Povezanost proaktivnosti i sklonosti poduzetništvu kod studenata

Lukačević, Antonija

Master's thesis / Diplomski rad

2012

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:071963

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište J. J. Strossmayera Osijek
Filozofski fakultet
Odsjek za psihologiju

POVEZANOST PROAKTIVNOSTI I SKLONOSTI PODUZETNIŠTVU KOD STUDENATA

Diplomski rad

Antonija Lukačević

Mentor: dr. sc. Zoran Sušanj, izv. prof.

Osijek, 2012.

SADRŽAJ

UVOD……...1

Definicija poduzetnika i poduzetništva……..……..1

Poduzetnikovo podrijetlo i karakteristike…….……...…….3

Osobine poduzetnika…….……..……..5

Proaktivnost……..……..……...9

CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE…… ..……...11

METODA…… ..……...12

Sudionici……..……..12

Instrumenti……..……...12

Postupak……..…….13

REZULTATI.……...…….14

RASPRAVA……...……...18

ZAKLJUČAK……...…….25

LITERATURA……...26

PRILOZI…….29

Povezanost proaktivnosti i sklonosti poduzetništvu kod studenata

Cilj ovoga istraživanja bio je provjeriti povezanost između proaktivnosti i sklonosti poduzetništvu kod studenata. Podaci su prikupljeni na studentima Filozofskog i Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Rijeci te VERN-a u Zagrebu. Problemi rada su utvrditi stupanj povezanost između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti kod studenata te ispitati odnos između varijabli korištenih u istraživanju i poduzetničke namjere. Također, nastojalo se provjeriti postoje li razlike u svim mjerenim varijablama među studentima poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja. Rezultati upućuju na postojanje statistički značajne povezanosti između proaktivnosti i faktora poduzetničkih sklonosti. Dobivena je veća povezanost između proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće nego između proaktivnosti i prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti te povjerenja u vlastite mogućnosti. Značajnim prediktorima poduzetničke namjere pokazale su se varijable prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost te usmjerenost na postignuće. Nadalje, u skladu s očekivanjima, utvrđeno je da ne postoji statistički značajna razlika u proaktivnosti među studentima različitih usmjerenja. Pretpostavka da postoji statistički značajna razlika među studentima različitih usmjerenja s obzirom na poduzetničke sklonosti djelomično je potvrđena, dok je u potpunosti utvrđena statistički značajna razlika s obzirom na poduzetničku namjeru.

Correlation between proactivity and entrepreneurial tendencies among students

The aim of this study was to examine the relationship between proactivity and entrepreneurial tendencies among students. The research involved students of Faculty of Humanities and Social sciences and the Faculty of Economics in Osijek and Rijeka and VERN in Zagreb. First problem was to determine the correlation between proactivity and three factors of entrepreneurial tendencies among the students and the test the relationship between the variables used in the research and entrepreneurial intent. Second problem was to determine whether there are differences in measured variables among students entrepreneurial and nonentrepreneurial orientation. The results indicate the existence of a statistically significant correlation between proactivity and factors of entrepreneurial tendencies. Correlation between proactivity and achievement tendency proved to be higher than between proactivity and risk acceptance and unconventionality and self-confidence. Significant predictors of entrepreneurial intent are risk acceptance and unconventionality and achievement tendency. Also, as expected, no statistically significant difference in proactivity among students entrepreneurial and nonentrepreneurial orientation was found. The assumption that there is a statistically significant difference between students of different orientations in entrepreneurial tendencies is partially confirmed, while statistically significant difference in entrepreneurial intention was fully confirmed.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetnik, poduzetničke sklonosti, proaktivnost

Keywords: entrepreneuership, entrepreneur, entrepreneurial tendencies, proactivity

Uvod

Definicija poduzetništva i poduzetnika

Poduzetništvo se smatra značajnim faktorom ekonomskog razvoja svake zemlje te načinom kreiranja novih poslova i ostvarenja nacionalne dobrobiti. Sve zemlje bi trebale voditi računa o razvijanju poduzetništva kao načinu poticanja ekonomskog razvoja (Luca & Cazan, 2011). Ekonomska teorija razvijenih zemalja ističe poduzetništvo kao kamen temeljac gospodarskog sustava i gospodarskog razvoja. Zadatak mu je na najpovoljniji način kombinirati i koordinirati proizvodne faktore i time maksimizirati čisti profit (Škrtić, 2011). U Hrvatskoj se sve više razvija svijest o poduzetništvu. Ono postaje filozofija napretka, a poduzetnici koji uvode nove tehnologije, prije svega stvaraju nova radna mjesta te na taj način omogućuju svestrani društveni, kulturni, socijalni i osobni razvoj (Singer, Pfeifer, Borozan, Šarlija i Oberman, 2003).

Uz pojavu i razvijanje poduzetništva, razvila se i potreba za njegovim pojmovnim određenjem, pri čemu se uz poduzetništvo vrlo često govorilo i o poduzetniku. Pojam poduzetnik u ekonomskoj teoriji prvi uvodi R. Cantillon u svojoj *Općoj raspravi o prirodi trgovine* objavljenoj 1755.godine. Međutim, još mnogo prije toga o poduzetništvu i poduzetniku je pisao Dubrovčanin Benedikt Benko Kotruljić u svom radu o *Trgovini i savršenom trgovcu* 1573. godine (Deželjin, Deželjin, Dujanić, Tadin i Vujić, 1999). Njegov opis trgovca koji djeluje u uvjetima neizvjesnosti i koji sam snosi rizik svojeg poslovanja vrlo je blizak opisima modernih poduzetnika koje se kasnije pojavljuju u literaturi (Barković, 2009).

S obzirom na kompleksnost pojma, postoje brojne definicije poduzetništva i poduzetnika. Jedna od njih opisuje poduzetništvo kao 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). Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilika (Škrtić, 2011). Knight (1971; prema Deželjin i sur., 1999) u svezi s poduzetništvom, naglašava kombiniranje i organiziranje ostalih činitelja i agenata proizvodnje, preuzimanje rizika i neizvjesnost situacije u kojoj se djeluje. Poduzetnik mora odlučiti što i kako učiniti u uvjetima nepotpunih informacija o uvjetima svoje aktivnosti. Stoga poduzetnik mora imati sposobnost osjetiti i ponuditi stvari važne za poduzetnički pothvat. Kao osnovna determinanta poduzetničkog ponašanja navodi se traganje za promjenama, reagiranje na promjene i njihovo korištenje kao povoljne prilike (Buble i Kružić, 2006). Poduzetnika možemo

definirati kao inovatora, tj. kao osobu koja u inovaciji vidi izazov i profit, zbog kojeg je spremna preuzeti poslovni rizik i neizvjesnost poslovnog rezultata (Škrtić, 2011).

Schumpeter (1939.,1991; prema Deželjin i sur., 1999), koji se naziva ocem teorije o poduzetništvu, pridaje poduzetništvu središnje mjesto u kapitalističkom gospodarstvu. Poduzetništvo označava smisao i usluge u realiziranju inovacija i ostalih postignuća koja znače napredak gospodarskih subjekata. Prema Schumpeteru, poduzetnik je agens pothvata promjena i razvitka, nositelj inovacija i resursa. Poduzetnik nije osoba koja organizira proces proizvodnje i poslovanja u uvjetima uhodane tehnologije, organizacije i upravljanja, nego pokretač, akceptant i primjenjivač inovacijskih postignuća. Poduzetnik redovito potiče inovatorstvo i angažira inovacije u svojim pothvatima.

Hayek (1937; prema Deželjin i sur., 1999) naglašava odgovornost poduzetnika za promjene. Upozorava da jedna promjena izaziva druge, koje se oslanjaju na informacije prethodnih postignuća, a sposobnost uporabe informacija od velike je važnosti za uspješnu poduzetničku aktivnost. Drucker (1986; prema Deželjin i sur., 1999) označava poduzetništvo kao maksimalizaciju mogućnosti i sposobnost odmjeravanja aktivnosti u tom smjeru kako bi se onemogućila inertnost i osrednjost. Prema Druckeru, postoje tri ključna poduzetnička zadatka: 1) podizanje uspješnosti postojećeg poslovanja; 2) pronalaženje i aktiviranje novih potencijala; 3) osiguravanje budućnosti poslovanja. Osnovni elementi u poduzetničkoj aktivnosti su: sustavne inovacije u tehnologiji, ekonomiji i društvu, poduzetničko usmjeravanje resursa i povećavanje njihove djelotvornosti u ostvarivanju bogatstva. Bohmer (prema Deželjin i sur., 1999) kao primarne funkcije poduzetnika navodi: utvrđivanje ciljeva poduzeća, planiranje, organizacija, kontrola, polaganje računa i predstavljanje poduzeća.

Jednu od definicija poduzetništva nudi i Ronstadt (1988; prema Barković, 2009) koji poduzetništvo definira kao dinamični proces stvaranja uvećane vrijednosti. Tu uvećanu vrijednost stvaraju pojedinci koji preuzimaju velik rizik u smislu vrijednosti sredstava, vremena ili karijere, odnosno pronalaze vrijednost nekim robama i uslugama. Esencijalni dio ove definicije je pitanje definiranja uvećane vrijednosti putem stvaranja vrijednosti kao rezultata ili cilja procesa. Ovakav rezultat u skladu je s pitanjem potrebe za uspjehom koja se navodi kao najuvjerljivija psihološka varijabla vezana uz nastanak novog pothvata.

Poduzetništvo se može odrediti i kao ponašanja, vještine i atributi primjenjivi, pojedinačno ili kolektivno, kao pomoć pojedincima ili organizacijama da stvaraju promjene, nose se s promjenama i uživaju u promjenama i inovacijama koje donose višu razinu neizvjesnosti i kompleksnosti, te da takve promjene koriste kao instrument ispunjavanja osobnih ciljeva (Barković, 2009). Takva definicija uključuje sve vrste organizacija. Poduzetništvo je

svojevrsni fenomen koji funkcionalno nije ograničen samo na poslovne aktivnosti – postoje društveni poduzetnici, poduzetnici u obrazovanju, religiji i poduzetnici u neprofitnim organizacijama (Barković, 2009).

Katz & Gartner (1988; prema Gird & Bagraim, 2008) navode da je poduzetništvo oblik planiranog ponašanja, te da postoje preliminarni empirijski dokazi da su poduzetničke namjere dobri indikatori budućeg poduzetničkog pothvata (Chrisman, 1997; Reynolds & Miller; 1992 prema Gird & Bagraim, 2008). Poduzetnička namjera odnosi se na aktivnost koja uključuje stavove pojedinca prema toj aktivnosti i samoefikasnost pojedinca (Douglas and Fitzsimmon, 2008; prema Zain, Akram & Ghani, 2010). Shapero (1982; prema Zain i sur., 2010) navodi da je poduzetnička namjera povezana je s percepcijom poželjnosti i izvedivosti aktivnosti te sklonošću djelovanja u skladu s mogućnostima. Ajzen (1991) u okviru teorije planiranog ponašanja navodi da namjere predviđaju ponašanje, a te namjere su predviđene stavovima prema ponašanju, subjektivnim normama i percipiranom bihevioralnom kontrolom. Ponašanje koje uključuje pokretanje novog posla planirano je i uključuje namjeru (Gird & Bagraim, 2008).

Poduzetnikovo podrijetlo i karakteristike

Mnogi se pitaju stvaraju li se poduzetnici ili se rađaju. Dokazano je da karakterne osobine poduzetnika zavise i od jednoga i od drugoga. Te se osobine mogu vidjeti već u vrlo mladih ljudi, a uspjeh ovisi o tome kako ih društvo može odgojiti, obrazovati i podržati njihove napore (Vajić, 1994). Prema Brockhausu (1982; prema Barković, 2009) postoje tri kategorije koje utječu ili motiviraju na poduzetništvo: 1) psihološke karakteristike (potreba za postignućem, lokus kontrole i osobne vrijednosti); 2) prošla iskustva (nezadovoljstvo prethodnim zaposlenjem, utjecaji mentora); 3) osobne karakteristike (dob, razina obrazovanja itd.).

Dob. U smislu kronološke dobi, većina poduzetnika započne svoje poduzetničke karijere u dobi između 22 i 45 godina. Karijera se može započeti i prije i poslije ove dobi, ukoliko osoba ima potrebno iskustvo i financijsku potporu te visoku razinu energije potrebne za uspješno pokretanje i upravljanje novim pothvatom. Postoje i petogodišnje prekretnice (25, 30, 35, 40 i 45 godina) kada je pojedinac skloniji započinjanju poduzetničke karijere. Općenito, poduzetnici najčešće pokreću svoje značajne pothvate u ranim 30-ima, a poduzetnice obično u svojim srednjim 30-ima (Hisrich, Peters & Shepherd, 2011).

Spol. Utjecaj spola na poduzetništvo mogao bi se sagledati kroz učenje spolne uloge. O'Brien i Fassinger (1993; prema Miljković 2010) sugeriraju da identifikacija sa ženskom spolnom ulogom utječe na radnu motivaciju žena, njihove karijerne odluke i stavove prema radu. Stevenson (1986; prema Miljković 2010), koji se bavi spolnim razlikama u motivaciji za bavljenje poduzetništvom, nalazi da žene, osim faktora postizanja veće kontrole (koji dijele s muškarcima), češće navode i nesigurnost na tržištu rada uz niske plaće, odbacivanje spolnih stereotipa te želju za više fleksibilnosti u radu. Fleksibilnost u radu im je posebno važna zbog poteškoća u usklađivanju obiteljskog i poslovnog života.

U posljednje vrijeme došlo je do znatnog porasta samozapošljavanja žena, pri čemu one sada pokreću nove pothvate čak češće od muškaraca. Premda su karakteristike poduzetnika i poduzetnica općenito vrlo slične, poduzetnice se razlikuju u pitanju motivacije, poslovnih vještina i profesionalnog iskustva. Također postoje razlike u područjima poput potpornih sustava, izvora financiranja i problema. Muškarci su često motivirani poticajom za kontrolom vlastite sudbine, za pokretanjem stvari. Taj poticaj često proizlazi iz neslaganja sa šefovima ili osjećaja da bi oni mogli bolje upravljati. Za razliku od njih, žene su češće motivirane potrebom za postignućem koja proizlazi iz frustracije prethodnim iskustvima u kojima im nije bilo dopušteno djelovanje ni napredak (Hisrich i sur., 2011).

Obrazovanje. Obrazovanje je iznimno važno u odgoju poduzetnika. Njegova važnost ne odražava se samo na razini obrazovanja nego i u tome što ono nastavlja igrati glavnu ulogu u pomaganju poduzetnicima kako se nositi s problemima koji nailaze. Iako formalno obrazovanje nije nužno za pokretanje poslovanja, ono ipak pruža dobru podlogu, osobito u području pothvata. Mnogi poduzetnici i poduzetnice navode potrebu za obrazovanjem u području financija, strateškog planiranja, marketinga i menadžmenta (Hisrich i sur., 2011). U skladu s istraživanjima, obrazovanje je jedan od ključnih faktora koji razlikuje poduzetnike od nepoduzetnika (Lee i sur., 2005; prema Aghazamani & Roozikhah, 2010). Obrazovni sustav ima značajnu ulogu u otkrivanju i jačanju poduzetničkih karakteristika. Cho (1988; prema Aghazamani & Roozikhah, 2010) navodi da poduzetničko obrazovanje potiče poduzetničke pothvate jer adekvatna znanja i vještine stimuliraju motivaciju pojedinca da nešto poduzme.

McClelland smatra da postoje specifični uzorci odgoja i obrazovanja djece koji su ključni u razvijanju visoke potrebe za uspjehom, koju smatra bitnom osobinom poduzetnika, a kroz to i u razvoju poduzetništva. Među tim uzorcima odgoja i obrazovanja djece koji doprinose razvoju poduzetništva posebno se ističu razumno visoki standardi izvrsnosti, samoinicijativa kod obrazovanja i usavršavanja, majčina toplina i mala dominacija očeva. Također navodi da

ponašanje djece i roditelja prvenstveno ovisi o roditeljskim religijskim i ideološkim vrijednostima (Barković, 2009).

Osobne vrijednosti. Velik broj istraživanja navodi da su osobne vrijednosti važne za poduzetnike, međutim, ne uspijevaju dokazati da se, s obzirom na te vrijednosti, poduzetnici mogu razlikovati od menadžera, neuspješnih poduzetnika ili čak opće populacije. Primjerice, premda su poduzetnici često učinkoviti vođe, to ih ne razlikuje od uspješnih menadžera. Studije pokazuju da poduzetnici imaju drukčije stavove o prirodi procesa upravljanja i poslovanja općenito. Priroda pothvata, oportunizam, institucija i individualnost poduzetnika znatno se razlikuju od birokratske organizacije i planiranja, racionalnosti i predvidljivosti menadžera (Hisrich i sur., 2011). Neke od vrijednosti koje se smatraju karakterističnim za poduzetnike su: superiornija kvaliteta proizvoda, kvalitetna usluga klijentima, fleksibilnost ili sposobnost prilagodbe promjenama na tržištu, menadžment visokog kalibra, poštenje i etika u poslovnoj praksi. Drugi aspekt vrijednosti vrlo važnih poduzetnicima su etika i etično ponašanje poduzetnika (Hisrich i sur., 2011).

Radna povijest. Radna povijest tj. prethodno radno iskustvo pojedinca može igrati ulogu u rastu i konačnom uspjehu novog poduzetničkog pothvata. Nezadovoljstvo različitim dijelovima nečijeg posla, kao što su nedostatak izazova ili prilika za promaknuće, frustracija ili dosada, često mogu motivirati pokretanje novog pothvata, dok je prethodno tehničko i industrijsko iskustvo važno jednom kada je odluka o pokretanju donesena. Posebno je značajno iskustvo u sljedećim područjima: financije, razvoj proizvoda i usluga, proizvodnja, razvoj kanala distribucije i priprema marketinškog plana (Hisrich i sur., 2011).

Osobine poduzetnika

Vajić (1994) navodi da je teško zamisliti raznovrsniju skupinu ljudi nego su to poduzetnici. Bohmer (prema Deželjin i sur., 1999) navodi da poduzetnici moraju udovoljiti zahtjevima koji se na njih odnose: 1) bogatstvo ideja i odlučnost, organizacijski talent, sposobnost improvizacije i smjelost povezane s razboritošću i oprezom; 2) poznavanje ljudi, sposobnost za rukovođenje i suradnju, prilagođavanje i kontaktiranje, odgovornost prema suradnicima i javnosti, spremnost za sagledavanje društveno-političkih zadataka i 3) posjedovanje općih ekonomskih znanja o međuovisnostima i zakonitostima ekonomskog života, te stručnih znanja u trgovačkoj i tehničkoj sferi; otvorenost za spoznaje iz znanosti i prakse.

Obično nema formalnih prepreka za nikoga tko želi ući u poduzetničku profesiju, ali su potrebne izvanredne sposobnosti da se u njoj uspije i održi. Da bi bio uspješan suvremeni poduzetnik, svaki pretendent mora imati sposobnosti za svestrano osmišljavanje i planiranje poslovne akcije, imati sposobnost inicijative i inovativnog mišljenja, biti dobar organizator, znati

motivirati ljude, prenijeti odgovornost uz diskretnu kontrolu, biti strpljiv, sistematičan i uporan. Na optimalan način treba upravljati ljudima, financijskim i materijalnim sredstvima te informacijama. Mnoge poslove može prenijeti na druge, no mora očuvati opću kontrolu nad odvijanjem poslova. Stoga, pored sposobnosti inicijative i vodstva, mora imati i sposobnost upravljanja (Vajić,1994).

Međutim, čini se da nije svejedno u kojoj fazi razvoja poduzeća (npr. radi li se o fazi prije osnivanja, tijekom osnivanja ili o nekoj kasnijoj fazi) opažamo osobine poduzetnika. Levesque i sur. (2002; prema Miljković 2010) pronalaze kako se prihvaćanje rizika mijenja kroz faze poduzetničkog procesa, tj. kako s godinama poduzetnicima postaje sve manje prihvatljivo. Neke se osobine pokazuju snažnim prediktorima poduzetničkih namjera (npr. poduzetnička samoefikasnost) no kasnije slabije prognoziraju poslovni uspjeh, što je posljedica i promjene načina rada poduzetnika, s gotovo isključivo samostalnog na delegirajući (Baron, 2007; prema Miljković, 2010). Osobne dispozicije su nužan, iako ne i dovoljan, faktor ulaska u poduzetništvo. U kasnijim fazama razvoja poduzeća značenje osobina također može varirati, odnosno neće iste osobine koje nalazimo u podlozi donošenja poduzetničke odluke (npr. sklonost riziku) biti i u podlozi poduzetničke uspješnosti (kada će važnije biti vještine kao što je vještina upravljanja ljudima) (Miljković, 2010).

Poduzetništvo podrazumijeva cijeli niz specifičnih ponašanja koja u generičkom smislu nazivamo poduzetničkim ponašanjem. Poduzetne osobe tipiziraju sljedeća ponašanja: prepoznavanje i iskorištavanje mogućnosti; preuzimanje inicijative; kreativno rješavanje problema; preuzimanje odgovornosti i vlasništva nad stvarima; kontrola nad procesima izvedbe posla; efikasno i efektivno umrežavanje u svrhu upravljanja međusobno ovisnim procesima; kreativno sjedinjavanje procesa i odnosa; korištenje prosudbe radi preuzimanja kalkulativnog rizika (Barković, 2009). Poduzetničkom ponašanju podršku pružaju različiti poduzetnički atributi iako je neosporno da je priroda svakog pojedinca obdarila njihovom različitom kombinacijom i kvantitetom. Za poduzetne osobe karakteristični su sljedeći atributi: orijentacija na uspjeh i ambicija; samopouzdanje i samopoštovanje; izdržljivost; visoki stupanj autonomije; sklonost akciji; sklonost k učenju kroz rad; marljivost; odlučnost; kreativnost. Poduzetnički atributi podržavaju pojedinačne ili timske potrebe/želje za uspjehom i sposobnost da radije aktivno reagiraju na promjene, ili ih sami izazivaju, putem novih ideja i inovacija, nego da pasivno reagiraju na promjene kao rezultat neizvjesne i dinamične okoline (Barković, 2009). Za razliku od poduzetničkih atributa, vještine koje se vežu uz poduzetništvo, mogu se sa sigurnošću razvijati. Poduzetničke vještine odnose se na: kreativno rješavanje problema; uvjeravanje; pregovaranje; prodaju; predlaganje; holističko upravljanje poslom, projektima i situacijama

općenito; strateško razmišljanje; intuitivno donošenje odluka u uvjetima neizvjesnosti; umrežavanje. Poduzetničke vještine su usko povezane s poduzetničkim atributima, s kojima sinergijski podržavaju poduzetničko ponašanje (Barković, 2009).

Kombinaciju osobnih faktora prisutnih kod poduzetnika, koju se označava kao poduzetničku sklonost, Miljković (2006) vidi kao multidimenzionalni konstrukt, opisan barem sa tri sljedeća faktora: 1) povjerenje u vlastite mogućnosti; 2) prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost i 3) usmjerenost na postignuće. Među najznačajnijim osobinama poduzetnika ističu se:

Motiv za postignućem. McClelland (prema Miljković, 2006) navodi da su poduzetnici osobe kod kojih je izražen motiv za postignućem. Pri tome, visoka potreba za postignućem nije izolirana osobina, već se odnosi na ponašanja poput postavljanja zahtjevnih ciljeva, proaktivnosti, ustrajnosti, preuzimanja odgovornosti za zadatak, planiranja i kontroliranja događaja, traženja konkretne povratne informacije o uratku i razmišljanje o poboljšanju istog. Dvadeset od dvadeset tri velika istraživanja u poduzetničkoj literaturi pronalazi prilično dosljednu povezanost između potrebe za postignućem i poduzetništva unatoč varijabilnosti istraživanja s obzirom na uzorak i operacionalizaciju potrebe za postignućem (Johnson, 1990; Shaver and Scott, 1991; prema Yusof, Sandhu & Jain, 2007).

Inovativnost. Inovativnost se odnosi na opažanje i djelovanje u vezi s poduzetničkim aktivnostima na nov i jedinstven način (Robinson i sur., 1991; prema Yusof, 2007). Jedna je od najistaknutijih značajki suvremenog poduzetništva. Inovativnost omogućuje poduzetniku da se uhvati u koštac s nepoznatim, da radi poznate stvari na nove i neočekivane načine, da upliće stare ideje u nove obrasce te da više nudi rješenja nego izgovore (Buble i Kružić, 2006).

Sklonost riziku. Za poduzetnike je vjerojatno da će izbjegavati poslove u kojima su mali izgledi za uspjeh, ali neće ih ni motivirati poslovi koji su posve sigurni jer u tom slučaju je vjerojatno riječ o poznatim pothvatima i sigurnim rezultatima. Poduzetnici su većinom usmjereni na poslove visokog rizika, a koji mogu završiti i s pozitivnim učincima (Deželjin i sur., 1999). Smatra se kako poduzetnici bolje procjenjuju rizik od nepoduzetnika, dok preferiraju srednju razinu rizika (Brockhaus, 1980; prema Miljković, 2008).

Tolerancija na neizvjesnost. Odnosi se na sposobnost da se efikasno nosimo sa situacijama o kojima imamo nepotpune, nejasne ili nesigurne informacije (Norton, 1975; prema Miljković 2006). Tolerancija na neizvjesnost smatra se karakteristikom poduzetnika, te se očekuje da osobe uključene u poduzetničku aktivnost imaju razvijeniju tu osobinu nego drugi (Sarachek, 1978; Schere, 1982; prema Yusof, 2007).

Lokus kontrole. Lokus kontrole označava stupanj uvjerenja u mogućnost kontrole događaja u vlastitom životu. Postoje primjeri empirijskih istraživanja u literaturi prema kojima je internalni lokus kontrole bitna karakteristika poduzetnika (Cromie, 2000, Ho and Koh, 1992; Robinson i sur., 1991; prema Simpeh, 2011). Rauch & Frese (2000) su ustanovili da vlasnici poduzeća imaju nešto veći internalni lokus kontrole nego druge populacije.

Samoefikasnost. Samoefikasnost se odnosi na uvjerenje da smo sposobni izvršiti neku akciju ili se ponašati na određeni način, te se smatra najsnažnijim prediktorom u izboru zanimanja (Bandura, 1986; prema Miljković, 2006). Chen i sur. (1988; prema Miljković, 2006) utvrdili su da je samoefikasnost bolja mjera razlikovanja poduzetnika od nepoduzetnika od lokusa kontrole ili potrebe za postignućem.

Kreativnost. Prema nekim autorima, kreativnost je okosnica poduzetništva i još jedan faktor razlikovanja poduzetnika od nepoduzetnika (Drucker, 1985; Chen i sur., 1998; prema Miljković, 2006). Kreativnost se povezuje s vjerojatnošću započinjanja vlastitog posla (Hull, 1980; prema Miljković, 2006). Utsch i Rauch (2000; prema Miljković 2006), kreativnost smatraju medijatorom između orijentiranosti na postignuće i učinka poduzeća.

Sposobnost postavljanja ciljeva. Kod poduzetnika se neprestano odvija proces postavljanja i postizanja ciljeva. Već samo odabiranje i planiranje ciljeva, kao i svaki korak potreban da bi se ostvarili, djeluje poticajno. Postizanje jednih ciljeva kao rezultata aktivnosti znači otvaranje vrata postavljanju novih ciljeva (Deželjin i sur., 1999).

Potreba za neovisnošću. Potreba za neovisnošću odnosi se na potrebu da činimo i govorimo što želimo, odnosno na želju da autonomno upravljamo vlastitim životom (Caird, 1988; prema Miljković, 2006). Cromie (2000; prema Miljković 2006) smatra da je potreba za neovisnošću snažna motivacijska komponenta pri započinjanju vlastitog posla. Hornaday i About (1971; prema Miljković, 2006) navode kako poduzetnici imaju više izraženu potrebu za neovisnošću, te niže izraženu potrebu za podrškom.

Samouvjerenost. Samouvjerenost znači vjerovanje u sebe. Poduzetnici će rijetko prihvatiti status quo, vjerujući da ga mogu promijeniti prema svojoj zamisli (Deželjin i sur., 1999). Za poduzetnike se očekuje da će imati visoko samopouzdanje i osjećaj kompetencije u vezi sa svojim poslovnim pothvatima (Robinson i sur., 1991; prema Yusof i sur., 2007). Ho i Koh (1992; prema Yusof i sur., 2007) sugeriraju da je samouvjerenost nužna poduzetnička karakteristika.

Proaktivnost. Proaktivnost se odnosi na stupanj angažmana koji osoba ulaže da bi djelovala na svoju okolinu. U novije vrijeme smatra se jednom od bitnih karakteristika poduzetnika (Miljković, 2006). Lumpkin & Dess (1996; prema Rauch & Frese, 2000) navode da

se poduzetnička orijentacija sastoji od pet dimenzija: inovativnost, proaktivnost, sklonost riziku, autonomija i kompetitivna agresivnost. U radu Cranta (1996) proaktivnost se pokazala značajnim korelatom poduzetničke namjere. S obzirom da je upravo proaktivnost ključna varijabla u ovom radu, bit će podrobnije opisana u narednom poglavlju.

Proaktivnost

Proaktivnost je konstrukt koji u posljednje vrijeme privlači sve veću pažnju psihologije, osobito onog njezinog dijela koji se odnosi na rad u organizacijama. Suvremeni uvjeti obavljanja posla uključuju inicijativu, inovativnost i samostalnost, tj. proaktivno i aktivno djelovanje, tako da proaktivno ponašanje i inicijativa postaju sve važnije determinante organizacijskog uspjeha (Crant, 2000). Bateman i Crant (1993; prema Proroković, Slišković i Bumbak, 2008) navode da je najvažnija karakteristika proaktivnosti namjerno i direktno mijenjanje trenutačnih okolnosti. Osim navedene bihevioralne komponente, proaktivnost posjeduje i kognitivnu komponentu, koja se očituje u predviđanju i planiranju budućih događaja. Proaktivna ličnost se smatra važnim elementom efikasnosti zaposlenika, tima i tvrtke (Proroković i sur., 2008).

Proaktivnost je osobina koja se tek u novije vrijeme dovodi u vezu s poduzetništvom, a označava stupanj angažmana koji osoba ulaže kako bi djelovala na okolinu (Miljković, 2006). Za poduzetnike se kaže da su dinamični, proaktivni, inovativni agenti promjene u ekonomiji (Schumpeter, 1934; prema Chell, 2008). Schumpeter (1934; prema Chell, 2008) navodi da je poduzetnik proaktivna sila, Miller i Tolouse (1986; prema Chell, 2008) sugeriraju da rastu i razvoju orijentirani poduzetnici usvajaju proaktivni i analitički stil donošenja odluka, Chell i sur. (1991; prema Chell, 2008) pronalaze da su proaktivne karakteristike ključne za poduzetnike. Bateman i Crant (1993; prema Zarevski, Marušić i Vranić, 2002) proaktivnost definiraju kao dispoziciju koja određuje razlike između ljudi u onoj mjeri u kojoj oni poduzimaju aktivnosti kojima bi utjecali na svoju okolinu i mijenjali je. Proaktivne osobe su u potrazi za prilikama, pokazuju inicijativu, poduzimaju akcije i ustrajni su u postizanju svojih ciljeva i željenih promjena (Chell, 2008). Tendencija za proaktivnim ponašanjem obuhvaća različite akcije koje se manifestiraju kao generalni bihevioralni trend ili kao dispozicijska tendencija za ponašanjem na određeni način (Buss i Craik, 1980; prema Zarevski i sur., 2002).

Seibert i sur. (1999; prema Zarevski i sur., 2002) smatraju da su proaktivni pojedinci u stanju promijeniti način na koji rade, mijenjati službeni položaj, prihvaćati različite radne procedure te utjecati na odluke koje se odnose na njihovu plaću, promaknuće i druge organizacijske nagrade. Također označavaju proaktivne pojedince kao osobe koje doživljavaju veće dobitke u karijeri, zato što utječu na situacije i događaje s kojima se u radu susreću. Tipična

proaktivna ličnost je relativno otporna na situacijske pritiske, pronalazi nove mogućnosti i prilike, pokazuje inicijativu, preuzima akciju i ustrajna je unatoč zaprekama na koje nailazi ili koje odnose promjene. Visokoproaktivni pojedinci anticipiraju događaje iz okoline i usmjereni su na konstruktivne promjene, dok se manje proaktivni ljudi radije ponašaju u skladu s okolinom, nego da ju mijenjaju (Bateman i Crant,1993; prema Zarevski i sur., 2002).

Proaktivno ponašanje povećava vjerojatnost uspješne karijere (Seibert, Crant & Kraimer, 1999; prema Prabhu, 2007) i organizacijsku uspješnost (Bateman & Crant, 1999; prema Prabhu, 2007). Njegovi efekti istraživani su u brojnim područjima, kao što su radna uspješnost (Ashford & Northcraft, 1992; Crant, 1995; prema Prabhu, 2007), feedback (Ashford & Cummings, 1985; VandeWalle & Cummings, 1997; prema Prabhu, 2007), karijera (Bell & Staw, 1989; Claes, & Ruiz-Quintanilla, 1998; prema Prabhu, 2007), prilagodba novih zaposlenika (Chan & Schmitt, 2000; prema Prabhu, 2007), poduzetništvo (Becherer & Maurer, 1999; prema Prabhu, 2007), rukovođenje (Deluga, 1998; prema Prabhu, 2007), radni timovi (Kirkman & Rosen, 1999; prema Prabhu, 2007) i socijalizacija (Morrison, 1993; prema Prabhu, 2007).

Proaktivno ponašanje može doprinijeti organizacijskog uspješnosti na sljedeće načine: osnažujući produktivnost suradnika i menadžera; preusmjeravanjem resursa ka produktivnijoj svrsi; reduciranjem potrošnje ograničenih resursa; boljom koordinacijom aktivnosti unutar i između radnih grupa; većom mogućnošću privlačenja i zadržavanja najuspješnijih zaposlenika; većom stabilnošću poslovnih rezultata; efektivnijom prilagodbom organizacije na promjene iz okruženja (Podrug, Prester i Filipović, 2010). Crant (2000) smatra da postoji šest kontekstualno-specifičnih oblika proaktivnog ponašanja (socijalizacija, traženje povratne informacije, privlačenje pozornosti, inovativnost, upravljanje karijerom i savladavanje stresa) koji na specifičan način zahvaćaju širi koncept proaktivnog ponašanja i inicijative.

S obzirom na rastuću važnost poduzetnika i poduzetništva, ovim se radom nastojalo ustanoviti značajne aspekte poduzetništva i poduzetničkih osobina prisutne u studentskoj populaciji te doprinijeti razumijevanju razvijenosti namjere, kao determinante uključivanja u poduzetničke aktivnosti i proaktivnosti, kao ključne osobine uspješnog poduzetnika.

Cilj, problemi i hipoteze

Cilj ovoga istraživanja bio je provjeriti postoji li povezanost između proaktivnosti i poduzetničkih sklonosti kod studenata te ispitati odnos varijabli korištenih u istraživanju i

poduzetničke namjere. Također, nastojalo se ustanoviti postoje li razlike u mjerenim varijablama između studenata poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja. Svrha istraživanja jest utvrditi u kojoj mjeri su poduzetničke sklonosti razvijene kod studenata (koji još nemaju poduzetničko iskustvo). Nadalje, nastojat će se utvrditi u kojoj mjeri je proaktivnost izražena kod studenata različitih fakultetskih usmjerenja te postoji li povezanost između te osobine i poduzetničkih sklonosti. U istraživanju će se provjeriti i predviđaju li mjerene varijable i u kojoj mjeri poduzetničku namjeru.

S obzirom na cilj istraživanja, formulirani su sljedeći problemi:

Problem 1. Utvrditi stupanj povezanosti između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti kod studenata, te provjeriti odnos navedenih varijabli i poduzetničke namjere.

Problem 2. Provjeriti postojanje razlika u svim mjerenim varijablama među studentima različitih usmjerenja.

Hipoteze ovoga istraživanja, koje proizlaze iz navedenih problema, su:

Hipoteza 1a: Postoji statistički značajna povezanost između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je veća između proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće nego između proaktivnosti i prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti te povjerenja u vlastite mogućnosti.

Hipoteza 1b: Tri faktora poduzetničkih sklonosti i dva faktora proaktivnosti predstavljaju značajne prediktore poduzetničke namjere.

Hipoteza 2a: Ne postoji statistički značajna razlika u proaktivnosti među studentima različitih fakultetskih usmjerenja.

Hipoteza 2b: Poduzetničke sklonosti su razvijenije kod studenata poduzetničkih nego kod studenata nepoduzetničkih usmjerenja.

Hipoteza 2c: Poduzetnička namjera je izraženija kod studenata poduzetničkih nego kod studenata nepoduzetničkih usmjerenja.

Metoda

Sudionici

U istraživanju su sudjelovali studenti 1. i 2. godine diplomskih studija Filozofskog i Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Rijeci te Visoke škole za ekonomiju i poduzetništvo VERN iz

Zagreba, njih ukupno 535 (*N*=535), od toga 133 studenta/ica FFOS-a i 130 studenata/ica EFOS-a iz Osijeka, 81 student/ica FFOS-a i 142 studenta/ice EFOS-a iz Rijeke te 49 studenata/ica VERN-a iz Zagreba. Sudjelovalo je 413 sudionika ženskoga spola i 122 sudionika muškoga spola. Raspon godina sudionika je od 21 do 50. Prosječna dob sudionika je 23,26 (*M*= 23,3; *SD*= 2,36). U svrhu daljnjih analiza, studenti Ekonomskog fakulteta u Osijeku i Rijeci te studenti VERN-a bit će svrstani u skupinu „poduzetničko usmjerenje“ (*N*=321), dok će studenti Filozofskog fakulteta u Osijeku i Rijeci biti svrstani u skupinu „nepoduzetničko usmjerenje“ (*N*=214).

Instrumenti

Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS (Miljković, 2006). Konstruiran je na Visokoj školi za ekonomiju poduzetništva s pravom javnosti VERN. Skale na kojima upitnik teoretski počiva, kao i većina njegovih tvrdnji, preuzete su iz General Enterprising Tendency Testa (tzv. GET test, Caird, 1988) i Kohovog upitnika (Koh, 1996). To su skale: potreba za postignućem, potreba za neovisnošću, tolerancija na neizvjesnost, inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, lokus kontrole i samopouzdanje. Svaka skala prezentirana je s po 13 tvrdnji koje se procjenjuju na Likertovoj skali od 5 stupnjeva. Pola tvrdnji dano je u pozitivnom, a pola u negativnom obliku. Preliminarna je verzija upitnika s 91 tvrdnjom primijenjena na uzorku studenata, a na osnovu analize čestica odabrano je 69 tvrdnji za daljnju upotrebu. Koeficijent unutarnje pouzdanosti (Cronbachov α) ovakvog upitnika iznosi 0,89. Za svakog sudionika formira se prosječni uradak na UPS-u, definiran kao aritmetička sredina odgovora na 69 pitanja. Takav upitnik je zatim primijenjen na ekvivalentnim parovima poduzetnika i nepoduzetnika, te su faktorskom analizom dobivena tri faktora, interpretirana kao: Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost, Usmjerenost na postignuće te Povjerenje u vlastite mogućnosti, koja su korištena u ovome istraživanju.

Upitnik proaktivnosti P1 (Zarevski, 2001). Konstruiran je na Odsjeku za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Sastoji se od 28 tvrdnji koje mjere stupanj proaktivnog ponašanja. Na svaku tvrdnju sudionik odgovara sa ″Da″ili ″Ne″, ovisno o tome koliko smatra da tvrdnja opisuje njegovo ponašanje. Rezultati na tvrdnjama su binarne vrijednosti (0,1), a svaka se tvrdnja boduje u smjeru proaktivnog ponašanja, pa postignuti veći broj bodova ukazuje na veću proaktivnost. Čestice upitnika grupiraju se u dva faktora: Sklonost promjeni i Sklonost planiranju. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije za faktor Sklonost planiranju iznosi 0,79, dok je za faktor Sklonost promjeni nešto niža i iznosi 0,63. Korelacija između ta dva faktora iznosi 0,20.

Upitnik namjere uključivanja u poduzetničke aktivnosti (Liñàn i Chen, 2006). Konstrukt uključivanja u poduzetničke aktivnosti preuzet je iz Modela poduzetničke namjere (Liñàn i Chen, 2006). Šest čestica koje mjere navedeni konstrukt prevedene su s engleskog jezika. Slaganje s pojedinim tvrdnjama sudionik izražava na skali od 1 do 5. Pri tome 1 označava „u potpunosti se ne odnosi na mene“, a 5 „u potpunosti se odnosi na mene“. Koeficijent unutarnje pouzdanosti (Cronbachov α) iznosi 0,95.

Postupak

Uzorak je prikupljen na fakultetima u Osijeku, Rijeci i Zagrebu. Istraživanje je provedeno tijekom svibnja i lipnja 2012. godine. Istraživanje je provedeno grupno, u prostorijama Ekonomskog i Filozofskog fakulteta. Nakon dobivene suglasnosti fakulteta dogovoren je termin provođenja istraživanja s nositeljima kolegija u okviru čijih predavanja se provodilo istraživanje. Istraživanje je bilo anonimno te je sudjelovanje u istraživanju bilo dobrovoljno. Sudionici su bili u mogućnosti u bilo kojem trenutku odustati. Sudionici istraživanja su prije istraživanja bili upoznati s temom istraživanja. Prije ispunjavanja upitnika im je pročitana uputa koja se nalazila na prvoj stranici, pojašnjen im je način ispunjavanja te je naglašeno da će podaci dobiveni u ovom istraživanju biti strogo povjerljivi i čuvani. Sudionicima su nakon toga bili podijeljeni upitnici. Vrijeme rješavanja upitnika bilo je 15-20 minuta. Podaci prikupljeni istraživanjem objedinjeni su u jednu bazu te obrađeni u SPSS-u.

Rezultati

Prije nego što se pristupilo obradi podataka u skladu s postavljenim problemima, Kolmogorov-Smirnovljevim testom provjeren je normalitet distribucija rezultata varijabli korištenih u istraživanju. Kolmogorov-Smirnovljev Z za proaktivnost i poduzetničke sklonosti nije se pokazao statistički značajnim čime su zadovoljni uvjeti za korištenje parametrijskih postupaka. Što se tiče *poduzetničke namjere*, dobivena je distribucija koja statistički značajno odstupa od normalne. Na temelju histograma (prilog 1) možemo utvrditi da navedeno odstupanje nije veliko, tj. da distribucija nije asimetrična, nego ima tendenciju normalne distribucije. Kolesarić (2006) navodi da je analiza varijance postupak koji je otporan na razumno odstupanje od normalne distribucije. Možemo pretpostaviti da razumno odstupanje od normalne distribucije neće imati značajne posljedice na dobivene rezultate. U obradi rezultata koja uključuje *poduzetničku namjeru* stoga su korišteni parametrijski postupci uz Bonfferonijevu korekciju.

Također je provjerena pouzdanost korištenih upitnika i njihovih subskala. Na osnovi dobivenih alfa koeficijenata možemo zaključiti da je pouzdanost korištenih instrumenata zadovoljavajuća. U tablici 1. prikazani su koeficijenti unutarnje konzistencije te deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju.

Tablica 1. Koeficijenti unutarnje konzistencije i deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju (N=535)

Varijabla	M	SD	MIN	MAX	Cronbach α
Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS	239,8	26,47	148	321	,91
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	75,8	11,99	39	109	,86
Usmjerenost na postignuće	101,7	10,22	65	133	,82
Povjerenje u vlastite mogućnosti	62,2	10,09	31	86	,83
Proaktivnost	96,9	11,68	66	133	,77
Sklonost planiranju	58,2	8,96	29	81	,75
Sklonost promjeni	38,7	4,99	22	53	,58
Poduzetnička namjera	18,0	6,55	6	30	,93

Kako bi se odgovorilo na prvi problem istraživanja *(Hipoteza 1a)*, ispitana je povezanost mjera poduzetničkih sklonosti i *proaktivnosti* koristeći Pearsonov koeficijent korelacije. Korelacijska matrica prikazana je u tablici 2. Dobiveni rezultati u skladu su s *Hipotezom 1a*, prema kojoj postoji statistički značajna povezanost između *proaktivnosti* i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je veća između *proaktivnosti* i *usmjerenosti na postignuće* (r= ,46; p<,01), nego između *proaktivnosti* i *prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti* (r= ,20; p<,01) *te povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,27; p<,01). Kad promatramo dva faktora *proaktivnosti* zasebno, korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= -,04; p>,05) te *sklonosti planiranju* i *povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,07; p>,05) nije se pokazala statistički značajnom. Međutim, dobivena je statistički značajna

korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *usmjerenost na postignuće* (*r*= ,26; *p*<,01). Također su dobivene statistički značajne korelacije faktora *sklonost promjeni* s faktorima *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (*r*= ,55; *p*<,01), *usmjerenost na postignuće* (*r*= ,61; *p*<,01) i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (*r*= ,50; *p*<,01).

Tablica 2. Korelacijska matrica svih varijabli korištenih u istraživanju

	Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	Usmjerenost na postignuće	Povjerenje u vlastite mogućnosti	Proaktivnost	Sklonost planiranju	Sklonost promjeni	Poduzetnička namjera
Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS	,88**	,78**	,78**	,38**	,11*	,68**	,37**
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost		,55**	,56**	,20**	-,04	,55**	,37**
Usmjerenost na postignuće			,40**	,46**	,26**	,61**	,32**
Povjerenje u vlastite mogućnosti				,27**	,07	,50**	,19**
Proaktivnost					,92**	,69**	,20**
Sklonost planiranju						,34**	,12**
Sklonost promjeni							,26**

*** p<,01*
** p<,05*

Kako bi se provjerilo u kojoj mjeri varijable korištene u istraživanju predviđaju *poduzetničku namjeru* (*Hipoteza 1b*) korištena je regresijska analiza, gdje je zavisna varijabla bila *poduzetnička namjera*, a prediktorske varijable tri faktora poduzetničkih sklonosti i dva faktora *proaktivnosti.* Rezultati regresijske analize (*R*=,407*; R^2*=,166*; F(*5, 447)=17,79*; p*<,01*)* pokazali su da navedene varijable objašnjavaju 16,6 % varijance poduzetničke namjere. Značajnim prediktorima pokazali su se samo faktori *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (β= 0,28; *p*<,01) i *usmjerenost na postignuće* (β= 0,16; *p*<,01). Na temelju dobivenih rezultata, prikazanih u tablici 3., možemo zaključiti da je hipoteza djelomično potvrđena.

Tablica 3. Rezultati regresijske analize sa svim varijablama korištenim u istraživanju kao prediktorima poduzetničke namjere

Prediktori	B	β	t
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	,16	,28	4,66**
Usmjerenost na postignuće	,11	,16	2,78**
Povjerenje u vlastite mogućnosti	-,02	-,04	-0,67
Sklonost planiranju	,07	,09	1,87
Sklonost promjeni	,01	,01	0,09

** *p<,01; R= ,407;* R^2*=,166.*

LEGENDA:
B- nestandardizirani koeficijent u multiploj regresiji
β- standardizirani koeficijent u multiploj regresiji
t- vrijednost t-testa

Drugi problem istraživanja provjeren je univarijantnom analizom varijance uz primjenu Bonfferonijeve korekcije, gdje je zavisna varijabla bila poduzetničko/nepoduzetničko usmjerenje, a nezavisne varijable dva faktora *proaktivnosti*, tri faktora poduzetničkih sklonosti te *poduzetnička namjera*. Najprije je opravdanost korištenja analize varijance provjerena Levenovim testom, koji je potvrdio homogenost varijanci. Dobiveni rezultati prikazani su u tablici 4. U skladu s očekivanjima, nije dobivena statistički značajna razlika u faktorima *proaktivnosti* među studentima različitih usmjerenja (F(1, 451)= 0,82, p>,05; F(1, 451)= 1,20, p>,05), čime je potvrđena *Hipoteza 2a.*

Rezultati analize varijance ukazuju na postojanje statistički značajne razlike među studentima poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja u varijabli *usmjerenosti na postignuće* (F(1, 451)= 7,42; p<,01), uz veličinu učinka od 0,9 % (η^2=0,009). Razlika među studentima različitih usmjerenja u varijabli *povjerenje u vlastite mogućnosti* se pokazala statistički

značajnom, ali na razini rizika od 6 % (F(1,451)= 3,53; p=,06), uz veličinu učinka od 0,6 % (η^2=0,006), dok u varijabli *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnosti* nije dobivena statistički značajna razlika među studentima različitih usmjerenja (F (1, 451)= 1,24; p>,05). Time je *Hipoteza 2b* djelomično potvrđena.

Utvrđena je statistički značajna razlika među studentima poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja (F (1,451)= 118,59; p<,01) s obzirom na *poduzetničku namjeru*. Dobivena veličina učinka iznosi 21,4 % (η^2= 0,214). Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti da je *Hipoteza 2c* potvrđena.

Tablica 4. Rezultati analize varijance provedene na rezultatima studenata poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja s obzirom na varijable korištene u istraživanju

Varijable	∑ kvadrata	Ss	F	p	η^2
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	185,21	1	1, 24	,265	,003
Usmjerenost na postignuće	779,91	1	7,42**	,007	,009
Povjerenje u vlastite mogućnosti	353,84	1	3,53	,061	,006
Sklonost planiranju	67,13	1	0,82	,366	,001
Sklonost promjeni	29,81	1	1,20	,274	,001
Poduzetnička namjera	4085,10	1	118,59**	,000	,214

** *p<,01*

LEGENDA:

∑ kvadrata- suma kvadrata

ss- stupnjevi slobode

F- rezultat F-omjera

η^2- kvadrirani eta koeficijent

Rasprava

Poduzetništvo poprima sve veću važnost u ekonomskom sustavu različitih zemalja te privlači veliku pažnju istraživača iz različitih područja koji nastoje ispitati različite aspekte poduzetništva kod različitih populacija. Ovim istraživanjem se nastojalo provjeriti koliko su

poduzetničke sklonosti razvijene kod studenata. Također, s obzirom da se *proaktivnost* u posljednje vrijeme pokazala bitnom karakteristikom poduzetnika, nastojalo se utvrditi u kojoj mjeri je ona izražena kod studenata različitih fakultetskih usmjerenja te kakav je odnos te osobine i poduzetničkih sklonosti. Jedna od bitnih odrednica ovog istraživanja bila je i provjeriti predviđaju li i u kojoj mjeri mjerene varijable *poduzetničku namjeru*.

Hipoteza 1a je potvrđena. Dobivena je statistički značajna povezanost između *proaktivnosti* i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je veća između *proaktivnosti* i *usmjerenosti na postignuće* (r= ,46; p<,01), nego između *proaktivnosti* i *prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti* (r= ,20; p<,01) te *povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,27; p<,01). Najveća korelacija je dobivena između faktora *sklonost promjeni* i *usmjerenost na postignuće* (r= ,61; p<,01). Općenito, vidljivo je da postoji veća povezanost faktora *sklonost promjeni* s faktorima poduzetničkih sklonosti, nego faktora *sklonost planiranju*. Korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= -,04; p>,05) te *sklonost planiranju* i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (r= ,07; p>,05) nije se pokazala statistički značajnom, dok je dobivena statistički značajna korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *usmjerenost na postignuće* (r= ,26; p<,01). Korelacije faktora *sklonost promjeni* s faktorima prihvaćanje *rizika i nekonvencionalnost* (r= ,55; p<,01), *usmjerenost na postignuće* (r= ,61; p<,01) i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (r= ,50; p<,01) su sve statistički značajne, te je najveća korelacija dobivena s faktorom *usmjerenost na postignuće*, što je u skladu s očekivanjima. U svakom slučaju, potrebna su dodatna istraživanja uz kontrolu različitih faktora kako bi se provjerili dobiveni rezultati.

Dobiveni rezultati u skladu su s očekivanjima i prethodnim istraživanjima. Crant (2000) u svom preglednom radu o proaktivnom ponašanju u organizacijama navodi istraživanja koja potvrđuju povezanost *proaktivnosti* i individualnog uspjeha u radu, uspješnosti u karijeri, vodstva, organizacijske inovativnosti, ekipnog postignuća i poduzetništva. U velikom broju istraživanja potvrđena je povezanost proaktivne ličnosti i poduzetništva. Crant (1996) je ustanovio visoku povezanost između *proaktivnosti* i sklonosti pokretanju vlastitog biznisa. Becherer i Maurer (1999; prema Crant, 2000) su utvrdili povezanost proaktivne ličnosti i promjena u prodaji te asertivnog poduzetničkog stava i hrabrosti zauzimanja tržišne pozicije. Također su dobili da je *proaktivnost* više povezana s pokretanjem i otvaranjem vlastitog biznisa nego s kupovinom ili nasljeđivanjem nekih već postojećih poduzeća.

U okviru prvog problema, provjerena je i povezanost između varijabli korištenih u istraživanju i *poduzetničke namjere*. S obzirom na dobivene korelacije, pretpostavljeno je da bi korištene varijable mogle predviđati *poduzetničku namjeru* (*Hipoteza 1b)* te je korištena regresijska analiza kako bi se ta pretpostavka provjerila. Rezultati regresijske analize (R= ,407*;*

R^2=,166*; F*(5, 447)=17,79; *p*<,01*)* pokazuju nam da navedene varijable objašnjavaju 16,6 % varijance *poduzetničke namjere*. Kada gledamo pojedinačno varijable i njihov doprinos kriterijskoj varijabli na temelju standardiziranih β vrijednosti, vidimo da su jedini značajni prediktori *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (β= 0,28; *p*<,01) i *usmjerenost na postignuće* (β= 0,16; *p*<,01).

Navedeni rezultati u skladu su s prethodnim istraživanjima. Yusof i sur. (2007) su u svome istraživanju kao značajne prediktore poduzetničke uključenosti dobili potrebu za postignućem, sklonost riziku i inovativnost te toleranciju na nejasnoće. Okhomina (2010) je također utvrdio da su potreba za postignućem, internalni lokus kontrole i tolerancija na neizvjesnost značajni prediktori poduzetničke aktivnosti, ali sklonost riziku se nije pokazala značajnim prediktorom. McClelland (1961; prema Fini, Grimaldi, Marzocchi, & Sobrero, 2009) navodi da pojedinci s visokom razinom potrebe za postignućem pokazuju veću spremnost za uključivanjem u poduzetničke aktivnosti. Također postoje brojni dokazi iz literature da na *poduzetničku namjeru* utječu sklonost preuzimanju rizika (Stewart and Roth, 2001, Weber, Blais, & Betz, 2002; prema Fini i sur., 2009), tolerancija na neizvjesnost (Budner, 1982; prema Fini i sur., 2009), lokus kontrole (Evans & Leighton, 1989, Cromie & Johns, 1983; prema Fini i sur., 2009), samoefikasnost (Baum i sur., 2001; Zhao i sur., 2005; prema Fini i sur., 2009) i postavljanje ciljeva (Locke & Latham, 1990; prema Fini i sur., 2009). Dok se pokazalo da neke od navedenih varijabli ne predviđaju uvijek *poduzetničku namjeru* (Baum i sur., 2001; prema Fini i sur., 2009), dvije varijable koje konzistentno predviđaju *poduzetničku namjeru* su samoefikasnost (Zhao i sur., 2005; prema Fini i sur., 2009) i sklonost preuzimanju rizika (Gomez-Meija & Balkin, 1989; prema Fini i sur., 2009).

Crant (1996) je proveo istraživanje na studentima te ustanovio da *proaktivnost* objašnjava značajan dio varijance *poduzetničke namjere*. Međutim, u tome istraživanju kontrolirani su utjecaji spola, obrazovanja i roditeljskih faktora (roditelj koji je uključen u poduzetničku aktivnost). Luca & Cazan (2011) su u svome istraživanju ustanovili da *proaktivnost* nije značajno povezana s *poduzetničkom namjerom*. Autori su to nastojali objasniti time što je istraživanje provedeno na studentima, koji imaju jako malo ili nimalo iskustva u poduzetništvu.

Što se tiče drugoga problema postavljenog u ovome istraživanju, *Hipoteza 2a* je potvrđena, tako što nije dobivena statistički značajna razlika u faktorima *proaktivnosti* među studentima različitih fakultetskih usmjerenja (*F*(1, 451)= ,82, *p*>,05; *F(*1, 451)= 1,20, *p*>,05*).* U nedostatku alternativnih dokaza, postavljena je nul hipoteza prema kojoj ne postoji razlika u *proaktivnosti* među studentima različitih usmjerenja, te je dobiveni rezultat u skladu s očekivanjima.

Možemo pretpostaviti da je studentska populacija sklonija od nestudentske proaktivnom ponašanju, inovativnija, otpornija na promjene. Moguće je da je kod studenata poduzetničkog i nepoduzetničkog usmjerenja proaktivnost podjednako razvijena zbog sličnih situacija s kojima se tijekom studiranja suočavaju. U tome kontekstu, proaktivnost se ne mora promatrati kao samo poduzetnička osobina, nego kao osobina koja je izražena kod većine studenata. Studiranje se samo po sebi smatra stresnom situacijom, te je moguće da su studenti razvili *proaktivnost* kao pomoć u suočavanju s izazovima koji se tijekom studiranja javljaju. Prednosti proaktivnog suočavanja su što ono može smanjiti stupanj doživljenog stresa te potaknuti osobu na rješavanje za nju nepovoljne situacije. Vještine povezane s ovim ponašanjem uključuju: planiranje, postavljanje ciljeva, organizaciju i mentalnu simulaciju, te su svakako korisne tijekom procesa studiranja (Aspinwall & Taylor, 1997; prema Rajčević, 2003).

Proaktivno suočavanje Schwarzer i Taubert (2002; prema Rajčević, 2003) definiraju kao napor uložen u izgradnju općih resursa koji olakšavaju put prema izazovnim ciljevima i osobnom razvoju ličnosti. Predstavlja način suočavanja sa stresom, koji ovdje poprima pozitivan predznak i predstavlja mogućnost za unaprjeđenje sebe i okoline, a suočavanje onda znači postavljanje izazovnih ciljeva pred sebe i aktivno nastojanje da ih se ostvari, što sve odgovara izazovima i ciljevima s kojima se studenti susreću. Rajčević (2003) je ustanovila da studenti koji više koriste proaktivno suočavanje kao način ponašanja usmjeren i vođen osobnim ciljevima, lakše ostvaruju pojedine faze u ostvarivanju pojedinih ciljeva tijekom studiranja. Istraživanje na studentima koji su očekivali stresni događaj (ispit) pokazalo je da se korištenje proaktivnog suočavanja polako počelo povećavati četiri dana prije ispita i dosegnulo vrhunac neposredno prije ispita (Raffety, Smith, & Ptacek, 1997; prema Crant, 2000). Možemo zaključiti da se *proaktivnost* svakako smatra poželjnom osobinom studenata. Bilo bi zanimljivo provjeriti povezanost *proaktivnosti* s uspjehom na studiju, tj. da li je u većoj mjeri razvijenija kod studenata koji su uspješniji. Isto tako bi bilo korisno provjeriti postoje li razlike u *proaktivnosti* među studentima uzimajući u obzir varijable kao što su spol, dob, obiteljski čimbenici i dr.

Hipoteza 2b je djelomično potvrđena, tako što je dobivena statistički značajna razlika među studentima različitih fakultetskih usmjerenja u varijabli *usmjerenost na postignuće* ($F(1, 451)= 7,42$; $p<,01$), uz veličinu učinka od 0,9 % ($\eta^2=0,009$), te u varijabli *povjerenje u vlastite mogućnosti*, ali na razini rizika od 6 % ($F(1,451)= 3,53$; $p=0,061$), uz veličinu učinka od 0,6 % ($\eta^2=0,006$). Veličine učinka upućuju na to da su dobivene male razlike u navedenim varijablama među studentima različitih usmjerenja. Među studentima različitih usmjerenja u varijabli *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* nije dobivena statistički značajna razlika (F (1, 451)= 1,24; $p>,05$).

Očekivani rezultati su se temeljili na prethodnom istraživanju *Upitnika poduzetničkih sklonosti* UPS, koji je prvi ovakav upitnik na hrvatskom jeziku (Miljković, 2006). U navedenom istraživanju, u kojem je upitnik i konstruiran, ustanovljeno je da UPS uspješno razlikuje skupinu poduzetnika od skupine nepoduzetnika. Međutim, Miljković (2006) navodi da ne možemo govoriti o slučajnom uzorku poduzetnika na kojima je provedeno spomenuto istraživanje. Tu se zapravo radilo o tzv. prigodnom uzorku, budući da su studenti sami birali sudionike, vjerojatno po kriteriju dostupnosti i/ili mjesta stanovanja. Moguće je da je to jedan od razloga zašto u ovom istraživanju UPS nije u potpunosti uspješno diferencirao studente nepoduzetničkog smjera od studenata poduzetničkog smjera.

Postoji nekoliko načina na koje možemo objasniti dobivene rezultate**.** Uzorak korišten u ovom istraživanju može se također smatrati prigodnim, jer je obuhvaćao samo one studente koji su u vrijeme provođenja istraživanja bili prisutni na predavanjima, s obzirom da se istraživanje provodilo za vrijeme ispitnih rokova. Moguće je da se ti studenti po nekim karakteristikama razlikuju od onih koji nisu bili prisutni, te je to u nekoj mjeri utjecalo na rezultate. Isto tako, uzorak je uključivao velik broj studenata psihologije, koji se po nekim karakteristikama (npr. sudjelovanje u istraživanjima) razlikuju od drugih studijskih grupa. Također, moramo pretpostaviti da nisu svi sudionici bili jednako motivirani za ispunjavanje upitnika te da postoji vjerojatnost da su neki nasumično zaokruživali odgovore.

Nadalje, tri faktora koja su korištena u ovome istraživanju (*prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost, usmjerenost na postignuće* i *povjerenje u vlastite mogućnosti*) u navedenom istraživanju su dobivena postupkom faktorske analize. Ovi su faktori donekle interpretabilni sa gledišta skala na kojima UPS teoretski počiva, no jako teško je govoriti o odvojenim i jednoznačnim poduzetničkim atributima. Nečisti faktori upućuju na manjkavosti u procesu konstrukcije upitnika, odnosno na loš izbor pojedinih tvrdnji. Čini se da se to najviše odnosi na tvrdnje sa skala kreativnost i potreba za neovisnošću, koje su se rasporedile na sva tri faktora, dok su se tvrdnje sa skale samopouzdanje rasporedile na dva faktora. Navedeno se smatra propustom pri konstrukciji ovoga upitnika (Miljković, 2006). Moguće je da sama konstrukcija upitnika i raspoređivanje pojedinih tvrdnji predstavlja jedan od razloga što rezultati ovog istraživanja nisu u skladu s očekivanjima.

Isto tako, moguće je da bi uključivši u istraživanje neke druge dispozicije dobili veće i značajnije razlike. Skale na kojima se upitnik teoretski temelji preuzete su iz Testa općih poduzetničkih sklonosti (General Enterprising Tendency Test, Caird, 1988) i Kohova upitnika (Koh, 1996) (prema Miljković, 2008). To su: potreba za postignućem, potreba za neovisnošću, inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, lokus kontrole, samopouzdanje, tolerancija na

neizvjesnost. Na temelju faktorske analize naknadno je odabrano spomenuta tri faktora. Uključivši neke od navedenih sedam faktora moguće je da bi dobili značajne razlike između poduzetničkog i nepoduzetničkog usmjerenja. Moguće je da navedene osobine imaju značajniju ulogu u diferenciranju poduzetnika od nepoduzetnika. O tome svakako treba voditi računa u budućim istraživanjima.

S obzirom da se radi o studentima, koji posjeduju samo teorijska, a kod kojih je prisutan nedostatak praktičnih poduzetničkih znanja, moguće je da zbog same koncipiranosti studija i kolegija koje pohađaju, nisu dobivene očekivane razlike. Razlog ovom rezultatu može biti činjenica da ne raspolažemo informacijom koliko pojedini fakulteti razvijaju sklonosti, kakve programe i kolegije imaju te koje sadržaje obuhvaćaju. U budućim istraživanjima bi se moglo voditi računa i o varijablama kao što su teorijska i praktična znanja o poduzetništvu, planiranju poduzetničkih projekata te izvorima financijskih sredstava, svjesnost o mogućnosti zapošljavanja nakon fakulteta, preferencije pri zapošljavanju, vjerojatnost uspješnosti poduzetničkog pothvata, zadovoljstvo obrazovnim programom, eventualna iskustva u poduzetništvu, potreba za edukacijom iz poduzetništva, potreba za uvođenjem seminara i prakse iz poduzetništva (Zahirović i Kurtić, 2004). Moguće je da bi se uzimajući u obzir navedene aspekte dobili drugačiji rezultati. Također, postoji mogućnost da je razvijenost navedenih osobina kod poduzetnika posljedica samog bavljenja poduzetništvom, te možda zato nisu u tolikoj mjeri još razvijene kod studenata, kod kojih možda postoje tek poduzetničke ambicije.

U ovome istraživanju nisu uzete u obzir demografske varijable i obiteljski čimbenici koji su mogli utjecati na rezultate. Keat, Selvarajah & 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, program studija, mjesto stanovanja, radno iskustvo, uključenost članova obitelji u poduzetničke aktivnosti i poslovni utjecaji. Koh (1996) navodi rezultate svog istraživanja prema koje studenti kod kojih postoje poduzetničke sklonosti, imaju statistički značajno veću sklonost riziku, inovativnost i toleranciju na nejasnoće, ali ne i potrebu za postignućem, lokus kontrole i samopouzdanje. Međutim, u istraživanju su prikupljeni su podaci o demografskim i obiteljskim karakteristikama, kako bi se osiguralo da su grupa poduzetnika (osobe s poduzetničkim sklonostima i namjerom pokretanja vlastitog poduzeća) i nepoduzetnika homogene po tim karakteristikama, i da ne postoji utjecaj nekih vanjskih faktora na rezultate (dob, spol, bračni status, broj braće i sestara, redoslijed rođenja, i uključenost članova obitelji u poduzetništvo). Nedostatak ovoga istraživanja je svakako što se navedene varijable nisu kontrolirale, zbog čega je postojao mogući utjecaj različitih vanjskih faktora. Bilo bi korisno ponoviti istraživanje uz kontrolu spomenutih varijabli.

Keat i sur. (2011) su ustanovili da je sklonost poduzetništvu kod studenata statistički značajno povezana s ulogom sveučilišta u promoviranju poduzetništva te razvijenošću poduzetničkih programa i sadržaja unutar sveučilišta, zatim sa spolom, radnim iskustvom i uključenošću majke, tj. poduzetničke sklonosti su razvijenije kod studenata kod kojih su navedene karakteristike prisutne. Jedna od preporuka za buduća istraživanja je provjeriti i navedene aspekte i njihov utjecaj na poduzetničke sklonosti.

Treba napomenuti i da je u ovom istraživanju korišten novi instrument, tek nedavno konstruiran te nikad prije nije korišten na uzorku studenta. Iako istraživanjem nismo dobili značajne razlike u poduzetničkim sklonostima među različitim studentima, ono svakako pruža korisne informacije o ispitivanju tih varijabli na studentskoj populaciji te o varijablama koje bi se ubuduće trebale uzeti u obzir. Također, s obzirom da je poduzetničko ponašanje samo po sebi vrlo kompleksno i pod utjecajem različitih čimbenika, ne možemo u potpunosti očekivati da primjenom nekog upitnika možemo dobiti točnu prognozu ponašanja. Upitnici sami po sebi imaju mnoge nedostatke, što se posebno odnosi na kontrolu socijalno poželjnih odgovora (Miljković, 2006).

U budućim istraživanjima bi svakako trebalo uzeti u obzir i druge karakteristike povezane s poduzetništvom. Moguće je da bi se u tim karakteristikama u većoj mjeri razlikovali poduzetnički i nepoduzetnički smjer studija. U studentskom uzorku, pronađeno je da je internalni lokus kontrole pozitivno povezan sa željom da se postane poduzetnikom (Bonnett & Furnham, 1991; prema Simpeh, 2011). U brojnim istraživanjima je utvrđeno da su poduzetnici značajno inovativniji od nepoduzetnika (Ho and Koh, 1992, Robinson sur., 1991, Cromie, 2000; prema Yusof i sur., 2007). Istraživanja također pokazuju da poduzetnici u većoj mjeri toleriraju neizvjesnost te se bolje suočavaju s manje strukturiranim a više nesigurnim situacijama (Bearse, 1982; prema Okhomina, 2010).

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 i studente drugih fakulteta i drugih studijskih grupa širom Hrvatske te ispitati što je moguće veći uzorak, kako bi se provjerilo kakvi će se rezultati u tom slučaju dobiti. Ipak, najvažnije spoznaje dobili bismo tek kroz dobro osmišljena longitudinalna istraživanja, koja bi omogućila jasniji uvid u vezu između različitih korelata poduzetničkog ponašanja. Na temelju takvih longitudinalnih istraživanja bi mogli bolje utvrditi različite čimbenike koji su povezani sa i koji utječu na poduzetničko ponašanje. S obzirom da je ovo istraživanje provedeno na studentima, bilo bi poželjno da smo studente mogli ponovno testirati i nakon završetka njihovog studija. Na taj način bi mogli provjeriti na koji način studiranje i

usvajanje različitih znanja i vještina utječe na razvijanje poduzetničkih sklonosti. Također, korisne podatke bi dobili i da smo rezultat na UPS-u usporedili i s mjerom uspjeha u studiju, odnosno s prosjekom ocjena. Na taj način bi mogli provjeriti imaju li studenti s većim rezultatom na UPS-u istovremeno i bolje ocjene, tj. jesu li uspješniji u studiju. Međutim, najefikasnije od svega bi bilo usporediti rezultate na UPS-u s kasnijim poduzetničkim ponašanjem. Tako bi mogli provjeriti da li rezultat na UPS-u predviđa uspješno bavljenje poduzetništvom (Miljković, 2006).

Što se tiče *Hipoteze 2c* koja se odnosi na *poduzetničku namjeru*, utvrđena je statistički značajna razlika među studentima poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja (F (1,451)= 118,59; p<,01), čime je hipoteza potvrđena. Veličina učinka iznosi 21,4 % (η^2= 0,214), upućujući na srednju veličinu dobivenih razlika u poduzetničkoj namjeri. Dobiveni rezultati u skladu su s očekivanjima i mogu imati brojne praktične implikacije, s obzirom da se namjere smatraju bitnim preduvjetom poduzetničke aktivnosti.

Zaključci dobiveni ovakvom vrstom istraživanja mogu se primijeniti u različitim područjima. Na UPS možemo gledati kao na pomoćni alat za profesionalnu orijentaciju. Također, UPS može imati ulogu edukacijskog pomagala, odnosno kroz njegovo popunjavanje sudionicima se može ukazati na osobine koje se dovode u vezu s poduzetništvom (Miljković, 2006). Poznavanje psiholoških karakteristika povezanih s poduzetničkim sklonostima značajno je pri pokretanju programa za razvijanje i poticanje tih faktora kako bi se osnažilo poduzetništvo. To može biti od velike praktične važnosti, s obzirom na rastuću važnost poduzetništva i njegov doprinos ekonomiji neke zemlje. Rezultati se mogu koristiti kao pomoć u odabiru karijere studentima ili za procjenu polaznika poduzetničkih programa. Poznavajući svoje poduzetničke sklonosti, studenti mogu donijeti bolje informirane odluke o karijeri. Također, institucije koje pružaju poduzetničke programe mogu napraviti bolju selekciju polaznika tih programa. Nalazi istraživanja mogu doprinijeti formiranju programa i sadržaja u obrazovanju poduzetnika. Razumijevanje psiholoških karakteristika koje su jedinstvene za studente je logičan prvi korak u podučavanju i studiranju poduzetništva. Naglašava se važnost poticanja i razvijanja poduzetničkih osobina u oblikovanju uspješnih poduzetnika (Koh, 1996).

Zaključak

Cilj ovoga istraživanja bio je ispitati povezanost između proaktivnosti i poduzetničkih sklonosti kod studenata te provjeriti postojanje razlika u korištenim varijablama među studentima poduzetničkih i nepoduzetničkih usmjerenja. Utvrđeno je postojanje statistički značajne povezanosti između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je veća između proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće nego između proaktivnosti i prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti te povjerenja u vlastite mogućnosti. Značajnim prediktorima poduzetničke namjere pokazale su se varijable prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost te usmjerenost na postignuće. U skladu s očekivanjima, nije pronađena statistički značajna razlika u proaktivnosti među studentima različitih usmjerenja. Međutim, očekivano je da će poduzetničke sklonosti biti razvijenije kod studenata poduzetničkog usmjerenja nego kod studenata nepoduzetničkog usmjerenja, što je samo djelomično potvrđeno. Nadalje, utvrđeno je postojanje statistički značajne razlike među studentima različitih usmjerenja s obzirom na poduzetničku namjeru. Rezultati dobiveni u ovome istraživanju imaju značajne teorijske i praktične implikacije, no da bi ih mogli primjenjivati potrebno je provesti daljnja istraživanja uzimajući u nedostatke ovoga.

Literatura

Aghazamani, A. & Roozikhah, E. (2010). Entrepreneurial Characteristics among University Students: A Comparative Study between Iranian and Swedish University Students. *European Journal of Social Sciences, 18*(2), 304-310.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 50, 179-211.

Barković, I. (2009). *Teorija poduzetništva: izazovi i perspektiva.* Osijek: Pravni fakultet u Osijeku.

Buble, M. i Kružić, D. (2006). *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti.* Zagreb: RRiF-plus.

Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality*. London: The Psychology Press/Routledge.

Crant, M. J. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management, 26* (3), 435-462.

Crant, M. J. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management, 34* (3), 42-50.

Deželjin, J., Deželjin, J., Dujanić, M., Tadin, I. i Vujić, V. (1999). *Poduzetnički menedžment.* Zagreb: Alinea.

Fini, R.,Grimaldi, R., Marzocchi,G.L., & Sobrero, M.(2009). *The foundation of entrepreneurial intention*. Paper presented at the Summer conference, Copenhagen. http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=5955&cf=32 [Accessed 7-09-2012].

Gird, A. & 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.

Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A. (2011). *Poduzetništvo.* Zagreb: Mate d.o.o.

Keat, O.Y., Selvarajah & C., 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.

Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology, 11* (3), 12-25.

Kolesarić, V. (2006). *Analiza varijance u psihologijskim istraživanjima.* Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

Liñán, F. i Chen,Y. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. *Document de Treball Universitat Autònoma de Barcelona: Departament d'Economia de l'Empresa, 6* (7), 1-28.

Luca, M.R. & Cazan, A.M. (2011). Involment in entrepreneurial training and personality. *Procedia-Social and behavioral sciences, 30*, 1251-1256.

Miljković, I. (2010). Teorijski modeli poduzetničke karijere. *Društvena istraživanja, 3* (107), 441-461.

Miljković, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psihologijske teme 17*(1), 57-73.

Miljković, I. (2006). *Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti*. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.

Okhomina, D. (2010). Entrepreneurial postures and psychological traits: the sociological influences of education and environment. *Research in Higher Education Journal*, 8, 1-20.

Podrug, N., Prester, J. i Filipović, D. (2010). Uloga menadžmenta u razvoju proaktivnosti zaposlenika velikih hrvatskih poduzeća. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 8* (2), 7-21.

Prabhu, V. P. (2007). *Understanding the effect of proactive personality on job related outcomes in an organizational change setting*. A dissertation. Auburn: Auburn university.

Proroković, A., Slišković, A. i Bumbak, I. (2008). Osobine ličnosti i socijalna poželjnost u selekcijskoj situaciji. *Društvena istraživanja, 6* (98), 1157-1177.

Rajčević, A. (2003). *Prilog ispitivanju nekih odrednica i ishoda proaktivnog suočavanja*. Diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. 101-142.

Simpeh, K.N. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature. *European Journal of Business and Management, 3* (6).

Singer, S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N. i Oberman, S.(2003). Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom. Rezultati GEM 2002 za Hrvatsku, CEPOR, Zagreb.

Škrtić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.

Vajić, I., Ur. (1994). *Management i poduzetništvo*. Zagreb: Centar za poduzetništvo d.o.o; Mladost d.d.

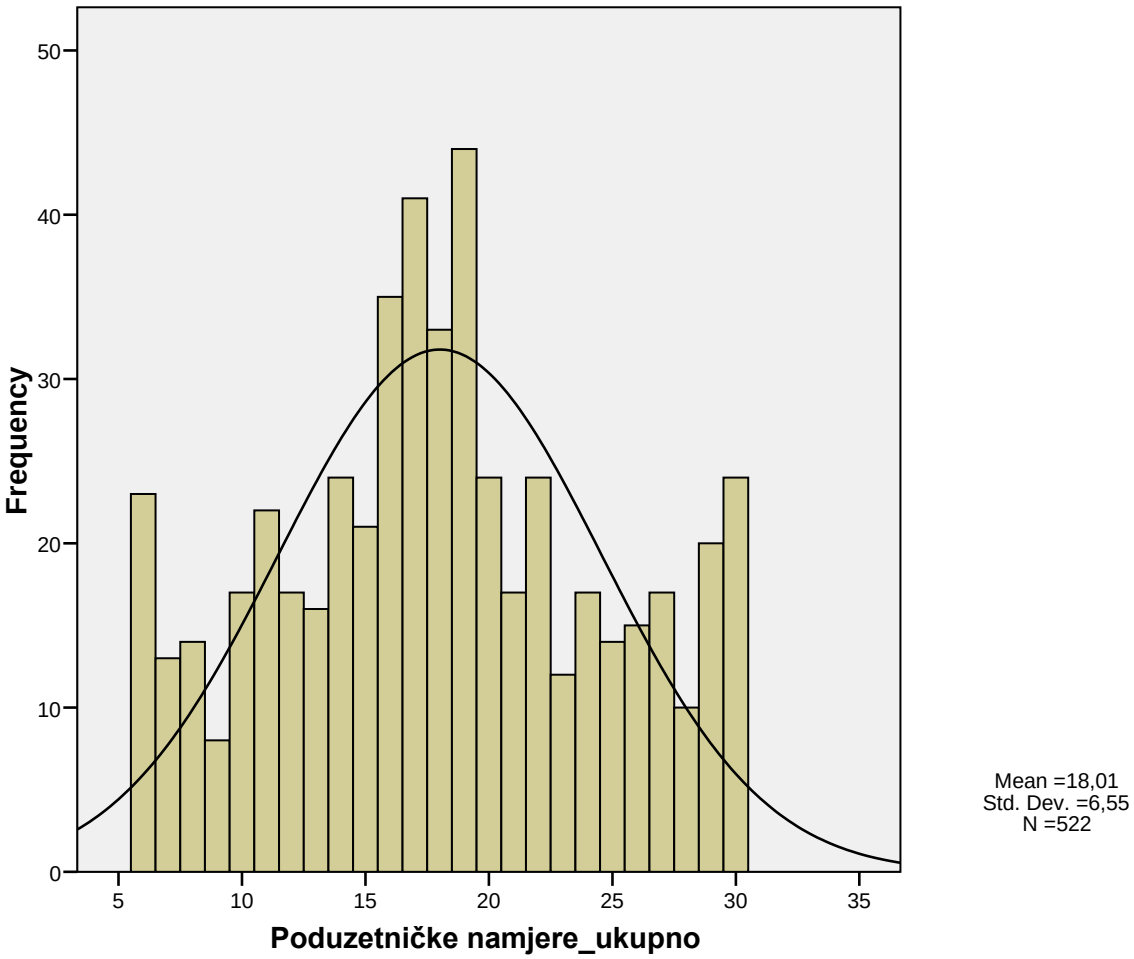
Yusof, M., Sandhu, M.S. & Jain, K.K. (2007). Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: a case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar). *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, *3* (2).

Zahirović, S. i Kurtić, A. (2004). Istraživanje potreba studenata za poduzetničkim znanjima i njihove spremnosti za pokretanje vlastitog biznisa. Tuzla: Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli.

Zain, Z. M., Akram, A.M. & Ghani, E.K. (2010). Entrepreneurship Intention Among Malaysian Business Students. *Canadian social science*, *6* (3), 34-44.

Zarevski, P., Marušić, A. i Vranić (2002). Proaktivnost i lokus kontrole u menadžera. *Društvena istraživanja*, *11* (4-5), 659-680.

Zarevski, P. (2001). *Upitnik proaktivnosti*. Rukopis. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog Fakulteta u Zagrebu.

Prilozi

Prilog 1. Distribucija rezultata mjere poduzetničke namjere