoli-i-stipe-maric-zbog-dugova-prodaju-restoran> (26.02.2021.)
- [34] Jutarnji.hr. Cro Cop otvorio kafić. <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/cro-cop-otvorio-kafic-3837435> (01.03.2021.)
- [35] Poslovni.hr. Janica Kostelić objavila imovinsku karticu: Od iznajmljivanja zarađuje više nego od plaće državne tajnice. <https://www.poslovni.hr/hrvatska/janica-kostelic-objavila-imovinsku-karticu-od-iznajmljivanja-zarauje-vise-nego-od-place-drzavne-tajnice-322326> (01.03.2021.)

POPIS ILUSTRACIJA/SLIKA

Slika 18

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1.....13