

Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
Odsjek za psihologiju

**PROVJERA MODELA PODUZETNIČKIH NAMJERA NA STUDENTIMA  
EKONOMSKIH I NEEKONOMSKIH USMJERENJA**

Diplomski rad

Antea Britvić

Mentor: dr. sc. Maša Tonković Grabovac

Zagreb, 2014.

## Sadržaj

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 1. Uvod .....                               | 1  |
| 1.1 Odrednice poduzetničkog ponašanja ..... | 2  |
| 1.1.1 Osobne karakteristike .....           | 3  |
| 1.1.2 Karakteristike okoline.....           | 6  |
| 1.2 Model poduzetničke namjere.....         | 7  |
| 2. Cilj, problemi i hipoteze .....          | 10 |
| 3. Metodologija.....                        | 11 |
| 3.1. Instrumenti .....                      | 11 |
| 3.2. Postupak.....                          | 13 |
| 3.3. Sudionici .....                        | 14 |
| 4. Rezultati.....                           | 15 |
| 5. Rasprava .....                           | 21 |
| 6. Ograničenja istraživanja .....           | 26 |
| 7. Zaključak .....                          | 27 |
| 8. Literatura .....                         | 28 |
| 9. Prilozi .....                            | 30 |

## **Provjera modela poduzetničkih namjera na studentima ekonomskih i neekonomskih usmjerenja**

Namjerno ponašanje i aktivnosti poduzetnika, koje su ključne za pokretanje i daljnje uspješno poslovanje poduzeća, teško je objasniti bez psihologije poduzetništva. Cilj ovoga istraživanja je ispitati model odrednica poduzetničke namjere na studentima ekonomskih i neekonomskih usmjerenja. Podaci su prikupljeni on-line istraživanjem na uzorku od 301 studenta iz cijele Hrvatske. Statistička obrada je provedena pomoću hijerarhijske regresijske analize u tri koraka, koju smo proveli na cijelom uzorku te zasebno na dva poduzorka studenata (ekonomski i neekonomski usmjerenih studija). U prvom smo koraku kao prediktore uveli teorijske antecedentne poduzetničke samoeфикаsnosti (poduzetničke sklonosti, socijalnu podršku, poduzetništvo u obitelji, poduzetničko iskustvo te akademski status), u drugom koraku poduzetničku samoeфикаsnost, a u trećem poželjnost poduzetništva. Iako su sve prediktorske varijable univarijatno pozitivno povezane s poduzetničkom namjerom, u modelu na cijelom uzorku se varijable socijalne podrške za poduzetništvo nisu pokazale statistički značajnim prediktorom kriterija. Modelom smo kod oba poduzorka uspjeli objasniti približno jednako velik postotak varijance kriterija, no nađene su razlike u odrednicama modela s obzirom na usmjerenje studenata.

## **Testing the model of entrepreneurial intentions on economy and non-economy oriented students**

Intentional behavior and activities of entrepreneurs, both crucial for the initiation and further successful business enterprise, are difficult to explain without the psychology of entrepreneurship. The purpose of this study was to test a model of students' entrepreneurial intentions determinants. Data were collected on a sample of 301 students of economy and non-economy studies from all over the Croatia. Statistical analysis was made using hierarchical regression analyzes conducted in three steps, first on the entire sample, and then on each group separately. In the first step, we introduced antecedents' of entrepreneurial self-efficacy as predictors. In a second step, we introduced the entrepreneurial self-efficacy, and in the third step the desirability of entrepreneurship. While all predictor variables have positive univariate correlation with entrepreneurial intentions, on the entire sample the variables of social support for entrepreneurship were not showed as statistically significant predictor of criteria. Also, the model in both samples explained approximately equally large percentage of the criteria's variance, but found some differences in terms of the model's structure in regards to the orientation of students.

**Ključne riječi:** poduzetništvo, poduzetničke sklonosti, poduzetničke namjere, studenti, (ne)ekonomsko usmjerenje

**Key words:** entrepreneurship, entrepreneurial tendencies, entrepreneurial intentions, students, (non)economy studies

## 1. Uvod

U današnjem svijetu svakodnevno svjedočimo moru inovacija i kreativnih ideja kojima ljudi pokreću nove poslovne aktivnosti. U ovom radu bavit ćemo se time što sve utječe na to da pojedinac pokrene novu poslovnu aktivnost. Kada pričamo o stvaranju novih vrijednosti, pokretanju i razvoju poslovnih aktivnosti, pričamo o poduzetništvu. Definicije poduzetništva su mnogobrojne. Riječ *poduzetništvo* dolazi od riječi *poduzeti*, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju (Brusić i sur., 2005; prema Miljković Krečar, 2008). Jedna od brojnih definicija opisuje poduzetništvo kao *«bilo koji pokušaj pokretanja novog poslovnog pothvata, kao što je samozapošljavanje, nova poslovna organizacija ili ekspanzija postojećeg poslovnog pothvata od strane pojedinca, timova ili već postojećih organizacija»* (Singer i sur., 2003; str. 5).

Razvoj poduzetništva se odražava na ukupni razvoj i prosperitet društva. Hrvatska po svim pokazateljima poduzetničke aktivnosti zaostaje za zemljama čijoj razvojnoj skupini pripada. Razlozi za ulazak u poduzetničku aktivnost (osobni izbor zbog uočene prilike ili nužnost zbog situacije u kojoj se osoba našla) određuju motivacijski koeficijent koji je važan pokazatelj poduzetničkog kapaciteta zemlje. Što je motivacijski koeficijent<sup>1</sup> veći, veća je vjerojatnost da će poslovni pothvati biti uspješniji (jer su rezultat osobnog izbora i bolje pripremljenosti za takvu aktivnost).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) najveće je svjetsko istraživanje poduzetničke aktivnosti, pokrenuto 1999. godine od strane deset najrazvijenijih zemalja. Od tada je broj uključenih zemalja narastao na 54 u 2011. godini, čime je obuhvaćeno 79% svjetskog bruto domaćeg proizvoda. Hrvatska se uključila u istraživanje u 2002. godini. Na taj način je GEM istraživanje postalo nezaobilazni izvor informacija nositeljima politika na nacionalnoj razini i brojnim međunarodnim institucijama u oblikovanju politika, programa i instrumenata kojima interveniraju u stvaranju stimulirajuće poduzetničke okoline. Hrvatska je u svim godinama na začelju svih zemalja uključenih u GEM istraživanje.

---

<sup>1</sup> odnos onih koji su ušli u poduzetničku aktivnost svojom voljom, jer su vidjeli poslovnu priliku koju žele iskoristiti (MK veći od 1) i onih koje je na poduzetničku aktivnost natjerala situacija u kojoj su se našli (ostali bez posla, nisu mogli naći drugo zaposlenje...) (MK manji od 1). Veći motivacijski koeficijent (MK) govori o potencijalno boljoj pripremljenosti za pokretanje poslovnog pothvata i o većem optimizmu koji se temelji na prepoznatoj prilici.

Od 2011. godine GEM istraživanjem se prati i poduzetnička aktivnost zaposlenih, gdje Hrvatska ima iznadprosječnu aktivnost i blizu je prosjeka zemalja čija gospodarstva se temelje na inovacijama. To je izuzetno važna informacija, prvenstveno za poslodavce, jer se radi o skrivenoj komponenti poduzetničkog kapaciteta Hrvatske o kojoj se nedovoljno vodi računa. Poduzetnička aktivnost hrvatskog gospodarstva doprinosi manje od očekivanog ekonomskoj snazi zemlje. Također, učešće mladih (od 18-34 godine starosti) u poduzetničkim aktivnostima pada i niže je od usporedne skupine zemalja (u 2011. godini, u skupini poduzetnički aktivnih u Hrvatskoj prema TEA indeksu bilo je 41,09% mladih a u usporednoj skupini zemalja bilo je 48,34% mladih).

Da bismo što bolje uspjeli objasniti namjerno ponašanje i aktivnosti poduzetnika, koje su ključne za pokretanje i daljnje uspješno poslovanje poduzeća, važna su i psihologijska istraživanja (Tonković Grabovac i Morić Milovanović, u tisku). Psihologija poduzetništva svoje spoznaje temelji na različitim granama psihologije, a posebice socijalnoj psihologiji, psihologiji rada i organizacijskoj psihologiji, psihologiji obrazovanja, psihologiji ličnosti i kognitivnoj psihologiji, a značajan broj istraživanja psihologije poduzetništva kao svoj uzorak uzimaju studente završnih godina poslovnih studija pri čemu se njihove iskazane poduzetničke namjere praktički izjednačavaju s poduzetničkim ponašanjem (Miljković Krečar, 2013). Opravdanje za to da namjere zaista jesu značajan prediktor kasnijeg ponašanja daju brojni autori (Chrisman, 1997; Katz i Gartner, 1988; Reynolds i Miller, 1992; prema Gird i Bagraim, 2008).

### **1.1 Odrednice poduzetničkog ponašanja**

Mnogi se pitaju da li se poduzetnici stvaraju ili se rađaju. Karakterne osobine poduzetnika mogu se vidjeti već kod vrlo mladih ljudi, a uspjeh ovisi o tome kako ih društvo može odgojiti, obrazovati i podržati njihove napore (Vajić, 1994). Brojni istraživači bave se pitanjem koje su to točno osobine koje posjeduje tipičan poduzetnik. Ispitivani su brojni konstrukti, a samo u terminima ispitivanih psiholoških konstrukata prekrivamo širok raspon motivacijskih osobina, sposobnosti, znanja i vještina te specifičnih kognicija. Sve navedeno možemo svrstati u jednu veliku kategoriju, a to su *osobne karakteristike*.

### 1.1.1 Osobne karakteristike

U kontekstu osobnih karakteristika, najcitiraniji su radovi Davida McClellanda (Miljković Krečar, 2008), koji je pretpostavio da su poduzetnici osobe koje imaju izraženiji *motiv za postignućem*. Prema Miljković Krečar (2013), *potreba za neovisnošću* sljedeća je karakteristika koja se pridaje poduzetnicima, a odnosi se na potrebu da čine i govore što žele unatoč konvencionalnim očekivanjima, odnosno želji da autonomno upravljaju vlastitim životom (Caird, 1988). Također, važna osobina je i *sklonost riziku* budući da neki autori smatraju kako poduzetnici bolje procjenjuju rizik od nepoduzetnika te da preferiraju srednju razinu rizika (Brockhaus, 1980; prema Miljković Krečar, 2008). *Tolerancija na neizvjesnost* nerazdvojiva je od sklonosti riziku, a odnosi se na sposobnost efikasnog nošenja sa situacijama o kojima imaju nepotpune, nejasne ili nesigurne informacije (Norton, 1975; prema Miljković Krečar, 2008). Osobe niske tolerancije na neizvjesnost bit će sklone percipirati takve situacije kao potencijalno opasne ili neugodne. Nadalje, *lokus kontrole*, konstrukt koji označava stupanj uvjerenja u mogućnost kontrole događaja u vlastitom životu, također je osobina kojom su psiholozi pokušali okarakterizirati poduzetnike. Neki su autori 90-ih godina prošlog stoljeća svoj fokus usmjerili na situacijski specifičan konstrukt *poduzetničke samoeфикаsnosti*, a Chen i sur. (1988; prema Miljković Krečar, 2013) navode kako je poduzetnička samoeфикаsnost bolja mjera razlikovanja poduzetnika od nepoduzetnika od potrebe za postignućem ili lokusa kontrole.

Što se osobina ličnosti tiče, u metaanalitičkom istraživanju Zhaoa i Seiberta (2006) na ukupno 23 studije autori nalaze kako poduzetnici, u odnosu na menadžere, imaju veću savjesnost i otvorenost, a nižu ugodnost i neuroticizam. Na dimenziji ekstraverzija nisu pronađene značajne razlike (prema Miljković Krečar, 2013). Za naše istraživanje bitna je kombinacija osobnih faktora koju možemo nazvati *poduzetnička sklonost*. Poduzetničku sklonost Miljković Krečar (2008) vidi kao multidimenzionalni konstrukt, opisan barem s 3 sljedeća faktora: *povjerenje u vlastite mogućnosti*, *prihvatanje rizika i nekonvencionalnost* i *usmjerenost na postignuće*. Primjenom Upitnika poduzetničkih sklonosti na skupinama poduzetnika i ekvivalentnih (po dobi, spolu i stupnju obrazovanja) parova nepoduzetnika autorica nalazi kako poduzetnici postižu značajno više rezultate na sve tri dimenzije.

Od demografskih karakteristika, važne su zasigurno dob, spol i obrazovanje. Najčešća dob kada se ljudi počnu baviti poduzetničkom aktivnošću je između 25 i 35 godina, a važno je naglasiti kako poduzetnici najčešće pokreću svoje značajne pothvate u ranim 30-ima, a poduzetnice obično u svojim srednjim 30-ima (Hisrich, Peters i Shepherd, 2011). Što se spolne strukture tiče, u Hrvatskoj je gotovo 4 puta više poduzetnika muškaraca nego žena (Singer i sur., 2011). Wilson i sur. (2007; prema Miljković Krečar, 2013) ispitali su spolne razlike u poduzetničkoj samoeфикаsnosti (PSE) – najznačajnijem pojedinačnom prediktoru poduzetničkih namjera (Chen i sur., 1998; prema Miljković Krečar, 2013) – između srednjoškolaca i studenata te su na oba uzorka žene imale niži PSE i poduzetničke namjere nego muškarci. Zanimljivo je međutim, kada se uspoređuju aktualni poduzetnici po stupnju PSE-a, tada nema značajnih spolnih razlika. Također, adolescentice zainteresirane za poduzetništvo nemaju ništa niži PSE od adolescenata s istim interesom što, prema Miljković Krečar (2013), naslućuje da je PSE možda neki predispozicijski faktor ili nešto što donosimo iz obitelji.

Za naše istraživanje najvažnija osobna varijabla je obrazovanje. Poduzetnik se najčešće definira kao osoba koja se pojavljuje tamo gdje se preuzima rizik i ulaže u resurse da bi se ostvarilo nešto novo, ili da bi se nešto što već postoji ostvarilo na novi način, kao i da bi se stvorilo novo tržište, nove potrebe, novi potrošači. Kako bi takva osoba pokrenula novi posao, samostalno organizirala i kontrolirala tijekom poslovanja, mora posjedovati određeni sklop vrijednosti, stavova, znanja, vještina i kompetencija. Lazear (2004; prema Miljković Krečar, 2013) navodi kako je za uspjeh u poduzetništvu neophodan širok raspon kompetencija, do kojih se dolazi formalnom i općom edukacijom. Miljković Krečar (2013) dalje citira kako obrazovanje može pozitivno utjecati na sklonost poduzetništvu tako što povećava kvalitetu i kvantitetu rada, ali da razina obrazovanja poduzetnika posebice utječe na uspješnost poduzeća, pri čemu je efekt obrazovanja posebice jak za žene. Kada pričamo o obrazovanju za poduzetništvo, Lucas i sur. (2006; prema Miljković Krečar, 2013) navode kako na daljnji uspjeh u studiju pozitivno utječe odrađivanje prakse u poduzećima, dok druga istraživanja (Sherer i sur, 1989; prema Miljković Krečar, 2013) svjedoče o utjecaju interakcije studenata i poduzetnika i njihovih poduzeća na percepciju izvedivosti i poželjnosti poduzetništva kod studenata, što Miljković Krečar (2013) dovodi do zaključka kako su za razvoj poduzetničkih sklonosti jako važni vannastavni sadržaji. Nadalje, među istraživačima postoji slaganje kako se edukacijom može pozitivno utjecati na poduzetničke

osobine jer, nedvojbeno, obrazovni sustav ima značajnu ulogu u otkrivanju i jačanju poduzetničkih karakteristika. Što se slike Hrvatske po danoj problematici tiče, GEM studija pokazuje kako su obrazovanije osobe češće poduzetnički aktivne od manje obrazovanih. Vrednujući odvojeno osnovno i srednje obrazovanje od tercijarnog pokazalo se da je u svim godinama tercijarno obrazovanje neznatno bolje ocijenjeno s obzirom na svoj doprinos stvaranju poduzetničkih kompetencija. Mada je poduzetničko obrazovanje<sup>2</sup> u Hrvatskoj pozitivnog trenda, Hrvatska po doprinosu obrazovanja poduzetničkim sposobnostima ljudi je ili na razini prosjeka GEM zemalja ili ispod.

Brojne su studije pokazale kako poduzetnici imaju drukčije stavove o prirodi procesa upravljanja i poslovanja općenito, ali i dalje se pitamo koliko rano se takvi stavovi razvijaju te koliki je doprinos uže i šire okoline. Feldman (2002; prema Miljković Krečar, 2013) navodi kako se karijerni identitet počinje formirati već u ranom djetinjstvu te je pod snažnim utjecajem ranih iskustava unutar obitelji. O'Brien i Fassinger (1993; prema Miljković Krečar, 2013) naglašavaju važnost ponašanja roditelja koja potiču ili koče razvoj različitih vještina i znanja kod djece. Feldman (2002; prema Miljković Krečar, 2013) dalje zagovara interakciju školskog i radnog okruženja u oblikovanju karijernih interesa, na način da će rana radna iskustva oblikovati kasnije radno ponašanje te da će pozitivno djelovati na karijeru onda kada taj rad ne oduzima djetetu više od 20 sati tjedno (rad na pola radnog vremena), kada je izazovan te kada postoji supervizor. Nadalje, Miljković Krečar (2013) navodi kako djeca koja odrastaju u obitelji poduzetnika, poduzetništvo razmatraju kao karijernu opciju prije nego dijete iz radničke obitelji. Ponovno prema Miljković Krečar (2008), čak i oni pojedinci s neuspješnim uzorom imaju zamjetna očekivanja od vlastite poduzetničke karijere, što samo dodatno potvrđuje važnost socijalnog faktora.

Međutim, od iznimne važnosti se pokazalo i prethodno radno iskustvo pojedinca. Da ono može igrati važnu ulogu u rastu i konačnom uspjehu novog poduzetničkog pothvata pokazuju Hisrich i sur. (2011) koji kažu kako je posebice značajno iskustvo iz područja financija, razvoja proizvoda i usluga, proizvodnje, razvoj kanala distribucije i pripreme marketinškog plana.

---

<sup>2</sup> obrazovanje fokusirano na područje strateškog planiranja, financija, marketinga i menadžmenta (Hisrich i sur., 2011)

### 1.1.2 Karakteristike okoline

Međutim, postoje i modeli koji se bave drugom velikom kategorijom – *okolinskim utjecajima*. Među okolinske utjecaje definitivno spadaju socijalni faktori, ili kako ih Naffziger i sur. (1994) nazivaju "faktorima osobne okoline". Za početak ćemo navesti što sve spada pod "faktore osobne okoline". Dyer (1994) u socijalne faktore izdvaja odnose u obitelji, obiteljsku potporu, potporu iz zajednice i uzore.

Prema Miljković Krečar (2008) statistika često pokazuje da poduzetnicima postaju djeca poduzetnika ili makar osobe koje su u bližoj okolini imale uzor (engl. *role model*) poduzetnika. Sherer i sur. (1989; prema Miljković Krečar, 2008) pretpostavljaju da djeca poduzetnika, opažanjem svojih roditelja i na osnovi kognitivne procjene njihove (ne)uspješnosti, stvaraju sliku o (ne)poželjnosti poduzetničkoga posla, sliku vlastite samoeфикаsnosti za bavljenje njime, aspiracije prema obrazovanju na tom području te očekivanja vezana uz vlastito bavljenje poduzetništvom. Ukratko, utjecaj uzora na kasnije bavljenje poduzetništvom autori Sherer i sur. (1989) tumače Bandurinom teorijom socijalnog učenja (1977). Hoće li neki model više ili manje djelovati na osobu ovisi o percipiranoj sličnosti (po spolu, dobi; više modela je djelotvornije od jednog) i percipiranoj kompetentnosti modela (što uspješniji model, to će i učenje biti djelotvornije) (Vizek Vidović, 2003).

Ako sve navedeno stavimo u kontekst socijalizacije poduzetnika, jasnija je važnost uzora roditelja, materijalnog statusa obitelji te ranih životnih iskustva pojedinca. Naime, radni status obitelji, doživljaj uspjeha i neuspjeha te sve ranije navedeno, pomaže djeci da osvijeste odnos truda i ishoda. Miljković Krečar (2013) navodi i važnost šire obitelji, vršnjaka i škole koji direktno utječu na postupno oblikovanje karijerne orijentacije i preferencije djeteta. Dalje objašnjava kako se taj mehanizam naziva *društvenim kapitalom*, a definira se kao sposobnost osobe da izvuče koristi od svojih socijalnih mreža, struktura i članstava (Portes, 1998; prema Miljković Krečar, 2013).

*Ekonomski faktori* također su brojni, no, kako se mi u radu nećemo bazirati na njima, ovdje ćemo kratko samo nabrojiti neke od njih. Opća ekonomska situacija u državi zasigurno je jedan od većih indikatora broja, veličine i vrste novoosnovanih poduzeća. GEM studija poduzetničke okoline Hrvatske u 2011. godini je pokazala koje komponente okoline najviše pridonose kvaliteti poduzetničke okoline. Najbolje ocjene imali su pristup

fizičkoj infrastrukturi, otvorenost tržišta, interes za inovativnost, društveni imidž poduzetnika i prepoznavanje poslovnih prilika. Važno je istaknuti da je otvorenost tržišta komponenta poduzetničke okoline po kojoj je Hrvatska bolja od prosjeka svih GEM zemalja (Singer i sur., 2011).

Ono što jest sigurno je da različiti individualni i okolinski (socijalni i ekonomski) faktori pridonose socijalizaciji budućih poduzetnika u različitim kombinacijama i načinima međusobne interakcije.

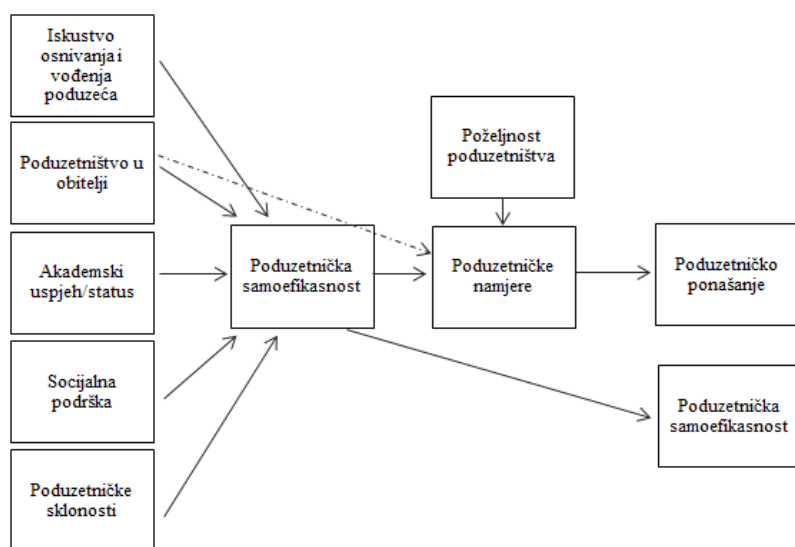
## **1.2 Model poduzetničke namjere**

Katz i Gartner (1988; prema Gird i Bagraim, 2008) navode da je poduzetništvo oblik planiranog ponašanja, jednako kao što i drugi navode kako su poduzetničke namjere dobri indikatori budućeg poduzetničkog pothvata (Chrisman, 1997; Reynolds i Miller; 1992; prema Gird i Bagraim, 2008). Poduzetničke namjere su ispitivane i u psihološkoj literaturi, a navedena su se istraživanja najviše zasnivala na teoriji planiranog ponašanja (engl. *Theory of planned behavior*; Ajzen, 1991). Teorija planiranog ponašanja (teorija razložne akcije) Fishbeina i Ajzena (1975) kaže kako stavovi omogućuju predviđanje planiranog, namjernog ponašanja. Prema ovoj teoriji najbolji prediktori takvih ponašanja su namjere ponašanja, a utjecaj stava na ponašanje posredovan je putem namjere. Dakle, što je jača namjera za određeno ponašanje, vjerojatnije je i ostvarenje iskazane namjere (Ajzen, 1991) – u kontekstu ovog istraživanja, namjera je neposredna odrednica poduzetničke aktivnosti. Prema Miljković Krečar (2013) namjera fokusira odluku na ciljano ponašanje, stoga je njegov najznačajniji prediktor.

Scott i Twomey (1988; prema Miljković Krečar, 2008) postavili su model prema kojem na poduzetničke aspiracije studenata utječu predispozicijski faktori, faktori okidači i poslovna ideja. Njihovi rezultati pokazuju kako studenti s visokim aspiracijama prema poduzetništvu češće imaju obiteljske uzore u poduzetništvu, imaju radno iskustvo te samozapošljavanje percipiraju poželjnim. Uz to, bavljenje hobijima se pokazalo važnim, dok se posjedovanje poslovne ideje pokazalo direktnim prediktorom karijernih aspiracija. Istraživanja se također bave i utjecajem stavova prema poduzetničkoj karijeri na poduzetničku namjeru (Watchravesringkan i sur., 2013; Boissin i sur., 2009; Carsrud i sur.,

2009; prema Srhoj, Rasonja, Štulec, 2014). Kuratko i sur. (1997) te Douglas i Shepherd (2002) dalje navode kako je potreba za samostalnošću varijabla direktan prediktor poduzetničke namjere, dok društvene norme prema istraživanjima Linana i Santosa (2007) te Kennedy i suradnika (2003) poželjno utječu na stavove prema ponašanju i planiranoj bihevioralnoj kontroli (sve prema Srhoj, Rasonja, Štulec, 2014).

Međutim, ispitivanje poduzetničkih namjera u Hrvatskoj je u svojim začecima. Do sada provjeravan model, koji je djelomično modificiran korišten i u ovom istraživanju, jest model Miljković Krečar (2013) koji je autorica postavila u sklopu rada na svojoj doktorskoj disertaciji u kojoj je predviđala poduzetničko ponašanje u okviru Bandurine teorije samoeфикаsnosti. U okviru svog rada, testirala je model prognoze poduzetničkog ponašanja koji se temelji na Bandurinom konceptu samoeфикаsnosti te Kruegerovom i Brazealovom modelu poduzetničkog potencijala. Mjerenje je provedeno u dvije vremenske točke na ukupno 169 apsolvenata studija Ekonomije poduzetništva Veleučilišta VERN. Temeljni model koji je autorica testirala predviđa neizravnu povezanost pretpostavljenih antecedenata poduzetničke samoeфикаsnosti s poduzetničkim namjerama i kasnijim poduzetničkim ponašanjem (Slika 1). Poduzetnička samoeфикаsnost i poželjnost poduzetništva značajno doprinose objašnjenju iskazanih poduzetničkih namjera, što je potvrda modela poduzetničkog potencijala. Uz značaj poduzetnika u obitelji za buduću karijeru, poduzetnička samoeфикаsnosti i poželjnost poduzetništva objašnjavaju 54% varijance poduzetničke namjere. Također, poduzetničke namjere imaju izravan doprinos objašnjenju poduzetničkog ponašanja u drugom mjerenju, no modelom je u konačnici objašnjeno 13% varijance poduzetničkog ponašanja.

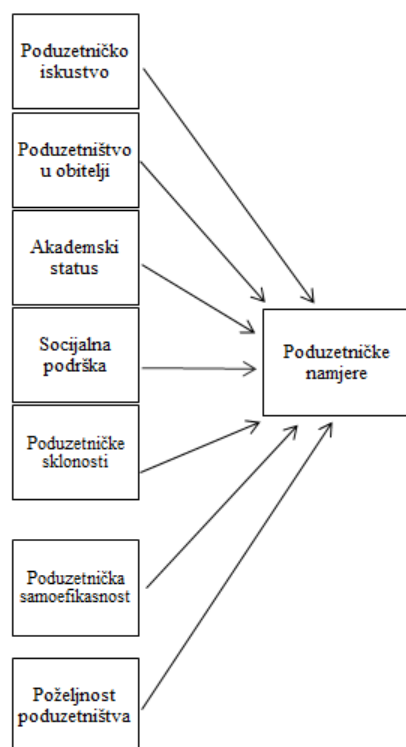


Slika 1. Prognostički model poduzetničkog ponašanja Miljković Krečar (2013)

U istraživanju Miljković Krečar (2013), rezultati ukazuju da prediktorske varijable *iskustvo osnivanja i vođenja poduzeća, poduzetništvo u obitelji, akademski uspjeh/status, socijalna podrška i poduzetničke sklonosti* predviđaju poduzetničku samoeфикаsnost, koja dalje predviđa poduzetničke namjere, a potom i poduzetničko ponašanje, dok je *poželjnost poduzetništva* direktno povezana s poduzetničkom namjerom.

S obzirom na to da je Miljković Krečar (2013) svoje istraživanje provela na uzorku apsolvenata, ostalo je nepoznato kakve su i čime se mogu predvidjeti poduzetničke namjere hrvatskih studenata na nižim godinama studija. Budući da poduzetnici započinju svoju karijeru već u mlađoj odrasloj dobi, svakako bi uzorak s apsolvenata trebalo proširiti i na mlađe studente. Osim toga, trebalo bi provjeriti pristaje li opisani model poduzetničkih namjera i studentima neekonomskih usmjerenja. Budući da samo zanemariv postotak studenata ima vlastitog iskustva u poduzetništvu, odnosno da studenti (još) nisu imali prilike izraziti poduzetničko ponašanje (npr. osnivanje poduzeća), odlučili smo se kao kriterijsku varijablu uzeti poduzetničku namjeru.

Za potrebe ovog istraživanja, model je donekle pojednostavljen. Uz teorijske prediktore samoeфикаsnosti, provjerit ćemo i doprinos same poduzetničke samoeфикаsnosti te poželjnosti poduzetništva pri predviđanju poduzetničkih namjera. Tako postavljen model poduzetničkih namjera prikazan je na Slici 2.



Slika 2. (Početni) Prognostički model poduzetničkih namjera u ovom istraživanju

## **2. Cilj, problemi i hipoteze**

Cilj ovoga istraživanja bio je ispitati model poduzetničkih namjera na studentima ekonomskog i neekonomskih usmjerenja. S obzirom na cilj istraživanja, formirani su sljedeći problemi:

*Problem 1.* Provjeriti model poduzetničke namjere na studentima.

*Problem 2.* Provjeriti razlike u strukturi modela poduzetničke namjere između studenata ekonomskih i neekonomskih usmjerenja.

Iz navedenih problema proizlaze sljedeće hipoteze:

*Hipoteza 1a:* Studenti koji imaju poduzetničkog iskustva iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1b:* Studenti koji u svojoj bliskoj okolini imaju poduzetnički uzor iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1c:* Studenti viših studijskih godina iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1d:* Studenti koji imaju veću socijalnu podršku za poduzetništvo (vrednovanje poduzetništva kao karijerne opcije) iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1e:* Studenti koji imaju veću socijalnu podršku za poduzetništvo (odobravanje poduzetništva kao karijerne opcije) iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1e:* Studenti izraženijih poduzetničkih sklonosti iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1g:* Studenti veće poduzetničke samoeфикаsnosti iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 1h:* Studenti koji poduzetništvo vide poželjnijim, iskazat će veće poduzetničke namjere.

*Hipoteza 2:* Nema razlike u strukturi postavljenog modela poduzetničke namjere s obzirom na usmjerenje studenata.

### 3. Metodologija

#### 3.1. Instrumenti

##### 1) Mjera poduzetničkih iskustava (k=1)

Pomoću mjere poduzetničkih iskustava operacionalizirali smo osobno radno iskustvo. Korištena dihotomna varijabla preuzeta je iz duljeg upitnika Miljković Krečar (2013). Pitanje se odnosi na to ima li osoba prijašnje (ili sadašnje) poduzetničko iskustvo (DA-NE).

##### 2) Mjera poduzetništva u obitelji (k=1)

Pitanja vezana uz poduzetništvo u obitelji također smo preuzeli iz dulje verzije upitnika Miljković Krečar (2013). Prvim pitanjem želimo provjeriti ima li osoba u svojoj blizini poduzetnike (DA-NE), dok drugim pitanjem želimo provjeriti koliko takvih osoba ima u obitelji te u kakvom je rodbinskom odnosu s njima. Konačna varijabla poduzetništva u obitelji, koju smo koristili u daljnjim analizama, dobivena je kombiniranjem informacija dobivenim na dvama pitanjima te označava broj poduzetnika u bliskoj okolini osobe.

##### 3) Upitnik poduzetničkih sklonosti (k=69)

Za procjenu poduzetničkih sklonosti sudionika koristili smo Upitnik poduzetničkih sklonosti (UPS; Miljković, 2006). UPS se sastoji od 69 čestica. Zadatak sudionika je na skali Likertovog tipa zaokružiti jedan od pet ponuđenih odgovora (1= u potpunosti se ne odnosi na mene, 5= u potpunosti se odnosi na mene) pokraj svake tvrdnje. Dio tvrdnji dan je u pozitivnom obliku (npr. *Spreman sam preuzimati visoke rizike kako bih ostvario visoke dobiti*), a dio u negativnom (npr. *Ne volim činiti neobične i neuobičajene stvari*). Kompozitni rezultat izračunat je kao aritmetička sredina procjena tvrdnji pojedine subskale. Viši rezultat ukazuje na viši stupanj poduzetničke sklonosti. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije utvrđena je Cronbachovim  $\alpha$  koeficijentom te u našem istraživanju iznosi ,927.

##### 4) Mjera poželjnosti poduzetništva (k=5)

Za procjenu poželjnosti poduzetništva koristili smo mjeru Liñàn i Chena, (2006). Zadatak sudionika je da na skali Likertovog tipa označiti broj od jedan od pet (1= u potpunosti se

ne odnosi na mene, 5= u potpunosti se odnosi na mene) za svaku ponuđenu tvrdnju. Dio tvrdnji dan je u pozitivnom (npr. *Poduzetništvo za mene ima više prednosti nego nedostataka*), a dio u negativnom obliku (npr. *Radije bih za sebe odabrao bilo koju drugu opciju nego poduzetništvo*). Kompozitni rezultat izračunat je kao aritmetička sredina procjena svih tvrdnji. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj poželjnosti poduzetništva. U našem istraživanju, Cronbachov  $\alpha$  iznosi ,886.

#### 5) Mjera socijalne podrške za poduzetništvo (k=6)

Mjera je preuzeta od Miljković Krečar (2013) te prilagođena za potrebe ovog istraživanja. Sastoji se od dvije subskale od kojih svaka ima 3 pitanja. Prva subskala je mjera socijalne podrške za poduzetništvo – vrednovanje poduzetništva kao karijerne opcije, dok je druga subskala socijalne podrške za poduzetništvo – odobravanje poduzetništva kao karijerne opcije. Zadatak sudionika u prvoj subskali (vrednovanje poduzetništva kao karijerne opcije) je da na ljestvici od 1 do 5 procjene koliko se poželjnom u njihovoj bliskoj okolini (najbliži članovi obitelji, prijatelji i kolege) smatra poduzetnička karijera, pri čemu se 1 odnosi na "poduzetništvo je najlošija opcija karijere", dok se 5 odnosi na "poduzetništvo je najbolja opcija karijere". Cronbachov  $\alpha$  u našem istraživanju iznosi 0,710. U drugoj subskali (odobravanje poduzetništva kao karijerne opcije) sudionici procjenjuju u kojoj bi mjeri njihovi najbliži članovi obitelji, prijatelji i kolege odobravali njihovu odluku da krenu u poduzetništvo. Cronbachov  $\alpha$  u našem istraživanju iznosi ,729. Kompozitni rezultat na obje subskale izračunat je kao aritmetička sredina procjena svih tvrdnji. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj socijalne podrške za poduzetništvo. Svaka subskala operacionalizirana je kao jedna varijabla u našem istraživanju.

#### 6) Mjera poduzetničke samoeфикаsnosti (k=6)

Kao mjeru poduzetničke samoeфикаsnosti koristili smo skalu opće poduzetničke samoeфикаsnosti, autora Liñan i Chena (2006). Ova skala se sastoji od šest čestica, kojima se na pet-stupanjskoj Likertovoj skali procjenjuje u kojoj se mjeri osoba smatra kompetentnom za osnivanje poduzeća, pri čemu ocjena 1 ima značenje *uopće se ne slažem*, a ocjena 5 *u potpunosti se slažem*. Dio čestica dan je u pozitivnom (npr. *U stanju sam osnovati održivo poduzeće*), a dio u negativnom obliku (npr. *Osobno bi mi bilo vrlo teško razviti poduzetnički pothvat*). U našem istraživanju Cronbachov alfa iznosi ,788.

Kompozitni rezultat izračunat je kao aritmetička sredina procjena svih tvrdnji. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj poduzetničke samoeфикаsnosti.

#### 7) Mjera poduzetničkih namjera (k=6)

Za procjenu namjere uključivanja u poduzetničke aktivnosti Miljković Krečar (2013) prilagodila je i skratila mjeru Liñan i Chena, (2006) te se s dva pitanja procjenjuje ozbiljnost poduzetničkih namjera. Prvim pitanjem (DA-NE) želimo saznati jesu li oni ikada razmišljali o tome da postanu poduzetnici. Nadalje, u drugom dijelu je zadatak sudionika da na skali Likertovog tipa zaokruže brojeve od jedan (1= u potpunosti se ne odnosi na mene) do pet (5= u potpunosti se odnosi na mene) pokraj ponuđenih odgovora. Dio tvrdnji dan je u pozitivnom (npr. *Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik*), a dio u negativnom obliku (npr. *Čisto sumnjam da ću ikada osnovati vlastito poduzeće*). Kompozitni rezultat izračunat je kao aritmetička sredina procjena svih tvrdnji iz drugog dijela zadatka. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj poduzetničkih namjera. U našem istraživanju, Cronbachov  $\alpha$  iznosi ,923.

#### 8) Mjera akademskog statusa (k=1)

dobivena je odgovorom sudionika na pitanje o godini studija.

### 3.2. Postupak

Istraživanje je provedeno putem Interneta. On-line upitnik bio je dostupan putem društvenih mreža i mailing lista pojedinih fakulteta u vremenskom razdoblju od mjesec dana. Ispunjavanje upitnika trajalo je otprilike 15 minuta.

Uputa za sudionike je bila sljedeća: „Molimo Vas da prije davanja odgovora pažljivo pročitate uputu i svaku tvrdnju. Na postavljena pitanja nema točnih i netočnih odgovora, stoga Vas molimo da odgovarate iskreno. Podaci dobiveni ovim istraživanjem bit će korišteni isključivo u istraživačke svrhe i analizirani na grupnoj razini, što znači da se Vaši odgovori neće iznositi odvojeno od ostalih podataka.“ Ostatak upute sadržavao je standardnu uputu za provedbu istraživanja u sklopu diplomskih radova, koji se odnosi na pravo odustajanja te mogućnost obraćanja etičkom povjerenstvu.

U uputi je bio skriven jedan od glavnih istraživačkih problema da se traže ispitanici kako ekonomskih tako i neekonomskih usmjerenja da bi se izbjegla (samo)selekcija ispitanika. Također, u samom naslovu istraživanja koji je glasio Ispitivanje budućih karijernih preferencija kod studenata nije bilo vidljiv glavni kriterij istraživanja, dakle poduzetnička namjera.

### **3.3. Sudionici**

Uzorak ovog istraživanja činio je 301 sudionik (24,3%) i sudionica (75,7%). Pritom, 214 sudionika studira u Zagrebu, njih 60 u Splitu, a ostali čine udio od 27 sudionika u uzorku. Najmlađi sudionik pritom ima 18 godina, a najstariji 33, dok je prosječna dob sudionika 23 godine. Studenata ekonomskih usmjerenja u uzorku ima 107, a studenata neekonomskih usmjerenja ima 194.

U prvu skupinu, studenata ekonomskog usmjerenja, uključeni su studenti koji u sklopu svog obrazovanja pohađaju kolegije iz poduzetništva i/ili područja usko vezanih uz poduzetništvo (financije, strateško planiranje i menadžment). S tim u skladu, u uzorak ekonomski usmjerenih studenata uključeni su studenti Ekonomskog fakulteta u Zagrebu i Splitu, studenti Veleučilišta VERN, Zagrebačke škole ekonomije i managementa, Visoke škole za poslovanje i upravljanje "Baltazar Adam Krčelić" iz Zaprešića, Fakulteta organizacije i informatike Varaždin i Rochester Institute of Technology – RIT Croatia. Studenti svih ostalih fakulteta i usmjerenja svrstani su u kategoriju neekonomski usmjerenih studija.

Od svih sudionika do sada se osobno kao poduzetnik/-ica okušalo 11,3% ispitanih studenata (N=34). Među ekonomski usmjerenim studentima, osobno se kao poduzetnik/-ica okušalo 17 sudionika – 15,9% od dijela ekonomskog uzorka, odnosno 5,65% ukupnog uzorka.

#### 4. Rezultati

Prije obrade podataka u skladu s postavljenim problemima, kao preduvjet korištenju multiple regresijske analize, provjerena je normalnost distribucije reziduala svih varijabli uporabom Durbin-Watsonova testa<sup>3</sup>. S obzirom na izračunatu vrijednost od 1,946 i tablične kritične vrijednosti (Rozga, 1994) možemo zaključiti da u modelu nema autokorelacije reziduala. Također je provjerena pouzdanost korištenih upitnika i njihovih subskala. Na osnovi dobivenih alfa koeficijenata možemo zaključiti da je pouzdanost tipa unutarnje konzistencije korištenih instrumenata zadovoljavajuća. U Tablici 1 prikazana je deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju.

*Tablica 1*  
Deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju (N=301)

| Varijabla                                      | M    | SD    | MIN  | MAX  |
|------------------------------------------------|------|-------|------|------|
| Poduzetnička namjera                           | 2,95 | 1,128 | 1    | 5    |
| Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS            | 3,41 | ,432  | 2,51 | 4,62 |
| Poduzetnička samoeфикаsnost                    | 3,34 | ,810  | 1    | 5    |
| Socijalna podrška za poduzetništvo-vrednovanje | 3,56 | ,741  | 1    | 5    |
| Socijalna podrška za poduzetništvo-odobranje   | 4,03 | ,699  | 2    | 5    |
| Poželjnost poduzetništva                       | 3,66 | ,940  | 1,20 | 5    |
| Akademski status                               | 3,71 | 1,356 | 1    | 6    |
| Poduzetničko iskustvo                          | ,11  | ,317  | 0    | 1    |

LEGENDA: *M* – aritmetička sredina; *SD* – standardna devijacija; *MIN* – minimalna vrijednost; *MAX* – maksimalna vrijednost

U svrhu odgovora na prvi problem, provjeren je model poduzetničke namjere. S ciljem da ispitamo koliki je samostalni doprinos prediktorskih varijabli, odnosno, objašnjavaju li one i u kojoj mjeri poduzetničku namjeru kod studenata, provedena je regresijska analiza. Hijerarhijska multipla regresijska analiza statistički je postupak u kojem prediktori ulaze u analizu po specifičnom redoslijedu koji je određen ciljem i logikom samog istraživanja (Hoyt, Leierer i Millington, 2006). Koeficijent multiple determinacije određuje se poslije svakog dodavanja određene grupe prediktora te pruža mogućnost određivanja njihovog jedinstvenog doprinosa, odnosno mogućnost

<sup>3</sup> Vrijednost Durbin-Watson testa je u rasponu od 0 do 4. Kada test pokazuje vrijednosti oko 2, ne postoji korelacija reziduala. Vrijednost blizu 0 ukazuje na snažnu pozitivnu korelaciju, dok vrijednost 4 pokazuje snažnu negativnu korelaciju.

kontroliranja efekata drugih varijabli koje su povezane s prediktorskim varijablama i kriterijem. Da bismo odredili samostalni doprinos pojedinog bloka prediktora u objašnjavanju varijance poduzetničke namjere, u prvom smo koraku kao prediktore uvrstili blok varijabli koje su teorijski i empirijski (Miljković Krečar, 2013) prediktori poduzetničke samoeфикаsnosti (poduzetničko iskustvo, poduzetništvo u obitelji, socijalna podrška za poduzetništvo, poduzetničke sklonosti i akademski status), u drugom koraku varijablu poduzetničke samoeфикаsnosti, a u trećem koraku poželjnost poduzetništva. Rezultati provedene analize nalaze se u Tablici 2.

*Tablica 2*  
Rezultati hijerarhijske regresijske analize za kriterijsku varijablu poduzetničkih namjera (N=301)

| Prediktori                                       | <b><math>\beta</math> koeficijenti</b> |          |         | <b>Sažetak analize</b>        |          |           |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------|----------|---------|-------------------------------|----------|-----------|
|                                                  | 1.korak                                | 2. korak | 3.korak | 1.korak                       | 2. korak | 3.korak   |
| Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS              | ,381**                                 | ,200**   | ,134**  | R                             | ,701     | ,845      |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (vrednovanje) | ,308**                                 | ,259**   | ,076    | R <sup>2</sup>                | ,492     | ,580      |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (odobravanje) | ,015                                   | -,028    | -,066   | Korigirani R <sup>2</sup>     | ,481     | ,570      |
| Poduzetništvo u obitelji                         | ,191**                                 | ,116**   | ,112**  | Promjena R <sup>2</sup>       |          | ,088      |
| Akademski status                                 | ,074                                   | ,079*    | ,089**  | Promjena F                    | 47,363** | 61,464**  |
| Poduzetničko iskustvo                            | ,165**                                 | ,115**   | ,094**  |                               |          | 136,938** |
| Poduzetnička samoeфикаsnost                      |                                        | ,397**   | ,200**  | ** $p < ,01$ ;<br>* $p < ,05$ |          |           |
| Poželjnost poduzetništva                         |                                        |          | ,520**  |                               |          |           |

LEGENDA:  $\beta$  – standardizirani koeficijent u multiploj regresiji; R – koeficijent multiple korelacije; R<sup>2</sup> – koeficijent multiple determinacije; F – F-omjer

Varijable uvedene u prvom bloku zajedno su objasnile 49,2% varijance kriterijske varijable poduzetničke namjere ( $R = ,701$ ). Provjerom statističke značajnosti regresijskih koeficijenata kao značajni prediktori pokazale su se sljedeće varijable: poduzetnička sklonost ( $\beta = ,191$ ;  $t = 8,583$ ;  $p < 0,01$ ), socijalna podrška – vrednovanje ( $\beta = ,308$ ;  $t = 6,38$ ;  $p < 0,01$ ), poduzetništvo u obitelji ( $\beta = ,308$ ;  $t = 3,99$ ;  $p < 0,01$ ) te poduzetničko iskustvo ( $\beta = ,165$ ;  $t = 3,575$ ;  $p < 0,01$ ). Uvođenjem poduzetničke samoeфикаsnosti u drugom koraku, došlo je do porasta koeficijenta multiple korelacije ( $R = ,761$ ), odnosno porasta u proporciji objašnjene varijance kriterija za 8,8% ( $R^2 = ,580$ ). Promjena objašnjene varijance je statistički značajna ( $F = 61,464$ ;  $df = 1/293$ ;  $p < 0,01$ ). Također, došlo je do promjene u  $\beta$  koeficijentima pojedine prediktorske varijable, a statistički značajnima u objašnjavanju

varijance kriterija su se pokazale sve varijable, osim socijalne podrške za poduzetništvo (odobravanje) ( $\beta = -.028$ ;  $t = -.628$ ;  $p > 0,05$ ). U trećem koraku uvedena je varijabla poželjnosti poduzetništva. Ova varijabla objašnjava dodatnih 13,4% varijance poduzetničkih namjera. Navedena promjena objašnjene varijance je statistički značajna ( $F = 136,938$ ;  $df = 1/292$ ;  $p < 0,01$ ), dok su se od prediktorskih varijabli značajnima pokazale poduzetnička sklonost ( $\beta = ,134$ ;  $t = 3,444$ ;  $p < 0,01$ ), poduzetništvo u obitelji ( $\beta = ,112$ ;  $t = 3,039$ ;  $p < 0,01$ ), akademski status ( $\beta = ,089$ ;  $t = 2,795$ ;  $p < 0,01$ ), poduzetničko iskustvo ( $\beta = ,094$ ;  $t = 2,661$ ;  $p < 0,01$ ), poželjnost poduzetništva ( $\beta = ,200$ ;  $t = 4,433$ ;  $p < 0,01$ ) te poduzetnička samoeфикаsnost ( $\beta = ,520$ ;  $t = 11,7023$ ;  $p < 0,01$ ). Korelacijska matrica svih varijabli prikazana je u Prilogu 1.

Dobiveni rezultati u skladu su s *Hipotezom 1a*, odnosno studenti koji imaju poduzetničko iskustvo iskazuju veće poduzetničke namjere ( $r = ,362$ ;  $p < ,01$ ). Nadalje, studenti koji u svojoj bliskoj okolini imaju uzor poduzetnika, također iskazuju veće poduzetničke namjere ( $r = ,436$ ;  $p < ,01$ ), čime smo potvrdili i *Hipotezu 1b*.

Što se tiče varijable *akademski status*, studenti viših studijskih godina iskazuju veće poduzetničke namjere ( $r = ,161$ ;  $p < ,01$ ), iz čega slijedi da potvrđujemo *Hipotezu 1c*. Također, dobiveni rezultati potvrđuju i *Hipotezu 1d*, budući da studenti koji postižu više rezultate na subskali socijalne podrške za poduzetništvo (vrednovanje), postižu i veće rezultate na mjeri poduzetničkih namjera. Jednako, i studenti koji postižu veće rezultate na subskali socijalne podrške za poduzetništvo (odobravanje), iskazuju i veće poduzetničke namjere ( $r = ,324$ ;  $p < ,01$ ). Navedenim potvrđujemo *Hipotezu 1e*. Međutim, u kombinaciji prediktora pretpostavljenim modelom, ova varijabla nije ostvarila značajni doprinos u predviđanju poduzetničke namjere.

Nadalje, studenti koji postižu veće rezultate na mjeri poduzetničkih sklonosti, postižu i veće rezultate na mjeri poduzetničkih namjera ( $r = ,504$ ;  $p < ,01$ ). S tim u skladu, potvrđena je i *Hipoteza 1f*. I na kraju odgovora na prvi problem istraživanja, potvrđujemo *Hipotezu 1g* te *Hipotezu 1h*, budući da studenti koji na varijabli *poduzetničke samoeфикаsnosti* postižu veće rezultate, iskazuju i veće poduzetničke namjere ( $r = ,667$ ;  $p < ,01$ ). Jednako tako veće poduzetničke namjere iskazuju i studenti koji postižu veće rezultate na mjeri *poželjnosti poduzetništva* ( $r = ,774$ ;  $p < ,01$ ). U multiploj regresijskoj analizi ova varijabla se pokazala najboljim pojedinačnim prediktorom poduzetničke namjere.

U okviru drugog problema htjeli smo provjeriti razlike u strukturi modela poduzetničke namjere između studenata ekonomskih i neekonomskih usmjerenja. Dobiveni rezultati prikazani su u Tablicama 3, 4 i 5. Rezultati provedenog t-testa za nezavisne uzorke pokazuju postojanje statistički značajnih razlika među studentima različitih usmjerenja (ekonomski i neekonomski) na mjerama varijabla socijalne podrške za poduzetništvo (vrednovanje) ( $t=2,595$ ;  $df=206,022$ ;  $p=,01$ ), poželjnost poduzetništva ( $t=2,719$ ;  $df=223,848$ ;  $p<,01$ ), poduzetnička samoeфикаsnost ( $t=2,293$ ;  $df=236,838$ ;  $p<,05$ ) i poduzetničkih namjera ( $t=2,403$ ;  $df=216,382$ ;  $p<,05$ ). Pritom, studenti ekonomskih usmjerenja postižu veće rezultate na svakoj od navedenih varijabli. Što se veličine efekta tiče s obzirom na postotak objašnjene varijance, u Tablici 3 je vidljivo kako sve značajne razlike imaju nisku veličinu efekta.

*Tablica 3*

Rezultati provjere statističke značajnosti razlika između studenata s obzirom na fakultetsko usmjerenje na svakoj ispitivanoj varijabli

| <b>Varijabla</b>                                 | <b>Usmjerenje</b> | <b>N</b> | <b>M</b> | <b>SD</b> | <b>t</b> | <b>d</b> |
|--------------------------------------------------|-------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|
| Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS              | Ekonomsko         | 107      | 3,37     | ,445      | -1,223   | ,138     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,43     | ,423      |          |          |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (vrednovanje) | Ekonomsko         | 107      | 3,71     | ,766      | 2,595**  | ,324     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,47     | ,714      |          |          |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (odobravanje) | Ekonomsko         | 107      | 4,08     | ,710      | 1,011    | ,128     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,99     | ,693      |          |          |
| Poduzetništvo u obitelji                         | Ekonomsko         | 107      | ,766     | ,734      | 1,432    | ,174     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | ,63      | ,823      |          |          |
| Akademski status                                 | Ekonomsko         | 107      | 3,84     | 1,222     | 1,206    | ,151     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,64     | 1,422     |          |          |
| Poduzetničko iskustvo                            | Ekonomsko         | 107      | ,16      | ,367      | 1,874    | ,214     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | ,09      | ,283      |          |          |
| Poduzetnička samoeфикаsnost                      | Ekonomsko         | 107      | 3,47     | ,755      | 2,293*   | ,265     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,26     | ,830      |          |          |
| Poželjnost poduzetništva                         | Ekonomsko         | 107      | 3,85     | ,914      | 2,719**  | ,324     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 3,55     | ,939      |          |          |
| Poduzetnička namjera                             | Ekonomsko         | 107      | 3,16     | 1,128     | 2,403*   | ,294     |
|                                                  | Neekonomsko       | 194      | 2,83     | 1,114     |          |          |

LEGENDA: *M* – aritmetička sredina; *SD* – standardna devijacija; *N* – broj sudionika istraživanja; *t* – *t* – test, *d* – Cohenov *d*

U rezultatima iz Tablica 4 i 5, vidljivo je kako su vrlo slični rezultati dobiveni na oba uzorka. Na oba smo uzorka konačnim modelom objasnili jednak postotak varijance kriterija  $\sim 71\%$ .

*Tablica 4*

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za kriterijsku varijablu poduzetničkih namjera na studentima ekonomskih usmjerenja ( $N=107$ ) te studentima neekonomskih usmjerenja ( $N=194$ )

|                  | Ekonomski usmjereni studenti |          |          | Neekonomski usmjereni studenti |          |         |
|------------------|------------------------------|----------|----------|--------------------------------|----------|---------|
|                  | 1. korak                     | 2.korak  | 3.korak  | 1.korak                        | 2.korak  | 3.korak |
| $R$              | ,705                         | ,768     | ,853     | ,701                           | ,754     | ,843    |
| $R^2$            | ,496                         | ,590     | ,728     | ,491                           | ,569     | ,711    |
| Korigirani $R^2$ | ,466                         | ,561     | ,706     | ,491                           | ,569     | ,711    |
| Promjena $R^2$   | ,496                         | ,094     | ,138     | ,491                           | ,077     | ,143    |
| Promjena $F$     | 16,433**                     | 22,668** | 49,668** | 30,124**                       | 33,226** | 91,28** |

LEGENDA:  $R$  – koeficijent multiple korelacije;  $R^2$  – koeficijent multiple determinacije;  $F$  – F-omjer; \*\*  $p < ,01$

Također, iz Tablice 5 vidljivo je kako prva dva koraka daju praktički iste rezultate na oba uzorka. Razlike nastaju tek uvođenjem varijable poželjnosti poduzetništva. U konačnom modelu (3.korak) na ekonomski usmjerenim studentima varijabla poduzetništva u obitelji jest značajan prediktor poduzetničkih namjera ( $\beta = ,193$ ;  $p < ,01$ ), dok na uzorku neekonomski usmjerenih studenata nije ( $\beta = ,07$ ;  $p > ,05$ ). S druge strane, obratno je s varijablama akademski status ( $\beta = ,104$ ;  $p < ,01$ ) i poduzetničko iskustvo ( $\beta = ,102$ ;  $p < ,05$ ) koje su značajne samo na uzorku neekonomski usmjerenih studenata. Također, značajni beta-ponderi koji su nestali u 3. koraku, potencijalno mogu govoriti o neočekivanom medijacijskom utjecaju poželjnosti poduzetništva ili pak mogu biti rezultat nekog supresor efekta.

Tablica 5

Standardizirani regresijski koeficijenti dobiveni hijerarhijskom regresijskom analizom za kriterijsku varijablu poduzetničkih namjera na studentima ekonomskih usmjerenja ( $N=107$ ) te studentima neekonomskih usmjerenja ( $N=194$ )

| $\beta$ koeficijenti - ekonomsko usmjerenje      |         |          |         | $\beta$ koeficijenti - neekonomsko usmjerenje    |         |          |         |
|--------------------------------------------------|---------|----------|---------|--------------------------------------------------|---------|----------|---------|
| Prediktori                                       | 1.korak | 2. korak | 3.korak | Prediktori                                       | 1.korak | 2. korak | 3.korak |
| Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS              | ,371**  | ,182*    | ,118    | Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS              | ,409**  | ,226**   | ,150**  |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (vrednovanje) | ,217*   | ,226**   | -,008   | Socijalna podrška za poduzetništvo (vrednovanje) | ,336**  | ,274**   | ,109*   |
| Socijalna podrška za poduzetništvo (odobravanje) | ,095    | ,025*    | ,054    | Socijalna podrška za poduzetništvo (odobravanje) | -,011   | -,045    | -,109*  |
| Poduzetništvo u obitelji                         | ,212**  | ,165     | ,193**  | Poduzetništvo u obitelji                         | ,175**  | ,096     | ,070    |
| Akademski status                                 | ,041    | ,060     | ,037    | Akademski status                                 | ,076    | ,080     | ,104**  |
| Poduzetničko iskustvo                            | ,209**  | ,121     | ,067    | Poduzetničko iskustvo                            | ,123**  | ,101     | ,102*   |
| Poduzetnička samoeфикаsnost                      |         | ,405**   | ,209**  | Poduzetnička samoeфикаsnost                      |         | ,381**   | ,184**  |
| Poželjnost poduzetništva                         |         |          | ,525**  | Poželjnost poduzetništva                         |         |          | ,537**  |

\*\*<,01; \* $p$ <,05

LEGENDA:  $\beta$  – standardizirani koeficijent u multiploj regresiji

Kada model poduzetničke namjere primijenimo na studentima ekonomskih usmjerenja, hijerarhijskom regresijskom analizom prediktori su, nakon prvog koraka, zajedno objasnili 49,6% varijance kriterija ( $R=,705$ ;  $p<0,01$ ), isto kao i kod neekonomski usmjerenih studenata (49,1%) ( $R=,701$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem varijable *poduzetnička samoeфикаsnost* u drugom koraku, kod ekonomski orijentiranih studenata prediktori su zajedno uspjeli objasniti 59% varijance poduzetničkih namjera ( $R=,768$ ;  $F=22,668$ ;  $df=1/99$ ;  $p<0,01$ ). Postotak objašnjene varijance povećan je za dodatnih 9,4%. S druge strane, kod neekonomski usmjerenih studenata postotak objašnjene varijance kriterija se povećao za dodatnih 7,8% ( $R=,754$ ;  $p<0,01$ ). Čini se da je samoeфикаsnost nešto važniji prediktor (i potencijalno medijator) na ekonomskom uzorku, što ide u prilog rezultatima Miljković Krečar (2013) dobivenima također na uzorku ekonomski usmjerenih studenata. U konačnici, dodavanjem varijable *poželjnost poduzetništva* u model poduzetničke namjere kod ekonomski usmjerenih studenata, uspjeli smo objasniti još 13,8% varijance kriterija ( $R=,853$ ;  $p<0,01$ ). Dodavanjem iste varijable u model kod neekonomski usmjerenih studenata, također je došlo do usporedivog povećanog postotka objašnjenog kriterija (14,3%).

Iako modelom na oba uzorka statistički značajno objašnjavamo sve veću proporciju varijance kriterija u svakom koraku, postoje razlike s obzirom na pojedine prediktore. Stoga, sukladno rezultatima prikazanima u Tablicama 4 i 5, samo djelomično potvrđujemo *Hipotezu 2*. Naime, vidimo kako su regresijski koeficijenti različiti s obzirom na usmjerenje studenata, tj. različit sklop prediktora objašnjava varijancu kriterija kod oba uzorka (npr. poduzetničke sklonosti kod studenata ekonomije se nisu pokazali značajnim prediktorom nakon 3. koraka ( $\beta = ,118$ ;  $p > ,05$ ), dok kod neekonomskih studenata jesu ( $\beta = ,150$ ;  $p < ,05$ )).

## 5. Rasprava

Ovim smo radom nastojali provjeriti model poduzetničkih namjera kod studenata različitih usmjerenja, kako onih ekonomskih, tako i onih neekonomskih. Također, nastojali smo utvrditi predviđaju li, i u kojoj mjeri, poduzetničku namjeru prediktorske varijable: pet teorijskih prediktora poduzetničke samoeфикаsnosti (poduzetničko iskustvo, poduzetništvo u obitelji, socijalna podrška za poduzetništvo, poželjnost poduzetništva, poduzetničke sklonosti te akademski uspjeh), sama poduzetnička samoeфикаsnost te poželjnost poduzetništva. Testirani model bazirao se na modelu Miljković Krečar (2013) prikazanom na Slici 1.

Provjerom modela na cijelom uzorku studenata hijerarhijskom regresijskom analizom ukupno smo objasnili 71,4% varijance kriterijske varijable poduzetničke namjere. Također, povećanje postotka objašnjene varijance u svakom od koraka bilo je statistički značajno. Model je potvrđen po svim pretpostavkama u okviru prvog problema, odnosno svi prediktori statistički značajno su povezani s poduzetničkom namjerom. U usporedbi s rezultatima Miljković Krečar (2013), ovako postavljanim modelom smo objasnili 17,4% više varijance poduzetničkih namjera. Naime, Miljković Krečar je pomoću poduzetničke samoeфикаsnosti, poželjnosti poduzetništva te poduzetnika u obitelji objasnila 54% varijance poduzetničkih namjera. Prethodno je s pet teorijskih prediktora poduzetničke samoeфикаsnosti (poduzetničko iskustvo, poduzetništvo u obitelji, socijalna podrška za poduzetništvo, poduzetničke sklonosti i akademski status) objasnila 23% varijance same poduzetničke samoeфикаsnosti. Navedeno nas vodi na zaključak kako istim setom

prediktora kojim je Miljković Krečar predviđala poduzetničku samoeфикаsnost, možemo objasniti dio varijance poduzetničkih namjera koje kombinacija ostalih prediktorskih varijabli (poduzetnička samoeфикаsnost i poželjnost poduzetništva) ne objašnjava.

Nadalje, rezultati provedenog t-testa za nezavisne uzorke pokazuju da, u odnosu na studente neekonomskih usmjerenja, studenti ekonomskih usmjerenja postižu statistički značajno više rezultate na mjerama socijalne podrške za poduzetništvo (vrednovanje poduzetništva kao karijerne opcije), poželjnosti poduzetništva, poduzetničke samoeфикаsnosti i poduzetničkih namjera. Također, premda provedbom hijerarhijske regresijske analize nismo pronašli razlike u postotku objašnjene varijance poduzetničkih namjera, pronađene su razlike u pojedinačnim odrednicama modela poduzetničkih namjera s obzirom na usmjerenje studenata.

Postoji nekoliko načina na koje možemo objasniti dobivene rezultate. Nepostojanje razlika u *poduzetničkim sklonostima* s obzirom na studijsko usmjerenje, možemo povezati s prethodnim istraživanjem *Upitnika poduzetničkih sklonosti* UPS (Miljković, 2006). U navedenom je istraživanju, u kojem je upitnik i konstruiran, ustanovljeno da UPS uspješno razlikuje skupinu poduzetnika od skupine nepoduzetnika. Međutim, to je istraživanje rađeno na prigodnom uzorku poduzetnika, s određenim stažem i iskustvom, za razliku od ovoga istraživanja, gdje je riječ o studentima koji većim dijelom još uvijek nemaju poduzetničkog iskustva, a možda niti jasno izražene radne preferencije. Stoga je moguće da je to jedan od razloga zašto u ovom istraživanju UPS nije u potpunosti uspješno diferencirao sudionike. Također, iako studenti ekonomskih fakulteta u nastavnim planovima i programima imaju predmete poduzetništva, za razliku od većine neekonomskih fakulteta koji ih nemaju, moguće je da loša trenutna socioekonomska situacija u državi, ili pak neperspektivan pogled na mogućnosti zapošljavanja utječe na neiskazivanje sklonosti poduzetništvu. Pojedini autori (Chamard, 1989; Singh, 1990; prema Gorman, Hanlon i King, 1997) navode kako tradicionalni obrazovni sustav nije previše okrenut poticanju i razvoju poduzetništva te kako se u nekim slučajevima osobine poželjne za poduzetnika čak i suzbijaju.

Nadalje, studentima se vjerojatno mijenja i percepcija važnosti prikupljenih znanja i vještina te postaju sve svjesniji razine konkretnih poslovnih znanja koje imaju ili nemaju. Peterman i Kennedy (2003) te Ede, Panigrahi i Calcich (1998; Srhoj, Štulec i Rasonja,

2014) predlažu da posjedovanje poduzetničkih znanja i vještina može djelovati na pozitivnost stavova prema poduzetništvu.

Varijabla *poduzetničkog iskustva* sama po sebi nije izrazito diskriminativna, budući da se radi o relativno homogenoj skupini studenata koji većinom nemaju poduzetničkog iskustva. No, varijabla se ipak pokazala statistički značajnim prediktorom kriterija u sva tri koraka regresijske analize. S obzirom na već spomenuta istraživanja (Dyer 1994, Davidsson i Honig, 2003) koja potvrđuju značaj prijašnjih poslova i poduzetničkih iskustava na kasnije poduzetničko ponašanje, a namjera predviđa ponašanje, pretpostavljamo da bismo i mi dobili značajnije rezultate na starijem uzorku.

U mjeri *poduzetničke samoeфикаsnosti* primijenjenoj u ovom istraživanju, od studenata su se tražile samoprocjene poduzetničkih znanja i vještina prilikom osnivanja i vođenja poduzeća. Rezultati su pokazali da je ona značajno povezana sa svim svojim teorijskim antecedentima, osim s akademskim statusom. Iako je poduzetnička samoeфикаsnost objasnila nešto više varijance kriterija kod ekonomski nego kod neekonomski usmjerenih studenata, važno je naglasiti kako se značajnost poduzetničke samoeфикаsnosti koju joj daje Miljković Krečar (2013) na našim rezultatima nije potvrdila.

Sljedeća varijabla, *poduzetništvo u obitelji*, jedina se nije pokazala statistički značajnim prediktorom u konačnom modelu poduzetničke namjere (nakon 3. koraka) kod neekonomski usmjerenih studenata. S druge strane, kod ekonomski usmjerenih studenata, varijabla je značajan prediktor u konačnom modelu. Statistički podaci pak često pokazuju da poduzetnicima postaju djeca poduzetnika ili makar osobe koje su u bližoj okolini imale uzor poduzetnika (Sherer i sur., 1989; Dyer, 1994). Navedeno tumačimo Bandurinom teorijom socijalnog učenja (1977; prema Miljković Krečar 2013), što bi značilo da odrastanje u obiteljima gdje su roditelji poduzetnici predstavlja specifičan kontekst u kojem se i kod djece formiraju poduzetničke namjere. Prisutnost uspješnoga roditelja poduzetnika pridonosi prognozi poduzetničke samoeфикаsnosti djeteta, većim aspiracijama za obrazovanjem i treningom na području poduzetništva te većim očekivanjima vlastite poduzetničke karijere, od onih koji imaju neuspješan role model poduzetnika u obitelji ili ga nemaju uopće (Sherer i sur., 1989). Čemu je to tako? Djeca odgajana u opisanom kontekstu su često izložena izazovima i prilikama povezanim s poduzetničkim karijerama (Chua, Chrisman i Sharma, 1999), a takav način odrastanja igra veliku ulogu u oblikovanju individualnih vjerovanja, stavova, osobnosti i namjera (Bronfenbrenner, 1986; prema Chua

i sur., 1999). U ispitanom uzorku, 20,6% studenata ima oca poduzetnika, dok 7,6% ima majku poduzetnicu. Brockhaus i Horwitz (1986) govore o povezanosti prisutnosti uzora s pojavom poduzetništva. Pritom, 28,2% uzorka ima uzor poduzetnika u liku njihovih roditelja. Kako smo ranije i naveli, Sherer i sur. (1989) pretpostavljaju da djeca poduzetnika, opažanjem svojih roditelja i na osnovi kognitivne procjene njihove (ne)uspješnosti, stvaraju sliku o (ne)poželjnosti poduzetničkoga posla. Ipak, nije pronađena razlika između uzorka ekonomski i neekonomski usmjerenih studenata s obzirom na poduzetništvo u obitelji – od neekonomski usmjerenih studenata njih 51% ima poduzetnike u bliskoj obitelji, od čega u liku roditelja 28,4% uzorka. Kod ekonomski usmjerenih studenata pak njih 66,4% ima poduzetnike u bliskoj okolini, od čega 28% uzorka ima roditelje poduzetnike.

Međutim, postoji statistički značajna razlika u varijabli *socijalna podrška za poduzetništvo (vrednovanje)* između ekonomski i neekonomski usmjerenih studenata u smjeru da uža okolina ekonomski usmjerenih studenata pozitivnije vrednuje poduzetništvo kao karijernu opciju. Zanimljivo je, s druge strane, da se u konačnom modelu kod ekonomski usmjerenih studenata socijalna podrška za poduzetništvo (ni odobravanje niti vrednovanje) nisu pokazale statistički značajnim prediktorom, za razliku od uzorka neekonomski usmjerenih studenata gdje su nakon 3. koraka bila značajna oba prediktora. Sukladno rezultatima, čini se kako je kod ekonomski usmjerenih studenata veći značaj poduzetnika u obitelji za buduću karijeru, dok je kod neekonomski usmjerenih studenata važnija socijalna podrška za poduzetništvo koju dobivaju iz bliske okoline. Također, moguće je i da postoji određeni medijacijski utjecaj između socijalne podrške za poduzetništvo i poduzetničke namjere. Na primjer, neki autori navode kako ljudi formiraju svoje namjere za ulazak u poduzetničke vode tek kada posjeduju poželjne stavove prema poduzetničkoj namjeri (Carsrud i sur., 2009; Watchravesringkan i sur., 2013; prema Srhoj, Štulec i Rasonja, 2014). S druge strane, istraživanje Kolvereida (1996) je pokazalo da obiteljska pozadina, spol i poduzetničko iskustvo imaju isključivo indirektan utjecaj na formiranje poduzetničkih stavova. Što se tiče cjelokupnog uzorka, varijabla *socijalne podrške za poduzetništvo (subskala odobravanje)* nije se pokazala statistički značajnim prediktorom, dok je subskala *socijalne podrške za poduzetništvo (vrednovanje)* značajno povezana s kriterijem u prva dva koraka testiranja modela hijerarhijskom regresijskom analizom.

Nastavno na pozitivan stav prema poduzetništvu, varijabla *poželjnost poduzetništva* se pokazala vrlo visoko povezanom s kriterijskom mjerom poduzetničkih namjera. Poželjnost poduzetništva ima visoku važnost kao prediktorska varijabla ( $\beta=,520$ ), a osim toga, visoko je značajno povezana s kriterijem u modelu poduzetničke namjere neovisno o usmjerenju studenata. Štoviše, provedena hijerarhijska regresijska analiza upućuje na to da bi poželjnost poduzetništva mogla posredovati u odnosima nekih drugih prediktora i poduzetničke namjere. Krueger (1993; prema Miljković Krečar, 2008) navodi kako percepcija kredibiliteta i poželjnosti te sklonost ka djelovanju objašnjavaju više od pola varijance poduzetničkih namjera. Navedeno je u skladu i s nalazom Shaperoa (1982; prema Zain i sur., 2010) koji nalazi da je poduzetnička namjera povezana s percepcijom poželjnosti i izvedivosti aktivnosti te sklonošću djelovanja u skladu s mogućnostima. Nadalje, Miljković Krečar navodi kako percipirana poželjnost uključuje stav prema djelovanju i društvene norme te da različite osobe mogu imati različite stavove prema poduzetništvu, od općenito negativnog do preferencije prema točno određenom obliku poduzetništva. Međutim, u vrijeme ekonomske krize te visokih stopa nezaposlenosti, moguće je da studenti poduzetništvo percipiraju poželjnim iz razloga što u poduzetništvo pruža mogućnost bržeg zapošljavanja, ranije osamostaljenje u poslu, osjećaj sigurnosti ili pak hijerarhijsko napredovanje. S druge strane, kod studenata koji dolaze iz poduzetničkih obitelji, vjerojatnije je da poduzetništvo 'podrazumijeva', ili možda imaju percepciju manjeg rizika poduzetničkog posla.

Zaključno, Miljković Krečar (2013) navodi kako život u obitelji poduzetnika nadilazi utjecaj nasljeđa i imitacije ponašanja, već on podrazumijeva usvajanje određenih (uglavnom pozitivnih) stavova o poduzetništvu te određene utjecaje, možda čak i pritiske, na odabir buduće karijere. Četiri varijable – poželjnost poduzetništva, poduzetničke sklonosti, poduzetništvo u obitelji i socijalna podrška za poduzetništvo – potencijalno imaju zajednički izvor kovarijabiliteta, kojeg Miljković Krečar (2013) naziva poduzetničkim odgojem, odnosno poduzetničkim fenotipom. Nadalje pretpostavlja kako se kod onih osoba bez poduzetničkog fenotipa poduzetničke namjere formiraju na različite načine, ali više racionalno na temelju logičke analize različitih karijernih opcija i vlastitih potencijala.

## 6. Ograničenja istraživanja

Nekoliko ograničenja je identificirano tijekom istraživanja. Prvo ograničenje jest da je u Hrvatskoj gotovo 4 puta više poduzetnika muškaraca nego žena (Singer i sur., 2005), stoga se ograničenje našeg istraživanja očituje u vidu smanjene mogućnosti generalizacije nalaza (vanjske valjanosti) s obzirom na pretežno ženski uzorak.

Drugo ograničenje jest nedostatak osobinskih varijabli u modelu (vrijednosti, stavovi, osobine ličnosti, lokus kontrole itd.), koji je više baziran na okolinskim/socijalnim utjecajima. Keat, Selvarajah i Meyer (2011) navode da u istraživanjima sklonosti poduzetništvu treba voditi računa o demografskim varijablama i obiteljskim čimbenicima kao što su: dob, spol, etničko porijeklo, religija, redoslijed rođenja, mjesto stanovanja (grad/selo), radno iskustvo, uključenost članova obitelji u poduzetničke aktivnosti i poslovni utjecaji, što bi svakako valjalo uključiti u buduća istraživanja

Također, bilo bi korisno nastaviti istraživanje na istim sudionicima kako bi se utvrdilo koji su od sudionika zaista krenuli u osnivanje poduzeća ili pokretanje nekog sličnog poduzetničkog projekta. Na takav bi način mogli izmjeriti koliko dobro možemo pomoću iskazane poduzetničke namjere predvidjeti krajnji cilj – poduzetničko ponašanje. Na temelju takvih longitudinalnih istraživanja bi mogli bolje utvrditi različite čimbenike koji su povezani s poduzetničkim ponašanjem. Bilo bi zanimljivo pratiti buduće obrazovanje i usmjerenje ovih sudionika i napraviti usporedbu s obzirom na njihove odgovore u ovom istraživanju. Treba napomenuti i da su u ovom istraživanju preuzeti instrumenti koje je koristila Miljković Krečar (2013) prilikom rada na doktorskoj disertaciji, od kojih bi neke bilo poželjno prilagoditi uzorku studenata različitih fakultetskih usmjerenja, za što je potrebna dodatna validacija. Nadalje, s obzirom na manjak sličnih istraživanja, preporuka je da se provede detaljnije i opsežnije istraživanje koje bi moglo dati više informacija. Ono što bi svakako bilo korisno u budućim istraživanjima jest uključiti još više studenata iz različitih gradova i regija, te gledati poticanje poduzetništva kao i zastupljenost istog u nastavnom planu i programu. Ipak, najvažnije spoznaje dobili bismo tek kroz dobro osmišljena longitudinalna istraživanja koja bi omogućila jasniji uvid u vezu između različitih korelata poduzetničkog ponašanja (Miljković Krečar, 2008).

## 7. Zaključak

Cilj ovoga istraživanja bio je ispitati model poduzetničkih namjera na studentima ekonomskog i neekonomskih usmjerenja. Dobiveni rezultati generalno potvrđuju model poduzetničkih namjera i kod ekonomski i neekonomski usmjerenih studenata budući da smo optimalnom kombinacijom prediktora objasnili ne samo značajan, već i velik dio varijance kriterija. Na cjelokupnom uzorku, dvije varijable socijalne podrške za poduzetništvo (vrednovanje i očekivanje) jedine nisu statički značajni prediktori poduzetničkih namjera. Iako smo modelom kod oba uzorka studenata (ekonomski i neekonomski usmjerenih) uspjeli objasniti približno jednako velik postotak varijance kriterija, postoje razlike u odrednicama modela s obzirom na usmjerenje studenata.

Rezultati dobiveni u ovome istraživanju imaju značajne teorijske i praktične implikacije. Model poduzetničkih namjera pristaje podacima prikupljenima na uzorku studenata ekonomskih i neekonomskih usmjerenja, ali postoje razlike s obzirom na konačni sklop značajnih prediktora. Ovaj nalaz može predstavljati polazište za buduća teorijska istraživanja poduzetničke namjere na različitim populacijama. Činjenica da istraživanja navode kako je najčešća dob kada se ljudi počnu baviti poduzetničkom aktivnošću između 25 i 35 godina, bitno govori u prilog doprinosu ovog istraživanja kojim se nastoje ispitivati poduzetničke namjere već i kod mladih studenata. Budući da je ovo jedno od malobrojnih istraživanja poduzetničke namjere provedenih na studentskoj populaciji, potrebno je provesti daljnja istraživanja uzimajući u obzir nedostatke ovoga.

## 8. Literatura

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Brockhaus, R. H. i Horwitz, P. S. (1986). The psychology of the entrepreneur. U: Sexton, D. L., and Smilor, R.W. (Ur.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger.
- Caird, S. (1988). *Report on the development and validation of General Enterprising Tendency*. Small Business centre. Durnham University.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J. i Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-39.
- Davidsson, P. i Honig, B. L. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Dyer, W. G. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19, 7-22.
- Fishbein, M., i Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
- Gird, A. i Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Gorman, G., Hanlon, D., i King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education, and education for small business management: A ten year literature review. *International Small Business Journal*, 56-77.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate d.o.o.
- Hoyt, W. T., Leierer, S., i Millington, M. J. (2006). Analysis and interpretation of findings using multiple regression techniques. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 49(4), 223-233.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C. i Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4): 206-220.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- McClelland, D. C., i Burnham, D. H. (2003). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 81, 117 – 126.
- Miljković, I. (2006). *Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti*. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.

- Miljković Krečar, I. (2013). *Predviđanje poduzetničkog ponašanja u okviru Bandurine teorije samoefikasnosti*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.
- Miljković Krečar, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. *Napredak*, 151 (3-4), 417-432.
- Miljković Krečar, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psihologijske teme*, 17 (1), 57-73.
- Naffziger, D. W., Hornsby, J. S., Kuratko, D. F. (1994.), A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18, 29-42.
- Peterman, N. E. i Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Rozga, A. (1994). *Statistička analiza*. Split: Ekonomski fakultet u Splitu.
- Sherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., Wiebe, F. A. (1989.). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Singer S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S. (2011). *Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom - rezultati GEM Hrvatska 2002 - 2011*. CEPOR, Zagreb.
- Singer S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S. (2003). *Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom - rezultati GEM 2002 za Hrvatsku*. CEPOR, Zagreb.
- Srhoj, S., Štulec, T. i Rasonja, T. (2014). *Modeliranje poduzetničkih namjera studenata uz pomoć kognitivnih i socio-emocionalnih čimbenika*. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu.
- Tonković Grabovac, M. i Morić Milovanović, B. (u tisku). Provjera osnovnih postavki modela poduzetničke orijentacije na hrvatskim poduzetnicima. *Suvremena psihologija*.
- Vajić, I. (1994). *Management i poduzetništvo*. Zagreb: Centar za poduzetništvo d.o.o.; Mladost d.d.
- Vizek Vidović, V., Rijavec, M., Vlahović Štetić, V. i Miljković, D. (2003). *Psihologija obrazovanja*. Zagreb: IEP – Vern.ch Reference in Entrepreneurship.
- Zain, Z. M., Akram, A. M., Ghani, E. K. (2010). Entrepreneurship Intention Among Malaysian Business Students. *Canadian Social Science*, 6(3), 34-44.
- Zhao, H. i Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91, 259-271.

## 9. Prilozi

Prilog 1. Korelacijska matrica svih varijabli korištenih u istraživanju (N=301)

|                                    | Poduzetnička<br>namjera | Poduzetničke<br>sklonosti | Poduzetništvo u<br>obitelji | Samoeфикаsnost | Socijalna podrška<br>(vrednovanje) | Socijalna podrška<br>(odobravanje) | Poželjnost<br>poduzetništva | Akademski status | Poduzetničko<br>iskustvo |
|------------------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|------------------|--------------------------|
| Poduzetnička<br>namjera            | 1                       | ,50**                     | ,42**                       | ,65**          | ,45**                              | ,32**                              | ,77**                       | ,14**            | ,36**                    |
| Poduzetničke<br>sklonosti          |                         | 1                         | ,184**                      | ,56**          | ,16**                              | ,30**                              | ,42**                       | ,15**            | ,17**                    |
| Poduzetništvo u<br>obitelji        |                         |                           | 1                           | ,37**          | ,24**                              | ,16**                              | ,31**                       | 0,01             | ,40**                    |
| Samoeфикаsnost                     |                         |                           |                             | 1              | ,31**                              | ,34**                              | ,59**                       | 0,07             | ,34**                    |
| Socijalna podrška<br>(vrednovanje) |                         |                           |                             |                | 1                                  | ,48**                              | ,53**                       | ,13**            | ,15**                    |
| Socijalna podrška<br>(odobravanje) |                         |                           |                             |                |                                    | 1                                  | ,41**                       | ,14**            | ,10*                     |
| Poželjnost<br>poduzetništva        |                         |                           |                             |                |                                    |                                    |                             | 0,06             | ,25**                    |
| Akademski status                   |                         |                           |                             |                |                                    |                                    |                             | 1                | -0,02                    |
| Poduzetničko<br>iskustvo           |                         |                           |                             |                |                                    |                                    |                             |                  | 1                        |

\*\* p<,01; \* p<,05