Predviđanje poduzetničkih namjera na temelju proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka

Perković-Hadl, Emma

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:099617

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
UNIVERSITY OF ZAGREB
CENTER FOR CROATIAN STUDIES

Repository / Repozitorij:

Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Emma Perković-Hadl

Predviđanje poduzetničkih namjera na temelju proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA PSIHOLOGIJU

Emma Perković-Hadl

Predviđanje poduzetničkih namjera na temelju proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Iva Šverko

Zagreb, 2020.

Predviđanje poduzetničkih namjera na temelju proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka

Sažetak

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi odnos poduzetničkih namjera, proaktivne ličnosti, percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja i demografskih varijabli te utvrditi doprinos navedenih varijabli objašnjenju poduzetničkih namjera studenata. Dodatni cilj rada bio je preliminarno utvrditi valjanost Upitnika motivatora i Upitnika prepreka s kojima su mladi suočeni prilikom osnivanja vlastitog poslovanja. Istraživanje je provedeno na 364 studenata različitih sveučilišta i veleučilišta u Republici Hrvatskoj. Poduzetničke namjere ispitane su *Mjerom poduzetničkih namjera*, proaktivna ličnost *Skalom proaktivne ličnosti* te percipirani motivatori i prepreke *Upitnikom motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja* i *Upitnikom prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja*.

Dobiveni rezultati ukazuju na četverofaktorsku strukturu motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja. Provedenom faktorskom analizom Upitnika motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja zadržala su se četiri faktora (Osobna autonomija, Sigurnost posla, Ekonomski i psihosocijalni kapital te Socijalni utjecaji). Njima se objašnjava ukupno 63.11% varijance manifestnih varijabli. Nadalje, faktorskom analizom Upitnika prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja zadržala su se, također, četiri faktora kojima se objašnjava 60.71% varijance. To su Poslovni rizici, Nedostatak vještina i znanja, Nedostatak socijalne podrške te Nedostatak financijskog kapitala. Rezultati t-testova su pokazali kako mlađi studenti i studenti preddiplomskih studija imaju izraženije poduzetničke namjere od svojih starijih kolega, te da se prema spolnim razlikama, studenti i studentice ne razlikuju prema poduzetničkim namjerama. Utvrđeno je postojanje statistički značajne pozitivne korelacije poduzetničkih namjera s proaktivnom ličnosti, percipiranim motivatorima (osobnom autonomijom, ekonomskim i psihosocijalnim kapitalom te socijalnim utjecajima), dok su dob, godina studija i percipirane prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja (poslovni rizici, nedostatak vještina i znanja, nedostatak socijalne podrške te nedostatak financijskog kapitala) u značajnoj negativnoj korelaciji s poduzetničkim namjerama. Provedenom regresijskom analizom pokazalo se da faktori proaktivna ličnost, osobna autonomija, socijalni utjecaji, poslovni rizici te nedostatak poslovnih vještina i znanja objašnjavaju ukupno 45.5% varijance poduzetničkih namjera, a najboljim prediktorom poduzetničkih namjera pokazala se Osobna autonomija.

Ključne riječi: poduzetničke namjere, proaktivna ličnost, percipirani motivatori i prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja

Predicting entrepreneurial intentions based on a proactive personality and perceived motivators and obstacles

Abstract

The aim of this research was to determine the relationship between entrepreneurial intentions, proactive personality, perceived motivators and obstacles to starting an own business, demographic variables and to determine the contribution of these variables to the explanation of students' entrepreneurial intentions. An additional goal of the paper was to preliminarily determine the validity of the Questionnaire of Motivators and the Questionnaire of Obstacles to starting an own business. The research was conducted on 364 students from different universities and polytechnics in Republic of Croatia. Entrepreneurial intentions were examined by the Measure of Entrepreneurial Intentions, proactive personality by the Proactive Personality Scale and perceived motivators and obstacles by the Questionnaire of motivators for starting an own business and the Questionnaire of obstacles in starting an own business.

The results indicate a four-factor structure of motivators and obstacles to starting an own business. The factor analysis of the Questionnaire of motivators retained four factors (Personal autonomy, Job security, Economic and psychosocial capital, and Social influences). They explain a total of 63.11% of the variance of manifest variables. Furthermore, the factor analysis of the Questionnaire of Obstacles also retained four factors that explain 60.71% of the variance. These are Business risks, Lack of skills and knowledge, Lack of social support and Lack of financial capital. The results of the t-tests showed that younger students and undergraduate students express more entrepreneurial intentions than their older colleagues, and according to gender differences that female and male students do not differ according to entrepreneurial intentions. There was a statistically significant positive correlation of entrepreneurial intentions with proactive personality, some perceived motivators, while age, year of study and perceived obstacles to starting an own business is in a significant negative correlation with entrepreneurial intentions. The regression analysis showed that the factors Proactive personality, Personal autonomy, Social influences, Business risks and Lack of business skills and knowledge explain a total of 45.5% of the variance of entrepreneurial intentions, and the best predictor of entrepreneurial intentions was Personal autonomy.

Key words: entrepreneurial intentions, proactive personality, perceived motivators and obstacles in starting one's own business

Sadržaj

1. Uvod ... 2

1.1. Poduzetničke namjere ... 4

1.2. Odrednice poduzetničkih namjera ... 6

1.2.1. Spol ... 6

1.2.2. Dob ... 8

1.2.3. Razina studija ... 8

1.2.4. Proaktivna ličnost ... 9

1.2.5. Percipirani motivatori za pokretanje vlastitog poslovanja ... 11

1.2.6. Percipirane prepreke u pokretanju vlastitog poslovanja ... 13

2. Ciljevi i problem istraživanja ... 14

3. Metoda ... 16

3.1. Ispitanici ... 16

3.2. Mjerni instrumenti ... 16

3.3. Postupak ... 17

4. Rezultati ... 19

4.1. Preliminarne analize: provjera strukture Upitnika motivatora i Upitnika prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja ... 19

4.2. Analiza izraženosti poduzetničkih namjera te percepcije motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja ... 22

4.3. Analiza korelata i odrenica poduzetničkih namjera studenata ... 28

5. Rasprava ... 31

5.1. Preliminarna analiza upitnika motivatora i prepreka ... 31

5.2. Važnost poduzetništva te percipirani motivatori i prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja u uzorku studenata ... 31

5.3. Korelati i odrednice poduzetničkih namjera ... 35

5.4. Ograničenja istraživanja i daljnje implikacije ... 38

6. Zaključak ... 40

7. Literatura ... 42

8. Prilozi ... 48

1. Uvod

Poduzetništvo koje poznajemo danas prepoznato je kao ključan faktor razvoja gospodarstva još u 18. stoljeću. Gledajući poduzetništvo tada i danas, možemo zaključiti kako se ono drastično izmijenilo te se razvilo mnogo različitih mišljenja o tome što je zapravo poduzetništvo. Upravo zbog toga je nemoguće stvoriti jedinstvenu definiciju, pogotovo jer je današnje poduzetništvo znatno kompleksnije prirode, obuhvaća više faktora i njegov sveukupni učinak na društvo je značajniji (Đurđević, 2018). Sve do suvremenog doba i nastajanja moderne ekonomije koju poznajemo danas, poduzetništvo se progresivno razvijalo, a temelji poduzetništva oduvijek su se bazirali na činjenici da je netko tko preuzima rizik za pokretanje poslovnog pothvata, u mogućnosti ostvariti i određenu dobit. Pokazalo se kako poduzetničke aktivnosti imaju sve važniju ulogu u različitim aspektima ekonomskog i socijalnog razvoja diljem svijeta (Rajh i sur., 2016). Zbog toga, značajna znanstvena pažnja koju su mnoge grane društvenih znanosti (ekonomija, sociologija, psihologija) pridale poduzetništvu nije iznenađujuća (Shane i Venkataraman, 2000; Busenitz i sur., 2003; van Praag i Versloot, 2007; Shepherd i Williams, 2015, prema Rajh i sur., 2016). Također, poznato je kako poduzetništvo pruža značajne prilike i za pojedince kako bi ostvarili financijsku neovisnost te korist ekonomiji doprinoseći otvaranju novih radnih mjesta, inovaciji te ekonomskom rastu i razvoju (Basu i Virick, 2008). Upravo iz tih različitih shvaćanja poduzetništva, razvile su se i njegove mnogobrojne definicije. Tako Kuratko (2005, prema Carmelo – Ordaz, Dianez – Gonzales i Ruiz – Navarro, 2016) smatra poduzetništvo iznimno kompleksnim fenomenom te prema njemu, glavne karakteristike poduzetništva su kontinuirani proces vizije, promjene i stvaranja. Također, smatra kako je poduzetništvo dinamičan proces koji zahtjeva usmjeravanje energije i strasti prema stvaranju kao i implementiranju novih i kreativnih ideja te rješenja. Nadalje, Tkalec (2011) nudi jedno općeprihvaćeno pojmovno određenje poduzetništva koje definira kao sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata s dostatnim kapitalom, a što je povezano s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom. To je ujedno i splet poslovnih aktivnosti u sklopu kojih poduzetnik ima ideju koju drži dobrom poslovnom prilikom, ulaže vlastiti ili tuđi kapital, nabavlja sredstva, zapošljava ljude, a sve s ciljem ostvarenja profita. Isto tako, Europska komisija izdala je jednu od sveobuhvatnijih definicija poduzetništva prema kojoj se pod pojmom poduzetništva podrazumijeva „način razmišljanja te proces kreiranja i razvijanja ekonomskih aktivnosti koji povezuje karakteristike poput spremnosti za preuzimanje rizika, kreativnosti i inovativnosti s upravljanjem unutar nove ili postojeće organizacije“ (Europska komisija, 2003., str. 6.). S druge strane, Van Gelderen i sur. (2008, prema Fatoki, 2010) definiraju poduzetništvo kao stav koji odražava pojedinčevu motivaciju, kapacitet za

prepoznavanje i preuzimanje prilika kako bi stvorili novu vrijednost ili ekonomski uspjeh. Upravo iz ovih različitih definicija poduzetništva možemo zaključiti kako se zaista radi o složenom fenomenu. No, ono oko čega postoji slaganje je da poduzetništvo nije jedinstven čin, nego niz aktivnosti i ponašanja koja se mogu javljati tijekom dužeg vremenskog razdoblja te u različitim okolnostima.

Kako bi shvatili pojam poduzetništva u cijelosti, važno je i definiranje, odnosno shvaćanje pojma poduzetnik. Ulogu poduzetnika u društvu teško je utvrditi kada je i sam pojam poduzetništva definiran na toliko različitih načina. Mnogobrojni su pristupi koji se bave proučavanjem poduzetnika te razlike među navedenim zasigurno postoje. Primjerice, ekonomski pristup se češće usmjerava na ulogu poduzetnika u gospodarstvu pri čemu je poduzetnik onaj koji kombinacijom resursa i rada pridonosi dodanoj vrijednosti nekog proizvoda ili usluge (Goethner, Obschonka, Silbereisen i Cantner, 2012). Dok s druge strane, područje psihologije glavni fokus usmjerava na pojedinca i njegov poduzetnički pothvat pri čemu pojedinca vode potreba za postignućem ili pak izbjegavanje autoriteta (Hisrich, Peters i Shephard, 2011, prema Levak, 2017). Teško je iskazati sve osobine koje bi okarakterizirale poduzetnika, ali neka su istraživanja pokazala da će kao poduzetnici vjerojatnije uspjeti oni koji posjeduju osobine poput inovativnosti, razumnog preuzimanja rizika, samouvjerenosti, upornog rada, postavljanja ciljeva te odgovornosti (Siropolis, 1995, prema Levak, 2017).

Iz navedenih definicija i shvaćanja možemo zaključiti kako poduzetništvo predstavlja složen fenomen izrazito multidisciplinarnog i interdisciplinarnog karaktera te je uvjetovano nizom ekonomskih, psiholoških i društvenih čimbenika (Pavić, 2008). Upravo zbog toga, poduzetništvo pruža dobar primjer totalnoga društvenog fenomena koji nije moguće analizirati isključivo sredstvima formalne ekonomske analize. S obzirom da se odluka o pokretanju vlastitog poslovanja može smatrati dobrovoljnom i svjesnom, čini se razumnim analizirati kako je ta odluka donesena. Važnu ulogu u tome ima psihologija poduzetništva kojoj je primarni cilj proučavanje percepcije, kognicija, emocija, motivacija i ponašanja ljudi. Upravo zbog toga prepoznato je kako je bez psihologijskih istraživanja teško do kraja objasniti namjerno ponašanje i aktivnosti poduzetnika, koje su ključne za pokretanje i daljnje uspješno poslovanje poduzeća (Rauch i Frese, 2000). Pokušaj identificiranja tko želi postati poduzetnikom, kako se ponaša uspješan poduzetnik i koji faktori utječu na odluku o pokretanju vlastitog poslovanja dovelo je do nastanka dva glavna vala istraživanja poduzetništva. U prvom valu, istraživanja su se fokusirala na povezivanje određenih osobina ličnosti ili karakteristika poput „samoefikasnosti“ (Ajzen, 2002), „potrebe za postignućem“ (McClelland, 1961) i sl. Drugi val

bavio se pretpostavkom kako poduzetnici imaju jedinstven set osobina koji ih razlikuju od drugih i motiviraju njihovo poduzetničko ponašanje (Mueller i Thomas, 2000). Nakon toga, druga istraživanja ukazala su na važnost različitih demografskih karakteristika poput dobi, spola, podrijetla, razine studija, itd. (Reynolds i sur., 1994; Storey, 1994, prema Liñán, 2004). Osim različitih osobina odnosno karakteristika, za bavljenje poduzetništvom vrlo je važna i poduzetnička namjera koja je prepoznata kao najbolji prediktor poduzetničkog ponašanja (Choo i Wong, 2006).

Istraživanjem koje provodi GEM – Global Entrepreneurship Monitor kako bi se pokazalo koliko je određena zemlja „poduzetna“ (postotak ljudi na odabranoj skupini od 2000 ljudi, koji se okreću poduzetništvu) utvrđeno je kako u Hrvatskoj 24.6% ljudi između 18 i 64 godine, prepoznaju priliku za otvoriti svoje vlastito poduzeće u mjestu gdje se trenutno nalaze, dok 50.2% populacije smatra da ima potrebne vještine i znanja za voditi svoje vlastito poduzeće. Podaci iz 2018. godine govore kako je Hrvatska u vrhu Europske unije po iskazanim poduzetničkim namjerama (u 2018. i 2017. godini je na prvom mjestu, u 2016. godini na drugom mjestu), a samo 18.2% populacije ima namjeru u narednih tri godine osnovati vlastito poduzeće, što Hrvatsku stavlja na 32. mjesto. S obzirom na to da više od polovice hrvatske populacije smatra da ima potrebna znanja i vještine za otvaranje poduzeća, dok samo četvrtina prepoznaje priliku za istim, postotak od 18.2% populacije koji imaju u planu otvoriti svoje poduzeće, nije iznenađujuć. Te brojke govore kako je još uvijek velik dio hrvatske populacije nedovoljno motiviran ili ima strah od neuspjeha za otvaranje vlastitog poduzeća (Španiček, 2018).

1.1. Poduzetničke namjere

Poduzetničke namjere se već neko vrijeme proučavaju u poduzetničkoj literaturi. Rana istraživanja o poduzetništvu i čimbenicima koji utječu na odluku o pokretanju vlastitog poslovanja najviše se koncentriraju na osobine ličnosti pojedinaca. Brojni čimbenici ličnosti prepoznati su kao relevantni za poduzetničke namjere i uspjeh, npr. potreba za postignućem, sklonost riziku, unutarnji lokus kontrole ili inovativnost (Brockhaus and Horwitz, 1986, prema Schwarz, Wdowiak, Almer-Jarz i Breitenecker, 2009). Međutim, ta vrsta pristupa naišla je na mnoge kritike te se 1990-ih razvio novi pristup koji zagovara važnost stavova za predviđanje vjerojatnosti osnivanja poduzeća (Douglas, 1999; Robinsonet i sur., 1991, prema Schwarz, Wdowiak, Almer-Jarz i Breitenecker, 2009).

U tom pogledu, namjere su sveobuhvatno istraživane u području socijalne psihologije, gdje je ključni doprinos dala široko primijenjivana Teorija planiranog ponašanja (Ajzen, 1991), te u području poduzetništva iz kojeg je proizašao model poduzetničkog događaja (Shapero, 1982 prema Krueger, Reilly i Carsurd, 2000). Prema Teoriji planiranog ponašanja (engl. *Theory of planned behavior*; Ajzen, 1991) namjeru određuju stavovi prema ponašanju, subjektivne norme i percipirana kontrola ponašanja. Točnije, teorija kaže kako stavovi omogućuju predviđanje planiranog, namjernog ponašanja te da su najbolji prediktori takvih ponašanja namjere ponašanja, a utjecaj stava na ponašanje posredovan je putem namjere. S druge strane, Model poduzetničkog događaja navodi kako su poduzetničke namjere direktno određene percipiranom izvodljivosti, percipiranom poželjnosti poduzetničke aktivnosti i sklonosti djelovanju. Oba modela ističu kako namjera da će osoba obaviti određeni posao ovisi o tome kolika je poželjnost izvođenja tog posla, zatim o utjecaju okoline te naposljetku o vlastitoj percepciji mogućnosti izvedbe tog ponašanja. Također, oba modela ističu namjere kao prediktore poduzetničkog ponašanja.

Bird (1988) je definirao namjere kao stanje svijesti koje usmjerava pažnju osobe prema određenom cilju ili putu prema određenom postignuću. No, i poduzetničke namjere su konstrukt koji se kroz vrijeme različito definirao. Primjerice, kao spremnost pojedinca da izrazi poduzetničko ponašanje ili se uključi u poduzetničke aktivnosti koje su povezane sa samozapošljavanjem ili započinjanjem vlastitog biznisa (Miljković Krečar, 2013), kao potraga za informacijama koje bi se mogle koristiti kako bi se postigao cilj pokretanja vlastitog poslovanja (Katz i Gartner, 1988, prema Prabhu, McGuire, Drost i Kwong, 2012) ili kao namjera (vjerojatnost) pokretanja poslovnog pothvata, što se istražuje i u sklopu ovog rada (Krueger i sur., 2000).

Mnoga istraživanja su utvrdila važnost namjera u predviđanju poduzetničkog ponašanja, no što je to što utječe na same namjere? Najveći broj istraživanja na ovu temu bavio se mlađom populacijom s obzirom da dostupni dokazi sugeriraju da prilično velik dio stanovništva namjerava slijediti poduzetničku karijeru dok su relativno mladi (Shirokova, Osiyevskyy i Bogatyreva, 2016). Također, dokazano je kako će pojedinci vjerojatnije pokrenuti posao u dobnom rasponu od 25 do 44 godina (Turker i Selcuk, 2009), te je upravo iz tog razloga presudno usredotočiti se na ljude mlađe od 25 godina i razumjeti koji čimbenici utječu na njihove namjere za pokretanjem poslovanja u budućnosti. Dakle, studentsko poduzetništvo je važan smjer istraživanja poduzetništva iz razloga što se u ovoj fazi života formira poduzetnička svijest i stav prema poduzetničkoj karijeri. Van Gelderen i suradnici (2008) su pokazali da su

poduzetničke namjere studenata i, kao posljedica, njihovo poduzetničko ponašanje, oblikovane njihovim stavom prema poduzetništvu. Drugim riječima, akcije usmjerene na pokretanje vlastitog poslovanja više su svjesne nego spontane i određene su stavovima studenata koji nastaju kao rezultat višestrukih utjecaja, kao što su osobine ličnosti i situacijski faktori. Osim toga, modeli temeljeni na namjeri opisuju kako egzogeni utjecaji (primjerice, percepcija dostupnosti resursa) mijenjaju namjere i, u konačnici, odluku za pokretanjem vlastitog poslovanja (Krueger i sur., 2000). Upravo s tom postavkom istražujemo poduzetničke namjere u ovom radu.

1.2. Odrednice poduzetničkih namjera

1.2.1. Spol

Nesrazmjer žena i muškaraca u pogledu njihovih interesa i stavova u poduzetničkoj karijeri potaknuo je mnoštvo studija na istraživanje o utjecaju spola na poduzetništvo. Mnoga istraživanja su pokazala kako je spol jedna od demografskih varijabli koja utječe na namjere (Aykol i Gurbuz, 2008; Wang i Wong, 2004; Chen, Greene i Crick, 1998). Većina tih istraživanja ukazuje na to kako muškarci iskazuju veće poduzetničke namjere u odnosu na žene (Chen i sur., 1998) te da muškarci imaju veću sklonost poduzetničkom ponašanju od žena (Delmar i Davidsson, 2000; Matthews i Moser, 1995; Rodríguez i Santos, 2008; Scherer i sur., 1989; Ventura i Quero, 2013, prema Robledo, Arán, Sanchez i Molina, 2015). Prema izvješću GEM-a iz 2007. broj muškaraca koji pokreću posao dvostruko je veći od žena. Iako u današnje vrijeme žene pokazuju sve veću inicijativu i napredak u pokretanju vlastitih poduzetničkih pothvata, one i dalje zaostaju za muškarcima (Allen, Elan, Langowitz i Dean, 2008). Faktori koji su se pokazali da utječu na sudjelovanje muških i ženskih poduzetnika u poduzetničkim aktivnostima, uključuju financijsku potporu, sklonost preuzimanju rizika te otvorenost prema postojećim prilikama (Lo, Sun i Law, 2012).

Neki su istraživači vjerovali da je razlika između muškaraca i žena određena njihovim rodnim stereotipima koji utječu na spoznaju i ponašanje ljudi (Gupta i sur., 2005, prema Lo i sur., 2012). Poduzetništvo se tradicionalno smatra muškom karijerom koja zahtijeva karakteristike koje se tradicionalno smatraju muškima (Lewis, 2006) te iz tog razloga muškarci imaju veću namjeru nastaviti poduzetničku karijeru (Johnson, Stone, Philips, 2008; Langowitz i Minnitti, 2007; Petridou, Sarri i Kyrgidou, 2009, prema Lo i sur., 2012). Također, razlike u poduzetničkim stavovima, namjerama i ponašanju muškaraca i žena mogu se pripisati razlikama u socijalnoj orijentaciji i motivaciji za ponašanjem. Na temelju tih koncepata muškarci, studenti, za koje se očekuje da će biti asertivni, neovisni, dominirajući i orijentirani

na zadatke i ciljeve, mogu se više oslanjati na vlastita uvjerenja za razvoj poduzetničke namjere, dok će se studentice, za koje se očekuje da će biti osjećajne, pokorne i podržavajuće, možda manje oslanjati na svoje vlastite prosudbe i prihvaćati mišljenje svojih obitelji i drugih značajnih ljudi kada odlučuju hoće li započeti vlastiti posao (Karimi i sur., 2013). Dakle, percipirani socijalni pritisak trebao bi biti važniji u predviđanju namjera ponašanja među ženama nego među muškarcima, dok bi osobni stavovi trebali biti jači prediktori namjera ponašanja kod muškaraca, nego kod žena. Pored toga, Zhang i suradnici (2009) su otkrili kako žene u manjoj mjeri traže određeni početni kapital, imaju manje radnog iskustva u području poduzetništva kao i smanjen pristup poslovnim klijentima te da im je strah od neuspjeha jedna od najznačajnijih prepreka pri pokretanju vlastitog poslovanja (Sánchez-Cañizares i Fuentes-Garcia, 2013). Što se tiče studentske populacije, prethodna istraživanja upućuju na to da studentice, u usporedbi sa studentima, imaju niže povjerenje u svoje poslovne sposobnosti (Scherer, Brodzinski i Weibe, 1990; Chowdhury i Endres, 2005; Wilson i sur., 2007, prema Karimi i sur., 2013) te da veći broj studenata izvještava o namjeri za samozapošljavanjem i pokretanjem vlastitog poslovanja u odnosu na studentice (Sanchez – Canizares i Fuentes – Garcia, 2013). Kada govorimo o spolnim razlikama na razini Republike Hrvatske, rezultati GEM istraživanja ukazuju na to kako je Hrvatska još uvijek značajnije "muška" zemlja po poduzetničkoj aktivnosti, odnosno da postoji jaz u uključenosti muškaraca i žena u poduzetničke aktivnosti te da je u Hrvatskoj gotovo četiri puta više poduzetnika nego poduzetnica (Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman Peterka, 2012, prema Levak, 2017). Razlika u poduzetničkoj aktivnosti ne proizlazi iz razlika u motivaciji ili iz razlika u uočavanju prilika, nego je rezultat kombinacije majčinstva, organizacije obiteljskog života (briga o djeci i briga o starijim članovima obitelji uglavnom na ženi) i kulturološkog konteksta (Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman Peterka, 2019).

Unatoč navedenim istraživanjima, u proteklih trideset godina, žene su postigle značajan napredak u poduzetništvu, kao i stvaranju vlastitog poslovanja. Iz tog razloga, novija istraživanja izvještavaju o promjenama u spolnim razlikama koje se tiču poduzetništva i poduzetničkih pothvata. Naime, Opoku-Antwi i suradnici (2012) su u svom istraživanju zaključili kako spol ne utječe značajno na poduzetničku namjeru i da muškarci ne iskazuju veću volju za pokretanjem vlastitog posla od žena. Isto tako, istraživanje koje su na uzorku brazilskih studenata i studentica proveli Gibson i suradnici (2008, prema Samuel, Ernest i Awuah, 2013) pokazalo je da nema značajnih odrednica u pogledu želje i vjerojatnosti za pokretanjem vlastitog poslovanja jednog dana te da i muškarci i žene podjednako vide to kao mogući

karijerni put. Slične nalaze dobio je i Jones (2000) koji je svojim istraživanjem ustanovio kako i studenti i studentice žele pokrenuti vlastiti posao u istoj mjeri, no muškarci iskazuju veću spremnost za to tijekom studiranja.

1.2.2. Dob

Spremnost pretvaranja poduzetničkih namjera u realne akcije ovisi o dobi pojedinca (Levesque i Minniti, 2006). Istraživanja su pokazala kako mlađi pojedinci iskazuju veću namjeru za poduzetničkim ponašanjem od svojih starijih kolega. Točnije, istraživanja navode da se ljudi većinom odlučuju osnovati vlastita poduzeća između 25 i 34 godine (Choo i Wong, 2006). S obzirom da se u tom dobnom intervalu nalazi studentska populacija te se u tom razdoblju formira namjera za poduzetničkom karijerom, važno je ispitati poduzetništvo u studentskoj dobi. S jedne strane, mlađi ljudi mogu biti više skloni uključivanju u poduzetnički proces jer su više dinamični, energični, entuzijastični i željni realizacije svojih ambicija (Alvarez-Herranz i sur., 2011, prema Shirokova i sur., 2016), no s druge strane pokazuju određenu dozu neodlučnosti radi nedefiniranih životnih planova (Pavić, 2008). Iako mlađi pojedinci pokazuju veću sklonost za pokretanjem vlastitog posla, negativni utjecaj dobi vjerojatnije je usmjeren ka formiranju poduzetničkih namjera, a ne prema procesu njihova prevođenja u ponašanja. Naime, stariji ljudi mogu biti odlučniji da dovrše poduzetničke inicijative koje su započeli iz razloga što imaju više iskustva, što olakšava postupak pokretanja početnih aktivnosti pretvarajući poduzetničke namjere u akciju (Shirokova i sur., 2016). Također, starijim ljudima u prilog ide što imaju veću mrežu društvenih kontakata, što je od iznimne važnosti u procesu prikupljanja resursa (Liao i Welsch, 2003, prema Shirokova i sur., 2016) i dobivanju podrške u ranim fazama razvoja poduzetničkog pothvata (Sullivan i Ford, 2014, prema Shirokova i sur., 2016). Prema navedenim prednostima možemo uvidjeti kako stariji pojedinci mogu biti odlučniji pretvoriti svoje poduzetničke namjere u operativni poduzetnički pothvat te da su sposobniji za ulazak u poduzetništvo radi svojeg iskustva, uštedevine te spomenute mreže društvenih kontakata (Singh i DeNoble, 2003, prema Yaghmaei i Ghasemi, 2015).

1.2.3. Razina studija

Pored dobi i spola, i razina studija je prepoznata kao značajna odrednica poduzetničkih namjera (Ramić, 2019). Po završetku formalnog obrazovanja mladi pojedinci suočeni su s razdobljem donošenja odluke o svom karijernom putu, dok se studenti preddiplomskog studija još upoznaju s mogućnostima tržišta rada. Istraživanja na temu utjecaja razine studija na poduzetničke namjere nude oprečna mišljenja. Dok jedni smatraju kako će formalno

obrazovanje smanjiti težnju za poduzetništvom kod studenata, drugi smatraju da se educiranjem može potaknuti poduzetnička motivacija kod studenata (Collins, Hannon, i Smith, 2004; Arranz, Ubierna, Arroyabe, Perez, i Fdez de Arroyabe, 2016, prema Ramić, 2019).

Nekolicina autora iskazuje kako bi razina obrazovanja mogla utjecati na sklonost samozapošljavanju na nekoliko načina. Pokazano je kako obrazovanje poboljšava sposobnosti pojedinca, poput sposobnosti upravljanja koja je važna u stvaranju vlastitog poslovnog pothvata što posljedično utječe na vjerojatnost poduzetničkih akcija (Lucas, 1978, prema Van der Sluis, Van Praag i Vijverberg, 2005). U skladu s time, Robinson i Sexton (1994, prema Ramić, 2019) smatraju kako više razine obrazovanja povećavaju vjerojatnost pokretanja vlastitog poslovanja. Već niz godina podaci GEM istraživanja na hrvatskom uzorku pokazuju da su obrazovaniji ljudi i poduzetnički aktivniji. Ljudi s višom razinom obrazovanja češće vide prilike, uvjereniji su da imaju potrebna znanja i vještine za pokretanje poslovnog pothvata, bolje su umreženi s poduzetnicima i namjeravaju pokrenuti poslovni pothvat u naredne 3 godine (Singer i sur., 2019). Gledajući s druge strane, pokretanje vlastitog poslovanja iziskuje puno vremena, financijskog kapitala te ne nudi sigurnost prihoda što čini poduzetništvo manje preferiranim izborom (Ramić, 2019). Istraživanje koje su proveli Wu i Wu (2008, prema Ramić, 2019) pokazalo je kako je poduzetnička karijera manje privlačna pojedincima sa završenim postdiplomskim studijem u odnosu na one sa završenim preddiplomskim i diplomskim studijem. To se može objasniti činjenicom da su pojedinci sa završenim postdiplomskim studijem kvalificirani za više radne pozicije te se odlučuju za sigurno radno mjesto sa sigurnim prihodima. S obzirom na to da su mlađi studenti puni entuzijazma i ambicije za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata, moguće je da zbog toga izvještavaju o većim poduzetničkim namjerama (Ramić, 2019). Također, neki studenti koji su u određenom razdoblju tijekom studija pokazivali namjeru za pokretanjem vlastitog poslovanja, mogu započeti karijeru kao zaposlenici i time odgađati odluku da se upuste u poduzetničke pothvate u budućnosti.

1.2.4. Proaktivna ličnost

Mnoga istraživanja poduzetništva bila su usredotočena na poduzetnike kao pojedince koji posjeduju set jedinstvenih osobnih karakteristika i sposobnosti. Unutar ove domene istraživanja dosljedno je utvrđeno da je pet individualnih karakteristika povezano s poduzetništvom: potreba za postignućem, lokus kontrole, sklonost preuzimanju rizika, tolerancija prema dvosmislenosti i ponašanje tipa A koje podrazumijeva brzinu, nestrpljivost, netrpeljivost, natjecateljski duh i stalnu osobnu ambiciju (Brockhaus, 1982; Brockhaus i Horwitz, 1986; Furnham, 1992, prema Crant, 1996). No unatoč tim nalazima, mnogi autori su izrazili nezadovoljstvo s proučavanjem

poduzetništva kroz prizmu ličnosti te su primijetili da osobine ličnosti same ne mogu objasniti zašto se ljudi bave poduzetništvom ili hoće li to uspješno raditi. Istraživanja u posljednjih 20 godina pokazala su da je proaktivna ličnost osobina koja objašnjava dodatnu varijancu ponašanja povrh varijance koju objašnjavaju faktori ličnosti *Big Five*. U tom smislu, proaktivna ličnost je postala nedavni dodatak literaturi o individualnim karakteristikama koje utječu na poduzetničko ponašanje te se pokazalo kako ima potencijal za pružanje novog uvida u odnos osobina ličnosti i poduzetničkog ponašanja. Bateman i Crant (1993) bili su prvi koji su iskazali važnost proaktivne komponente u organizacijskom ponašanju i uveli mjeru proaktivne ličnosti. Ova mjera osobne sklonosti proaktivnom ponašanju namijenjena je identifikaciji razlika među ljudima u opsegu u kojem poduzimaju mjere kako bi utjecali na svoje okruženje (Crant, 1996). U svom istraživanju Prabhu i suradnici (2012) su istaknuli kako proaktivna ličnost, zajedno s drugim varijablama, može pomoći objasniti tko se osjeća potaknutim postati poduzetnik. Naime, ne prepoznaju svi pojedinci priliku u istom okruženju, a čak i ako ju prepoznaju, neće ju svi iskoristiti. Zato se polazi od pretpostavke kako će proaktivni pojedinci vjerojatnije iskorisiti pruženu priliku od manje proaktivnih ljudi.

Bateman i Crant (1993) definirali su proaktivnu ličnost kao onu koja je relativno neograničena situacijskim silama i koja utječe na promjene u okolini. Proaktivni pojedinci imaju sposobnost identificiranja mogućnosti te odmah djeluju na njih, pokazuju inicijativu, poduzimaju akciju i ustraju dok ne donesu smislene promjene. Suprotno tome, ljudi koji nisu proaktivni pokazuju suprotne obrasce: ne prepoznaju, a kamoli iskorištavaju mogućnosti za promjenu stvari. Manje proaktivni pojedinci su pasivni i reaktivni, radije se prilagođavaju okolnostima nego ih mijenjaju (Crant, 2000). Također, visokoproaktivni pojedinci predviđaju 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).

U studiji koju je proveo Crant (1996) koja je ispitivala odnos između proaktivne ličnosti i poduzetničkih namjera, proaktivna ličnost bila je pozitivno povezana s poduzetničkim namjerama. Prieto (2011) je utvrdio da je proaktivna ličnost faktor koji utječe na pokretanje vlastitog poslovnog poslovanja. Pojedinci koji posjeduju ovu osobinu imaju mogućnost namjerne promjene svoje okoline, aktivno razvijaju svoje resurse i tako postaju uspješniji od pojedinaca s manje proaktivnom ličnosti. Proaktivni pojedinci neprekidno traže mogućnosti, preuzimaju inicijativu kako bi poboljšali stvari koje utječu na promjene u okolini (Chipeta, 2015), ne čekaju da im se informacije i mogućnosti stave na raspolaganje te su sposobni preuzeti uloge izvan svojih zona udobnosti (Neneh, 2019). Bakker, Tims i Derks (2012) dodaju kako su

proaktivni pojedinci više motivirani iskorištavanjem vlastitih znanja, sposobnosti i kognitivnih resursa da mijenjaju svoje okolnosti umjesto dopuštanjem da ih okolina oblikuje. Proaktivni pojedinci iskorištavaju mogućnosti koje im nudi okolina, sprječavaju potencijalne probleme i ustraju dok se ne postignu značajne promjene koje će ih dovesti do ostvarenja njihovog cilja. Takav je stav od iznimne važnosti za pretvorbu poduzetničkih namjera u stvarno ponašanje s obzirom da mnogi pojedinci odustaju od svojih ideja o pokretanju poduzeća radi izazova okoline. Proaktivni pojedinci će, bez obzira na izazove povezane s pokretanjem vlastitog poslovanja, ustrajati u namjeri pokretanja vlastitog poduzetničkog pothvata jer čvrsto vjeruju u svoje sposobnosti prevladavanja izazova koje im nameće okolina (Bateman i Crant, 1993). Turker i Selcuk (2008) ističu da iako istraživači često ukazuju na vezu između poduzetničke namjere i nekih faktora ličnosti, kao što su samopouzdanje, sposobnost preuzimanja rizika, potreba za postignućem, lokus kontrole, kreativnost, proaktivnost, treba uzeti u obzir kako je osoba okružena širokim rasponom kulturalnih, socijalnih, ekonomskih, političkih, demografskih i tehnoloških čimbenika te zajedno s osobinama ličnosti uključiti ih u istraživanje poduzetništva.

1.2.5. Percipirani motivatori za pokretanje vlastitog poslovanja

Što motivira pojedince da postanu poduzetnici je jedno od najčešće postavljenih pitanja u različitim istraživanjima koja se bave temom poduzetništva. Motivacija se pokazala kao glavni čimbenik koji stoji iza svakodnevnih ostvarivanja ciljeva te se definira kao svrha ili psihološki uzrok akcije (Schacter i sur. 2011, prema Fayolle, Liñán, i Moriano, 2014). Razumijevanje motiva za uključivanje u poduzetništvo je važna komponenta procjene poduzetničke spremnosti za pokretanje vlastitog poslovnog pothvata. Brojni su psiholozi i teoretičari pokušali doći do jedinstvene teorije koja će pobliže objasniti poduzetničku motivaciju, no nakon svih istraživanja nijedna od teza nije zaživjela kao standard i pretpostavka za daljnje istraživanje. Tako su Gilad i Levine u 1986. godini predstavili svoje teorije koje se nazivaju teorija „guranja“ (eng. *Push*) i teorija „privlačenja“ (eng. *Pull*). Teorija „guranja“ polazi od postavke kako se pojedinci upuštaju u poduzetništvo zbog negativnih pritisaka iz okoline, poput nezadovoljstva na poslu, poteškoća prilikom traženja posla, nedovoljne plaće itd. S druge strane, teorija „privlačenja“ opisuje kako pojedince privlači poduzetništvo zbog samostalnosti, samoispunjenja, prihoda itd. Nekoliko je istraživanja godinama nakon što su teorije objavljene, dokazalo kako pojedinci češće polaze poduzetničkim putevima zbog teorije „privlačenja“ nego zbog teorije „guranja“ (Segal i sur., 2005, prema Španiček, 2018). Točnije, pojedinci koje poduzetništvo privlači su pojedinci koji pokreću vlastiti posao zbog osobnih neostvarenih želja,

dok će oni pojedinci koji u poduzetništvo ulaze radi vanjskih faktora pokrenuti vlastiti posao zbog nezadovoljstva trenutnim položajem ili bilo kojeg drugog razloga koji nije povezan s poduzetničkim karakteristikama pojedinca (Nazri, Aroosha i Omar, 2016).

Dugo vremena se smatralo kako su razlozi za osnivanje poduzeća ekonomski. Tako je u 19. stoljeću Jean Bertrand Say poduzetnika definirao kao osobu koja čini nešto za ekonomski dobitak, a taj pojam postoji i dalje (Carsrud i Brännback, 2009). Tek nedavno su se pojavila nova saznanja da postoje i drugi motivi koji utječu na pojedinčevu namjeru za pokretanjem vlastitog poslovanja. Tako su Moy i suradnici (2001, prema Keat i Ahmad, 2012) ustanovili glavne motivatore za pokretanje vlastitog poslovanja na uzorku studenata. U njihovom istraživanju naznačeno je da su opći motivatori poput vanjskih nagrada, neovisnosti/autonomije, intrinzičnih nagrada, obiteljske sigurnosti i upravljanja promjenama utjecali na pojedinca da odabere poduzetništvo kao buduću karijeru. Samuel i suradnici (2013) su kao glavne motivatore za pokretanje vlastitog poslovanja naveli iskorištavanje kreativnog potencijala, zaradu i osiguravanje zaposlenja. Nadalje, Kirkwood (2009, prema Fatoki, 2014) je smatrao kako za pokretanje vlastitog poslovanja pojedince motiviraju razne stvari, a on ih je objasnio kroz četiri ključna pokretača poduzetničke motivacije. To su (1) želja za neovisnošću, (2) novčana motivacija, (3) motivacija povezana s radom poput nezaposlenosti, viška radnika, nedostatka posla ili karijere i (4) motivacije vezane uz obitelj. Slično tome, drugi autori su identificirali 4 ključna pokretača ili motiva za pokretanje vlastitog poslovanja, a to su (1) samoostvarenje i neovisnost, (2) viši status i prihodi (3) ekonomski doprinos i utjecaj te (4) očuvanje tradicije i osiguravanje prihoda (Parker, 2004; Schumpeter, 1952; Wagner i Ziltener, 2008, prema Staniewski i Awruk, 2015). U istraživanju Ashley-Cotleur, Kings i Solomon (2009, prema Neneh, 2014) primijetili su kako intrinzični motivatori obuhvaćaju motive poput „biti vlastiti šef“, „više kontrolirati svoju sudbinu“ i „imati krajnju odgovornost za uspjeh posla“, dok su novčane nagrade koje se odražavaju na plaću i naknade bili glavni ekstrinzični motivatori. Poduzetnički ishodi poput autonomije, autoriteta, ekonomske prilike i samoostvarenja, financijskog uspjeha, uloge i priznavanje pozitivno su povezani s poduzetničkom namjerom te su upravo ti ishodi navedeni u istraživanjima poduzetničke motivacije kao razlozi ili motivi za pokretanje poduzeća (Carter, Gartner, Shaver i Gatewood, 2003; Vanevenhoven i Liguori, 2013; Kolvereid i Isaksen, 2006, prema Malebana, 2014). Važno je istaknuti kako se odluka o pokretanju vlastitog poslovanja temelji na kombinaciji unutarnjih i vanjskih motiva, no ne ovisi samo o motivima. Mnogo češće je slučaj da na

pojedinčevu odluku o pokretanju vlastitog poslovanja utječe niz kombiniranih motiva i prepreka koje poduzetnik percipira (Staniewski i Awruk, 2015).

1.2.6. Percipirane prepreke u pokretanju vlastitog poslovanja

Istraživanja o poduzetništvu u velikoj su mjeri ispitivala niz motiva koji će poduzetnika potaknuti da pokrene posao, dok se manji broj bavio čimbenicima koji sprječavaju pojedince u odluci za pokretanjem vlastitog poslovanja. Pravi koncept prepreka još uvijek nije utvrđen u poduzetničkoj literaturi. No, nekoliko studija (Fatoki, 2010; Wang i Wong, 2004) ispitalo je i identificiralo čimbenike koji sprječavaju pojedinca u namjeri za pokretanjem vlastitog poslovanja. Na primjer, Ooi i Ahmad (2012, prema Neneh, 2014) grupirali su prepreke poduzetničkim namjerama u egzogene i endogene čimbenike. Egzogene čimbenike čine prepreke poput visoke kamatne stope, visokih troškova rada, strogih propisa vlade, uskog tržišta rada, visokih poreza, nedostatka državne podrške, snažne konkurencije, dok su endogeni čimbenici, primjerice stres, strah od neuspjeha, nedostatak poslovnih vještina, nedostatak planiranja, dugogodišnji i prekomjeran rizik. Rae i Woodier (2006) su utvrdili kako faktori poput nedovoljne informiranosti, financijske nesigurnosti, nedostatka relevantnog radnog iskustva, ograničeno usmjeravanje i znanje o tome kako uspostaviti posao i nedostatak samopouzdanja, kreativnosti i inovativnih ideja sprječavaju pojedinca u poduzetničkim aktivnostima. Nadalje, u drugom istraživanju utvrđeni su faktori poput nedostatka poslovnih ideja, nedovoljnog znanja i vještina, straha od poslovnog neuspjeha koji sprječavaju mlade u pokretanju vlastitog posla (Venesaar, Kolbre i Piliste, 2006, prema Neneh, 2014). Studija Wang i Wonga (2004) o poduzetničkim namjerama među studentima dodiplomskog studija u Singapuru identificirala je neadekvatno poslovno znanje i percipirani rizik kao prepreke poduzetničkim namjerama. Fatoki (2010) je otkrio da su prepreke poduzetničkim namjerama među diplomiranim studentima u Južnoj Africi bili nedovoljan kapital, neadekvatna podrška vlade i kriminal. Nadalje, dodao je i da su egzogeni čimbenici poput straha od neuspjeha, nedostatka poslovnih vještina i nedostatka spremnosti za rizike, prepreka poduzetništvu mladim ljudima u Južnoj Africi. Staniewski (2009, prema Staniewski i Awruk, 2015) je utvrdio kako studenti navode prepreke poput nedostatka profesionalnog iskustva i financiranja, nedostatka vještina, nedostatka pomoći i podrške, nedostatka kapitala, nedostatak relevantnih informacija te strah od budućnosti kao glavnim inhibitorima pokretanja vlastitog poslovanja.

2. Ciljevi i problem istraživanja

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi poduzetničke namjere studenata te ispitati njihove ključne odrednice. Uz to, dodatni cilj rada bio je preliminarno utvrditi valjanost Upitnika motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja i Upitnika prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010). U svrhu ostvarivanja navedenog cilja te pregledom dostupne literature postavljeni su sljedeći istraživački problemi i hipoteze:

1. Provjeriti faktorsku strukturu Upitnika motivatora i Upitnika prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010).

> H1. U skladu sa strukturom utvrđenom u originalnom radu (Fatoki, 2010), očekuje se peterofaktorska struktura upitnika motivatora (Zaposlenje, Autonomija, Kreativnost, Makroekonomija, Kapital) te peterofaktorska struktura upitnika prepreka (Kapital, Vještine, Podrška, Rizik, Makroekonomija).

2. Utvrditi izraženost poduzetničkih namjera studenata te njihovu percepciju motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja. Ispitati razlike u izraženosti poduzetničkih namjera i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na spol, dob i godinu studija ispitanika.

> H2.1.: Studenti će izvještavati o većim poduzetničkim namjerama u odnosu na studentice.

> H2.2.: Stariji studenti te studenti diplomskog studija će iskazivati veće poduzetničke namjere u odnosu na mlađe studente, odnosno studente preddiplomskog studija.

> H2.3.: Studentima će među najvažnijim motivatorima za pokretanje vlastitog poslovanja biti motivatori „privlačenja“.

> H2.4.: Studentima će među najbitnijim preprekama u pokretanju vlastitog poslovanja biti ekstrinzične, odnosno ekonomske prepreke.

> H2.5.: Studentice će češće iskazivati prepreke u pokretanju vlastitog poslovanja od studenata.

3. Utvrditi povezanost između poduzetničkih namjera studenata i nekih njihovih demografskih obilježja (spol, dob, godina studija), proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja.

H3.1.: Postoji statistički značajna povezanost između poduzetničkih namjera, demografskih obilježja, proaktivnosti, motivatora i prepreka. Poduzetničke namjere su snažnije povezane s proaktivnom ličnošću nego s percipiranim motivatorima i preprekama za pokretanje vlastitog poslovanja.

H3.2.: Postoji statistički značajna negativna povezanost između poduzetničkih namjera i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja.

4. Utvrditi doprinos demografskih varijabli, proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja za objašnjenje poduzetničkih namjera studenata.

H4.1.: Proaktivna ličnost, motivatori i prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja i demografske varijable su značajni prediktori poduzetničkih namjera studenata.

3. Metoda

3.1. Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 364 studenata (80 muškaraca i 284 žena) preddiplomskih i diplomskih studija u Republici Hrvatskoj. S obzirom da se ispitivalo javno mišljenje mladih nastojalo se postići da uzorkom budu obuhvaćeni ispitanici različitih profila (različitog spola, razine obrazovanja i fakulteta). Raspon dobi ispitanika kretao se od 19 do 30 godina (*M*=22.49; *SD*=2,16). Od ukupno 364 ispitanika, njih 56 su studenti prve godine preddiplomskog studija, 71 druge godine preddiplomskog studija, 77 treće godine preddiplomskog studija, njih 65 četvrte godine diplomskog studija, 62 pete godine diplomskog studija i nakraju, njih 33 apsolventske godine. Najviše sudionika dolazi s Ekonomskog fakulteta (31,87%), zatim Fakulteta hrvatskih studija (10,44%) te Veleučilišta u Šibeniku (10,44%) Prikaz sudionika prema fakultetu nalazi se u Prilogu 1. Za pojedine sudionike nije bilo moguće utvrditi kojem visokom učilištu pripadaju jer su kao odgovor unijeli studij koji se izvodi na više visokih učilišta. Ti se sudionici nalaze na dnu Priloga 1.

3.2. Mjerni instrumenti

Poduzetničke namjere

Za procjenu namjere za uključivanjem u poduzetništvo korištena je mjera Liñána i Chena (2006) koja se sastoji od 6 čestica na koje se odgovara na skali Likertovog tipa od 1 ("Uopće se ne slažem") do 5 ("U potpunosti se slažem"). Dio tvrdnji formuliran je u pozitivnom („Moj cilj je postati poduzetnik"), a dio u negativnom smjeru („Čisto sumnjam da ću ikada ostvariti vlastito poduzeće"). Ukupni rezultat formira se kao aritmetička sredina odgovora, pri čemu viši rezultat označava veći stupanj poduzetničkih namjera. Cronbach α u istraživanju Liñána i Chena (2006) iznosio je α = .90; dok je u istraživanju Miljković – Krečar (2013) iznosio α = .92. Pouzdanost na ovom uzorku iznosi α = .95.

Demografska obilježja

Demografski su podaci uključivali: spol (Ž=1, M=2), dob, fakultet studiranja te godinu studija (prva, druga, treća godina preddiplomskog, četvrta i peta godina diplomskog sveučilišnog ili veleučilišnog studija te apsolventska godina).

Proaktivna ličnost

Proaktivna ličnost sudionika mjerila se Skalom proaktivne ličnosti koju su razvili Bateman i Crant (1993). Skala sadrži 17 čestica (npr. „Stalno tražim nove načine poboljšanja

svog života“) te su sudionici odgovarali pomoću skale od 1 („Uopće se ne slažem“) do 7 („Slažem se u potpunosti“). Svi odgovori su kodirani tako da viši rezultati ukazuju na postojanje više razine proaktivne ličnosti. Ukupni rezultat dobiven je zbrajanjem svih čestica skale u rasponu od 17 do 119. Pouzdanost skale varira od α = .87 (Cai, Guan i Jiang, 2014) do α = .90 (Tolentino i sur., 2013), dok pouzdanost na ovom uzorku iznosi α = .91.

Upitnik motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja

Za ispitivanje procjene motivatora za poduzetništvo korišten je Upitnik motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010). Upitnik se sastoji od 20 motivatora (npr. „Da si osiguram zaposlenje“) pri čemu sudionici procjenjuju u kojoj mjeri su im navedeni razlozi važni da bi pokrenuli vlastiti posao na skali od 1 (“Uopće nije važno”) do 5 (“Izuzetno je važno”). Rezultat pojedinog upitnika je dobiven kao aritmetička sredina odgovora pripadajućih čestica. Viši rezultat ukazuje na veću razinu procjene utjecaja motivatora na njihovu namjeru za pokretanjem vlastitog poslovanja. U izvornom radu Fatoki (2010) dobivena je peterofaktorska struktura motivatora te su utvrđeni faktori na Upitniku motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja Zaposlenje, Autonomija, Kreativnost, Makroekonomija i Kapital. Pouzdanost subskale Zaposlenje iznosi α = .82, Autonomije iznosi α = .74, zatim Kreativnosti α = .78, Makroekonomije α = .71 te Kapitala α = .73.

Upitnik prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja

Za ispitivanje procjene prepreka korišten je Upitnik prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010). Upitnik se sastoji od 22 prepreke u pokretanju vlastitog poslovanja (npr. „Nedostatak ušteđenih financijskih sredstava“). Rezultat pojedinog upitnika je dobiven kao aritmetička sredina odgovora pripadajućih čestica. Zadatak sudionika je da procijene koliko bi im u odluci za pokretanjem vlastitog poslovanja bile problematične navedene prepreke na skali od 1 (“Ne predstavlja mi problem”) do 5 (“Predstavlja mi vrlo veliki problem”). Viši rezultat ukazuje na veću razinu procjene utjecaja prepreka na njihovu namjeru za pokretanjem vlastitog poslovanja. U izvornom radu Fatoki (2010) utvrđeni faktori na Upitniku prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja su Kapital, Vještine, Podrška, Rizik i Makroekonomija. Pouzdanost subskale Kapital iznosi α =.79, Vještina α = .72, Podrške α = .88, Rizika α = .71 te Makroekonomije α =.75.

3.3. Postupak

Istraživanje je provedeno putem interneta. Online upitnik je kreiran na platformi Google Forms te je postavljen na društvene mreže (Facebook, Instagram) i na studentskim Facebook

grupama. Također, online upitnik poslan je na dostupne mail adrese različitih fakulteta u Hrvatskoj. Ispunjavanje upitnika trajalo je 10-ak minuta. Na početku ispunjavanja dana je detaljna uputa kao i objašnjenje da se radi o provedbi istraživanja za svrhe diplomskog rada. Sudionici su upućeni da je istraživanje dobrovoljno i anonimno te da u svakom trenutku mogu odustati od rješavanja. Nakon ispunjavanja demografskih podataka, uslijedilo je odgovaranje po česticama iz upitnika. Nakon prikupljanja podataka provedena je statistička analiza pomoću SPSS v26 statističkog programa.

4. Rezultati

4.1. Preliminarne analize: provjera strukture Upitnika motivatora i Upitnika prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja

Kako bi se ispitala faktorska struktura Upitnika motivatora provedena je eksploratorna faktorska analiza. Prva analiza pokazala je peterofaktorsku strukturu, no ona nije bila jasna zbog neinterpretabilnosti i višestrukih zasićenja određenih čestica (Prilog 2.). Iz tog razloga, uklonjene su četiri tvrdnje te je ponovljena faktorska analiza na 16 čestica. Prije provedbe analize, provjereni su preduvjeti za njezinu provedbu. KMO koeficijent iznosio je .836, a Bartlettov test sfericiteta ukazao je na značajan χ kvadrat ($\chi 2$= 2412.799; df= 120; p<.001) čime možemo zaključiti kako se korelacijska matrica statistički značajno razlikuje od matrice identiteta. Temeljem Keiser-Guttman kriterija zadržavamo četiri faktora zbog toga što su njihovi karakteristični korijeni veći od 1. Karakteristični korijen prvog faktora iznosi 3.236, drugog 2.698, trećeg 2.106 te četvrtog 2.056. Njima se objašnjava ukupno 63.11% varijance. Scree plot koji upućuje na zadržavanje faktora prikazan je u Prilogu 3.

Tablica 1. *Faktorska struktura čestica Upitnika motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja nakon Varimax rotacije*

	1	2	3	4
Da si osiguram zaposlenje	.144	**.904**	.029	-.031
Da si osiguram siguran posao	.092	**.927**	.033	.019
Da si osiguram zaradu dovoljnu za život	.191	**.813**	.131	.106
Zato što tako mogu iskoristiti svoje kreativne potencijale	**.662**	.048	.298	-.156
Zbog mog osobnog zadovoljstva i razvoja	**.777**	.018	.165	.136
Da budem sam svoj šef	**.578**	.368	.095	.226
Da ostvarim svoje snove	**.830**	.020	.136	.125
Zbog moje osobne slobode	**.686**	.310	.066	.148
Ekonomsko stanje u državi mi to omogućuje	.067	-.007	**.741**	.036
Jer volim riskirati	.248	-.092	**.603**	.270
Da investiram ono što sam uštedio/uštedjela	.211	.115	**.682**	.241
Da upotrijebim ono što sam naučio/la na studiju	.132	.205	**.672**	.079
Jer u mojoj obitelji postoji poduzetnička kultura	.001	-.078	.268	**.718**
Da povećam svoj prestiž i status	.268	.139	.149	**.711**
Da slijedim primjer nekoga kome se divim	.169	.064	.066	**.817**
Da uživam	**.638**	.180	.108	.290
Karakteristični korijen	3.236	2.698	2.106	2.056
% objašnjene varijance	20.23	16.87	13.17	12.85
Cronbach's alpha	.832	.890	.691	.717

Nakon Varimax rotacije (Tablica 1.) dobivena je jasnija struktura čestica koje se grupiraju oko četiri glavna faktora. Prvi faktor „Osobna autonomija“ može se zbog visoke zasićenosti opisati uz pomoć šest čestica: “Da ostvarim svoje snove”, “Zbog mog osobnog zadovoljstva i razvoja, “Zbog moje osobne slobode”, “Zato što tako mogu iskoristiti svoje kreativne potencijale”, “Da uživam” i “Da budem sam svoj šef” pri čemu prvi faktor najbolje opisuje čestica “Da ostvarim svoje snove” (*r*=.830). Faktor „Osobna autonomija“ objašnjava 20.23% varijance. Drugi faktor predstavlja “Sigurnost posla” te je određena s tri čestice, a to su: “Da si osiguram siguran posao”, “Da si osiguram zaposlenje” i “Da si osiguram zaradu dovoljnu za život” pri čemu je čestica “Da si osiguram siguran posao“ najviše zasićena tim faktorom (*r*=.927). Treći faktor određen je s četiri čestice te ga određujemo kao “Ekonomski i psihosocijalni kapital”. Čestice koje su najviše zasićene navedenim faktorom su “Ekonomsko stanje u državi mi to omogućuje” koja je i najviše zasićena navedenim faktorom (*r*=.741), “Da investiram ono što sam uštedio/la”, “Da upotrijebim ono što sam naučio/la na studiju” te “Jer volim riskirati”. Četvrti faktor “Socijalni utjecaji” može se opisati česticama “Da slijedim primjer nekoga kome se divim”, “Jer u mojoj obitelji postoji poduzetnička kultura” i “Da povećam svoj prestiž i status” pri čemu je prva navedena čestica najviše zasićena navedenim faktorom (*r*=.817).

Nadalje, kako bi se ispitala faktorska struktura Upitnika prepreka, provedena je eksploratorna faktorska analiza. Prije provedbe analize, provjereni su preduvjeti za njezinu provedbu. KMO koeficijent iznosio je .895, a Bartlettov test sfericiteta ukazao je na značajan χ kvadrat ($\chi 2$= 4327.969; df= 231; p<.001) čime možemo zaključiti kako se korelacijska matrica statistički značajno razlikuje od matrice identiteta. Temeljem KeiserGuttman kriterija zadržavamo četiri faktora zbog toga što su njihovi karakteristični korijeni veći od 1. Karakteristični korijen prvog faktora iznosi 3.941, drugog 3.618, trećeg 2.959 te četvrtog 2.839. Njima se objašnjava ukupno 60.71% varijance manifestnih varijabli. Scree plot koji upućuje na zadržavanje četiri faktora prikazan je u Prilogu 4.

Tablica 2. *Faktorska struktura čestica Upitnika prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja nakon Varimax rotacije*

	1	2	3	4
Nedostatak ušteđenih financijskih sredstava	.221	.262	.125	**.748**
Poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka	.217	.141	.117	**.842**
Nedostatak jamstva u dobivanju kredita	.258	.132	.143	**.796**
Nedostatak poslovnih vještina	.219	**.671**	.084	.230
Nedostatak informacija o tome kako pokrenuti vlastiti posao	.185	**.793**	.159	.214
Nedostatak poduzetničkog iskustva	.149	**.777**	.101	.223
Nedostatak informacija o tome koja državna agencija može pomoći u pokretanju vlastitog posla	.202	**.716**	.156	.264
Ne znam napisati poslovni plan	.323	**.614**	.325	.012
Strah me kriminala	**.593**	.060	.305	.043
Krediti koje moram otplatiti	**.590**	.071	.123	.403
Troškovi osnivanja tvrtke	**.576**	.247	.068	.388
Nikad nisam slušao/slušala nikakva predavanja o poduzetništvu	.288	**.608**	.284	-.235
Ne vidim prilike na tržištu rada	**.550**	.273	.337	.053
Strah me rizika kojima bih se time izložio/izložila	**.765**	.265	.203	.191
Strah me neizvjesnosti koju donosi vlastiti posao	**.799**	.275	.160	.197
Strah me neuspjeha	**.715**	.328	.089	.192
Slabo ekonomsko stanje u državi	**.518**	.217	.067	.396
Nedostatak podrške obitelji i prijatelja	.096	.061	**.659**	-.018
Nitko iz moje obitelji se nikada nije okušao u poduzetništvu	.107	.238	**.565**	.125
Naporno mi je uvjeravati druge da je to dobra ideja	.181	.190	**.676**	.050
Nemam se kome obratiti za pomoć	.149	.168	**.804**	.126
Teško mi je naći dobre partnere	.182	.051	**.702**	.207
Karakteristični korijen	3.941	3.618	2.959	2.839
% objašnjene varijance	17.91	16.45	13.455	12.91
Cronbach's alpha	.878	.859	.773	.859

Iz tablice 2. vidljivo je kako se prvi faktor „Poslovni rizici" može opisati uz pomoć osam čestica koje su poredane od najviše zasićene do najmanje zasićene navedenim faktorom, a to

su: „Strah me neizvjesnosti koju donosi vlastiti posao“, „Strah me rizika kojima bih se time izložio/la“, „Strah me neuspjeha“, „Strah me kriminala“, „Krediti koje moram otplatiti“, „Troškovi osnivanja tvrtke“, „Ne vidim prilike na tržištu rada“ te „Slabo ekonomsko stanje u državi“. Navedeni faktor objašnjava 17.91% varijance. Drugi faktor „Nedostatak poslovnih vještina i znanja“ određen je česticama „Nedostatak informacija o tome kako pokrenuti vlastiti posao“ koja je najviše zasićena navedenim faktorom (*r*=.793), „Nedostatak poduzetničkog iskustva“; „Nedostatak informacija o tome koja državna agencija može pomoći u pokretanju vlastitog posla“, „Nedostatak poslovnih vještina“, „Ne znam napisati poslovni plan“ te „Nikad nisam slušao/la nikakva predavanja o poduzetništvu“. Treći faktor „Nedostatak socijalne podrške“ čine čestice „Nemam se kome obratiti za pomoć“, „Teško mi je naći dobre poslovne partnere“, „Naporno mi je uvjeravati druge da je to dobra ideja“, „Nedostatak podrške obitelji i prijatelja“ te „Nitko iz moje obitelji se nije okušao u poduzetništvu“ pri čemu je prva čestica najviše zasićena navedenim faktorom (*r*=.804). I na kraju, četvrti faktor „Nedostatak financijskog kapitala“ čine čestice „Poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka“ čija je zasićenost najviša (*r*=.842), zatim „Nedostatak jamstva u dobivanju kredita“ te „Nedostatak uštođenih financijskih sredstava.

4.2. Analiza izraženosti poduzetničkih namjera te percepcije motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja

U drugom su koraku izračunati deskriptivni podaci i pouzdanosti za sve korištene kontinuirane varijable. Rezultati su prikazani u Tablici 3.

Tablica 3. *Deskriptivni podaci kontinuiranih varijabli korištenih u istraživanju*

Upitnik	Subskale	*M*	*SD*	*min*	*max*	α
Upitnik poduzetničkih namjera		3.44	1.179	1	5	.95
Upitnik proaktivne ličnosti		86.41	14.473	33	119	.91
Upitnik motivatora	Osobna autonomija	4.24	.736	2	5	.83
	Sigurnost posla	4.27	.937	1	5	.89
	Ekonomski i psihosocijalni kapital	2.85	.841	1	5	.69
	Socijalni utjecaji	2.70	1.137	1	5	.72
Upitnik prepreka	Poslovni rizici	3.07	.959	1	5	.88
	Nedostatak poslovnih vještina i znanja	3.13	1.032	1	5	.86
	Nedostatak socijalne podrške	2.39	.940	1	5	.77
	Nedostatak financijskog kapitala	3.65	1.029	1	5	.86

Legenda: *M* – aritmetička sredina, *SD* – standardna devijacija, Min. – minimalna vrijednost, Max. – maksimalna vrijednost, α – Cronbachov alfa koeficijent

Iz Tablice 3. zaključujemo kako studenti iskazuju da su Sigurnost posla (*M*=4.27) i Osobna autonomija najvažniji motivatori za pokretanje vlastitog posla, dok su im Nedostatak

financijskog kapitala (*M*=3.65) i Nedostatak poslovnih vještina i znanja (*M*=3.13) najveće prepreke pri pokretanju vlastitog poslovanja. Također, možemo zaključiti kako studenti iskazuju umjereno visoku razinu poduzetničkih namjera (*M*=3.44), ali i visoku razinu proaktivnosti (*M*=86.41) s obzirom na teorijski raspon skale 17-119.

Tablica 4. *Deskriptivni podaci čestica Upitnika motivatora*

Čestice	*M*	*SD*
Zbog mog osobnog zadovoljstva i razvoja	4.43	.877
Da si osiguram zaradu dovoljnu za život	4.42	.879
Zbog moje osobne slobode	4.36	.891
Da ostvarim svoje snove	4.24	1.029
Zato što tako mogu iskoristiti svoje kreativne potencijale	4.23	.920
Da si osiguram zaposlenje	4.22	1.093
Da si osiguram siguran posao	4.16	1.117
Da uživam	4.16	1.094
Vidim prilike na tržištu rada	4.09	.977
Da budem sam svoj šef	4.02	1.147
Kako bih uzdržavao/la svoju obitelj	4.01	1.138
Da vidim da li ja to mogu	3.75	1.218
Da upotrijebim ono što sam naučio/la na studiju	3.46	1.251
Zato što postoje odgovarajući poticaji za poduzetnike	3.29	1.196
Da povećam svoj prestiž i status	2.98	1.426
Da slijedim primjer nekoga kome se divim	2.86	1.452
Jer volim riskirati	2.75	1.198
Da investiram ono što sam uštedio/uštedjela	2.75	1.198
Ekonomsko stanje u državi mi to omogućuje	2.46	1.013
Jer u mojoj obitelji postoji poduzetnička kultura	2.24	1.390

Na temelju deskriptivnih podataka iz Tablice 4. možemo zaključiti kako studenti kao najvažnije razloge koji pridonose odluci za pokretanje vlastitog poslovanja navode osobno zadovoljstvo i razvoj (*M*=4.43), osiguravanje zarade dovoljne za život (*M*=4.42), osobnu slobodu (*M*=4.36) te ostvarivanje snova (*M*=4.24). S druge strane, manje važni razlozi su im postojanje obiteljske poduzetničke kulture (*M*=2.24), ekonomsko stanje u državi (*M*=2.46), investiranje ušteđevine (*M*=2.75) te riskiranje (*M*=2.75).

Tablica 5. *Deskriptivni podaci čestica Upitnika prepreka*

Čestice	M	SD
Nedostatak ušteđenih financijskih sredstava	3.80	1.159
Slabo ekonomsko stanje u državi	3.66	1.197
Poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka	3.64	1.123
Nedostatak poduzetničkog iskustva	3.62	1.210
Nedostatak jamstva u dobivanju kredita	3.51	1.212
Nedostatak informacija o tome koja državna agencija može pomoći u pokretanju vlastitog posla	3.35	1.289
Nedostatak informacija o tome kako pokrenuti vlastiti posao	3.27	1.332
Troškovi osnivanja tvrtke	3.27	1.338
Strah me neuspjeha	3.24	1.325
Strah me neizvjesnosti koju donosi vlastiti posao	3.21	1.273
Nedostatak poslovnih vještina	3.16	1.296
Krediti koje moram otplatiti	3.13	1.373
Strah me rizika kojima bih se time izložio/izložila	3.12	1.275
Ne znam napisati poslovni plan	2.88	1.439
Teško mi je naći dobre partnere	2.87	1.329
Ne vidim prilike na tržištu rada	2.55	1.266
Nikad nisam slušao/slušala nikakva predavanja o poduzetništvu	2.49	1.497
Nitko iz moje obitelji se nikada nije okušao u poduzetništvu	2.43	1.446
Strah me kriminala	2.40	1.388
Nemam se kome obratiti za pomoć	2.37	1.263
Naporno mi je uvjeravati druge da je to dobra ideja	2.24	1.218
Nedostatak podrške obitelji i prijatelja	2.05	1.223

Ono što studenti procjenjuju problematično u odluci za pokretanjem poslovanja (Tablica 5.), odnosno što procjenjuju kao prepreke pri pokretanju vlastitog poslovanja su nedostatak ušteđenih financijskih sredstava (*M*=3.80), slabo ekonomsko stanje u državi (*M*=3.66), poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka (*M*=3.64) te nedostatak poduzetničkog iskustva (*M*=3.62). Nedostatak podrške obitelji i prijatelja (M=2.05), napor pri uvjeravanju drugih da je to dobra ideja (*M*=2.24) te nedostatak osobe kojoj se mogu obratiti za pomoć (*M*=2.37) su prepreke koje studenti procjenjuju manje problematičnim u odluci za pokretanjem vlastitog poslovanja.

Također, ispitane su razlike u izraženosti poduzetničkih namjera i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na spol, dob i razinu studija ispitanika. Obzirom da je proveden niz t-testova te da se s većim brojem t-testova povećava šansa da su neke razlike potvrđene slučajno, dobivene rezultate sa stupnjem rizika od 5% uzet ćemo s rezervom.

Tablica 6. *Razlike u izraženosti poduzetničkih namjera, proaktivne ličnosti i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na spol (rezultati t-testova)*

				Spol			
				Ženski		Muški	
		t	*p*	*M*	*sd*	*M*	*sd*
Poduzetničke namjere		-1.557	.120	3.39	1.186	3.62	1.15
Proaktivna ličnost		1.452	.147	86.99	14.62	84.34	13.84
Motivatori	Osobna autonomija	.795	.427	4.26	.721	4.18	.788
	Sigurnost posla	2.390	.017*	4.33	.923	4.05	.960
	Ekonomski i psihosocijalni kapital	-1.462	.145	2.82	.852	2.98	.796
	Socijalni utjecaji	-1.644	.101	2.64	1.14	2.88	1.11
Prepreke	Poslovni rizici	5.862	.000***	3.22	.927	2.54	.881
	Nedostatak poslovnih vještina i znanja	3.245	.001**	3.22	1.04	2.80	.931
	Nedostatak socijalne podrške	1.358	.175	2.43	.979	2.27	.780
	Nedostatak financijskog kapitala	2.061	.040*	3.71	1.04	3.44	.975

*Napomena. * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001*

Rezultati iz Tablice 6. su pokazali kako ne postoji statistički značajna razlika između studenata i studentica u poduzetničkoj namjeri (t=-1.557; p>.12). Postoje statistički značajne razlike u sigurnosti posla (t=2.390; p<.05), poslovnim rizicima (t=5.862; p<.001), nedostatku vještina i znanja (t=3.245; p<.01) te nedostatku financijskog kapitala (t=2.061; p<.05) između studenata i studentica. Pri tome, studentice češće iskazuju sigurnost posla kao motivator te poslovne rizike, nedostatak vještina i znanja te nedostatak financijskog kapitala kao prepreke od studenata.

Tablica 7. *Razlike u izraženosti poduzetničkih namjera, proaktivne ličnosti i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na dob (rezultati t-testova)*

					Dob			
					<24 godine		24 i > 24 godine	
		F	*t*	*p*	*M*	*sd*	*M*	*sd*
Poduzetničke namjere		1.297	2.301	.022*	3.49	1.16	3.08	1.25
Proaktivna ličnost		.088	1.395	.164	86.83	14.33	83.76	15.20
Motivatori	Osobna autonomija	.028	1.441	.151	4.26	.740	4.10	.702
	Sigurnost posla	.054	-.496	.620	4.26	.936	4.33	.949
	Ekonomski i psihosocijalni kapital	.017	1.575	.116	2.88	.837	2.68	.860
	Socijalni utjecaji	1.166	.235	.815	2.70	1.15	2.66	1.04
	Poslovni rizici	.296	-1.178	.240	3.05	.950	3.22	1.01
Prepreke	Nedostatak poslovnih vještina i znanja	1.268	-.783	.434	3.11	1.03	3.24	1.08
	Nedostatak socijalne podrške	.628	-1.481	.139	2.36	.925	2.58	1.02
	Nedostatak financijskog kapitala	.206	.272	.786	3.66	1.027	3.61	1.05

*Napomena. * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001*

Ispitanici su prema prosječnoj dobi dobivenoj izračunom aritmetičke sredine podijeljeni u dvije kategorije: mlađi (< 24 god) i stariji (24 god i > 24 god). Prva kategorija sastoji se od 314 studenata, dok se druga kategorija sastoji od njih 50. Dobiveni rezultati (Tablica 7.) ukazuju kako postoji statistički značajna razlika u poduzetničkim namjerama (t=2.301; p<.05) pri čemu mlađi studenti (M=3.49) iskazuju veću poduzetničku namjeru od starijih studenata (M=3.08). Međutim, ovi nalazi se moraju uzeti s velikom dozom rezerve obzirom na nejednaku podjelu kategorija, kao i stupanj rizika.

Tablica 8. *Razlike u izraženosti poduzetničkih namjera, proaktivne ličnosti i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na razinu studija (rezultati t-testova)*

					Razina studija			
					Preddiplomski		Diplomski	
		F	*t*	*p*	*M*	*sd*	*M*	*sd*
Poduzetničke namjere		.484	2.315	.021*	3.56	1.156	3.28	1.19
Proaktivna ličnost		13.66	-.077	.939	86.36	16.09	86.48	12.14
Motivatori	Osobna autonomija	.165	1.908	.057	4.30	.733	4.16	.733
	Sigurnost posla	2.124	1.447	.149	4.33	.895	4.19	.985
	Ekonomski i psihosocijalni kapital	.802	3.189	.002**	2.98	.854	2.70	.801
	Socijalni utjecaji	1.711	2.010	.045*	2.80	1.178	2.56	1.07
Prepreke	Poslovni rizici	1.918	-1.797	.073	2.99	.990	3.17	.909
	Nedostatak poslovnih vještina i znanja	1.127	.533	.594	3.16	1.056	3.09	1.00
	Nedostatak socijalne podrške	.013	-.567	.571	2.37	.945	2.43	.936
	Nedostatak financijskog kapitala	.036	-1.608	.109	3.57	1.038	3.75	1.01

*Napomena. * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001*

Statistički su značajne razlike između studenata preddiplomskog (*N*=204) i diplomskog studija (*N*=160) utvrđene kod poduzetničke namjere (*t*= 2.315; *p*<.05), ekonomskog i psihosocijalnog kapitala (*t*=3.189; *p*<.05) te socijalnih utjecaja (*t*=2.010; *p*<.05). Studenti preddiplomskog studija iskazuju veće poduzetničke namjere (*M*=3.56) od studenata diplomskog studija (*M*=3.28). Isto tako, studenti preddiplomskog studija percipiraju ekonomski i psihosocijalni kapital kao motivatore češće (*M*=2.98) od studenata diplomskog studija (*M*=2.70). Percepcija socijalnih utjecaja kao motivatora češća je kod studenata preddiplomskog studija (*M*=2.80) nego kod studenata diplomskog studija (*M*=2.56), no ovaj rezultat treba uzeti s dozom rezerve pošto je *p* graničan.

4.3. Analiza korelata i odrenica poduzetničkih namjera studenata

Za utvrđivanje jesu li konstrukti korišteni u istraživanju međusobno značajno povezani, izračunate su korelacije svih mjerenih varijabli. Koeficijenti korelacije prikazani su u Tablici 9.

Tablica 9. *Korelacije varijabli korištenih u istraživanju*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.Spol	1	.04	.03	.08	-.08	-.04	-.13*	.08	.09	-.29**	-.17**	-.07	-.11*
2.Dob		1	.64**	-.11*	-.05	-.03	.01	-.08	.01	.09	-.02	.04	.09
3.Godina studija			1	-.14**	-.04	-.09	-.06	-.17**	-.10	.09	-.02	.03	.09
4.Poduzetničke namjere				1	.47**	.43**	.02	.37**	.35**	-.42**	-.39**	-.27**	-.27**
5.Proaktivna ličnost					1	.36**	.03	.32**	.28**	-.25**	-.31**	-.22**	-.17**
6.Osobna autonomija						1	.37**	.45**	.39**	.02	.03	-.05	.07
7.Sigurnost posla							1	.17**	.13*	.22**	.21**	.13*	.25**
8.Ekonomski i psihosocijalni kapital								1	.42**	-.12*	-.09	-.03	-.05
9.Socijalni utjecaji									1	-.07	-.13*	-.02	-.14**
10.Poslovni rizici										1	.62**	.49**	.59**
11.Nedostatak poslovnih vještina i znanja											1	.48**	.43**
12.Nedostatak socijalne podrške												1	.33**
13.Nedostatak financijskog kapitala													1

*Napomena. * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001; u ovoj analizi godina studija je kontinuirana varijabla s rasponom od 1-6 pri čemu svaki broj označava godinu studija*

Iz korelacija vidljivih u Tablici 9. možemo zaključiti kako s poduzetničkom namjerom značajno pozitivno koreliraju varijable proaktivne ličnosti te određeni motivatori poput osobne autonomije, ekonomskog i psihosocijalnog kapitala te socijalnih utjecaja dok su dob, godina

studija te prepreke poput poslovnih rizika, nedostatka poslovnih vještina i znanja, nedostatka socijalne podrške i nedostatka financijskog kapitala u značajnoj negativnoj korelaciji. Najvišu povezanost s poduzetničkim namjerama ostvarila je proaktivna ličnost (r=.466). Raspon dobivenih značajnih korelacija među korištenim varijablama kreće se od 0.1 do 0.6, što ukazuje na nisku do umjerenu međusobnu povezanost konstrukata.

Kako bi utvrdili doprinos demografskih varijabli, proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja za objašnjenje poduzetničkih namjera studenata provedena je regresijska analiza. Multiplom regresijskom analizom dobivena je srednje visoka povezanost poduzetničkih namjera s linearnom kombinacijom odabranih prediktora: spol, dob, godina studija, proaktivna ličnost, osobna autonomija, profesionalna sigurnost, ekonomski i psihosocijalni kapital, socijalni utjecaji, poslovni rizici, nedostatak poslovnih vještina i znanja, nedostatak socijalne podrške i nedostatak financijskog kapitala te iznosi R=0.674. Testiranjem značajnosti koeficijenata multiple korelacije, utvrđena je značajnost na populacijskoj razini (F=24.373 uz $df1$=12, $df2$=351 i p<.001). Temeljem spomenutih prediktora, objašnjeno je 45.5% varijance poduzetničkih namjera za pokretanje vlastitog poslovanja.

Tablica 10. *Prikaz standardiziranih koeficijenata β analiziranih prediktora.*

	Standardizirani koeficijenti β	t	p
Spol	-.005	-.128	.898
Dob	-.038	-.740	.460
Godina studija	-.037	-.703	.482
Proaktivna ličnost	.189***	4.118	.000
Osobna autonomija	.290***	5.773	.000
Sigurnost posla	-.027	-.620	.536
Ekonomski i psihosocijalni kapital	.090	1.889	.060
Socijalni utjecaji	.109*	2.355	.019
Poslovni rizici	-.226***	-3.823	.000
Nedostatak poslovnih vještina i znanja	-.154**	-2.858	.005
Nedostatak socijalne podrške	-.011	-.224	.823
Nedostatak financijskog kapitala	-.024	-.477	.634

*Napomena. * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001*

U Tablici 10. prikazani su standardizirani koeficijenti β analiziranih prediktora na temelju kojih možemo zaključiti kako prediktori Proaktivna ličnost, Osobna autonomija, Socijalni utjecaji, Poslovni rizici te Nedostatak poslovnih vještina i znanja statistički značajno doprinose poduzetničkim namjerama za pokretanje vlastitog poslovanja ($p<.05$). Najveći doprinos namjeri za pokretanje vlastitog posla ima Osobna autonomija ($\beta=.290$) zatim Poslovni rizici ($\beta=-.226$), Proaktivna ličnost ($\beta=.189$), Nedostatak poslovnih vještina i znanja ($\beta=-.154$) te Socijalni utjecaji ($\beta=.109$).

5. Rasprava

5.1. Preliminarna analiza upitnika motivatora i prepreka

Prvi problem ovog istraživanja odnosio se na provjeru faktorske strukture Upitnika motivatora i Upitnika prepreka. U svrhu provjere faktorske strukture prvo je provedena eksploracijska faktorska analiza Upitnika motivatora metodom glavnih komponenti s Varimax rotacijom (Tablica 1.). Faktorska analiza rezultirala je s četiri faktora: Osobna autonomija, Sigurnost posla, Ekonomski i psihosocijalni kapital te Socijalni utjecaji koji zajedno objašnjavaju 63.11% varijance, pri čemu Osobna autonomija objašnjava 20.23% varijance. Što se tiče faktorske strukture Upitnika prepreka, faktorska analiza rezultirala je s četiri faktora: Poslovni rizici, Nedostatak poslovnih vještina i znanja, Nedostatak socijalne podrške i Nedostatak financijskog kapitala. Navedeni faktori objašnjavaju 60.71% varijance manifestnih varijabli, pri čemu je udio faktora Poslovni rizici najveći te iznosi 17.91% objašnjene varijance. Međutim, dobiveni faktori nisu u skladu s izvornim istraživanjem (Fatoki, 2010) u kojem je utvrđeno pet faktora motivatora (Zaposlenje, Autonomija, Kreativnost, Makroekonomija i Kapital pri čemu je udio faktora Zaposlenje najveći te iznosi 38.06% objašnjene varijance), te pet faktora prepreka (Kapital, Vještine, Podrška, Rizik i Makroekonomija pri čemu faktor Kapital objašnjava 32.22% varijance). Razlog odstupanja od očekivane strukture može biti u okolinskim, gospodarskim i ekonomskim razlikama među navedenim uzorcima. Naime, južnoafrički studenti žive u drugačijoj gospodarskoj i ekonomskoj situaciji te s različitim socijalnim utjecajima od hrvatskih studenata.

5.2. Važnost poduzetništva te percipirani motivatori i prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja u uzorku studenata

Drugi problem ovog istraživanja odnosio se na utvrđivanje izraženosti poduzetničkih namjera studenata, njihovu percepciju motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja te ispitivanje razlika u izraženosti poduzetničkih namjera i percepciji motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja s obzirom na spol, dob i godinu studija ispitanika. Na ovom uzorku studenata rezultati ukazuju na to da studenti više naginju pokretanju vlastitog poslovanja (M=3.44, Tablica 3). Navedeni rezultat nije iznenađujuć obzirom da su različita istraživanja utvrdila visoku razinu poduzetničkih namjera među studentima te se pokazalo kako osobe u dobi od 25. do 34. godine pokazuju najvišu razinu poduzetničke aktivnosti, odnosno upravo se u navedenoj dobi najčešće kreću baviti poduzetničkim aktivnostima (Choo i Wong, 2006). Primjerice, Neneh (2014) u svom je istraživanju utvrdio kako studenti završne godine preddiplomskog studija posjeduju visoku namjeru za postajanjem poduzetnikom. Također,

Šimić (2019) je u svojem istraživanju na uzorku studenata ekonomskih i neekonomskih usmjerenja istaknula kako je 72.6% studenata razmišljalo o pokretanju vlastitog poslovanja, dok njih 21% nije nikad razmišljalo o tome. Isto tako, Pavić (2008) je svojim istraživanjem na uzorku mladih koji žive u Osijeku zaključio kako mladi iskazuju relativno visok stupanj poduzetničkih aspiracija. U istraživanju Manojlović (2015) na uzorku mladih u Hrvatskoj, utvrđeno je kako bi više od polovice anketiranih osoba, njih 70%, pokrenulo vlastiti posao. 6% ispitanika već je pokrenulo vlastiti posao, dok njih 7% ne bi pokrenuli posao. 19% ispitanika odgovorilo je da bi možda pokrenuli vlastiti posao. Nadalje, prema postojećoj literaturi postavljena je hipoteza H2.1. prema kojoj će studenti izvještavati o većim poduzetničkim namjerama nego studentice. Međutim, rezultati su pokazali kako ne postoji statistički značajna razlika između studenata i studentica u poduzetničkim namjerama što nije u skladu s našim očekivanjima. Ovaj rezultat suprotan je istraživanju Levak (2017) gdje je dobivena statistički značajna razlika u poduzetničkoj namjeri pri čemu studenti iskazuju veću poduzetničku namjeru nego studentice. S druge strane, u prilog dobivenim rezultatima idu nalazi novijih istraživanja koja ukazuju na to da u današnje vrijeme žene pokazuju sve veću inicijativu i napredak u pokretanju vlastitih poduzetničkih pothvata što se pokazalo na ovom uzorku gdje je vidljivo kako studenti ne prednjače u pokretanju vlastitih poduzetničkih pothvata pred studenticama. Osim spola, testirane su razlike u poduzetničkim namjerama obzirom na dob i razinu studija. Unatoč oprečnim razmišljanjima u različitim israživanjima, očekuje se kako će stariji studenti na diplomskim razinama studija iskazivati veće poduzetničke namjere od mlađih kolega na preddiplomskim razinama obzirom da su suočeni s važnim odlukama biranja karijernog puta. Dobivena je statistički značajna razlika u poduzetničkim namjerama, pri čemu mlađi studenti na razini preddiplomskog studija iskazuju veće poduzetničke namjere od starijih studenata na razini diplomskog studija. Dobiveni rezultati, koji nisu u skladu s našim očekivanjima (H2.2.), mogu se objasniti time da su mlađi studenti na preddiplomskim razinama obrazovanja puni entuzijazma i ambicije za pokretanjem vlastitog poslovnog pothvata što bi objašnjavalo veću razinu poduzetničkih namjera, no to je vjerojatnije usmjereno ka formiranju poduzetničkih namjera, a ne prema procesu njihova prevođenja u ponašanja, stoga bi ove nalaze trebalo dodatno ispitati. No, navedeni rezultati razlikuju se od onih dobivenih u drugim istraživanjima koji su utvrdili kako stariji studenti iskazuju veće poduzetničke namjere obzirom da su na životnoj prekretnici te moraju donijeti odluku o karijernom putu, dok se mlađi studenti još uvijek percipiraju neodlučnima radi nedefiniranih životnih planova (Pavić, 2008). U istraživanju Levak (2017) nije pokazana statistički značajna razlika između studenata preddiplomskog i diplomskog studija u poduzetničkim namjerama. S druge strane, Robinson i

Sexton, (1994, prema Ramić, 2019) smatraju kako više razine obrazovanja povećavaju šanse postati poduzetnikom.

Kako bi se utvrdili motivi koji stoje iza odluke za pokretanjem vlastitog posla istraženi su motivatori (Tablica 4.), odnosno razlozi zbog kojeg bi studenti pokrenuli vlastito poslovanje. Među najbitnijim motivatorima koji su im važni za odluku da pokrenu vlastito poslovanje su se pokazali Sigurnost posla (*M*=4.27) i Osobna autonomija (*M*=4.24). Čestice koje su u pozadini ovih faktora te su se procijenili kao najvažniji razlozi za pokretanje vlastitog poslovanja su osobno zadovoljstvo i razvoj (*M*=4.43), osiguravanje zarade dovoljne za život (*M*=4.42), osobna sloboda (*M*=4.36) te ostvarivanje snova (*M*=4.24). Time možemo zaključiti kako su čimbenici koji djeluju poticajno na motivaciju mladih za bavljenjem poduzetništvom, više individualno-psihološke nego ekonomsko-financijske naravi čime se pokazalo kako pojedinci češće poduzimaju poduzetničke pothvate zbog teorije „privlačenja“. Ovim nalazom smo potvrdili hipotezu H2.3. Što se tiče razlika u percipiranim motivatorima za pokretanje vlastitog poslovanja, utvrđene su statistički značajne razlike u sigurnosti posla pri čemu studentice češće iskazuju sigurnost posla kao motivator od muških kolega. Manojlović (2015) je u svom istraživanju utvrdila kako su samoispunjenje, neovisnost i slobodan izbor mjesta i vremena glavni razlozi za razmišljanje o pokretanju vlastitog poslovanja te se sve više cijeni i mogućnost stvaranja boljeg prihoda što je u skladu s dobivenim nalazima ovog istraživanja gdje studenti pridaju važnost prihodima, no uz to naglasak stavljaju na neovisnost, osobnu slobodu te mogućnost ispunjenja vlastitih snova i želje za razvojem. No, dobiveni rezultati nisu u skladu s istraživanjem Fatoki (2010) koji je utvrdio kako su najznačajniji motivatori osiguravanje zaposlenja i osiguravanje sigurnog posla. Ovi rezultati ukazuju na to da većina studenata koji žele postati poduzetnikom, upravo to želi iz straha od nezaposlenosti. Isto tako, u istraživanju Cvek (2017) temeljni uzrok pokretanja poslovanja od strane mladih u Hrvatskoj je osiguravanje resursa za zadovoljenje primarnih potreba. Naime, zbog društvene i ekonomske situacije u zemlji većina mladih se odlučuje na otvaranje vlastitog poduzeća zbog nemogućnosti pronalaska odgovarajućeg zaposlenja na ostale načine. S druge strane, u istraživanju Samuel, Ernest i Awuah (2013) na uzorku studenata u Gani pokazano je kako su glavni motivatori bili iskorištavanje kreativnog potencijala, osiguravanje zarade dovoljne za život te osiguravanje zaposlenja što je kombinacija psiholoških i ekonomskih čimbenika te se donekle slaže s rezultatima ovog istraživanja. Također, osobno zadovoljstvo i razvoj, osobna sloboda i ostvarivanje snova stoje u podlozi autonomije, stoga nije iznenađujuće da su studenti izabrali ove čimbenike kao najvažnije u odluci za pokretanjem poslovanja obzirom da se autonomija u

mnogim istraživanjima smatra glavnom motivacijom za pokretanje vlastitog poslovanja. To je u skladu s istraživanjem kojeg su proveli Moy i suradnici (2001, prema Keat i Ahmad, 2012) gdje su ustanovili glavne motivatore za pokretanje vlastitog posla na uzorku studenata gdje je jedno od važnijih mjesta zauzela i autonomija.

S druge strane, ovim istraživanjem nastojali su se utvrditi i percipirani razlozi zbog kojih se mladi ne bi upustili u pokretanje vlastitog poslovanja. Rezultati su pokazali kako su najčešće prepreke u pokretanju vlastitog poslovanja Nedostatak financijskog kapitala (*M*=3.65) i Nedostatak poslovnih vještina i znanja (*M*=3.13). Ustanovljeno je kako su nedostatak uštođenih financijskih sredstava (*M*=3.80), slabo ekonomsko stanje u državi (*M*=3.66), poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka (*M*=3.64) te nedostatak poduzetničkog iskustva (*M*=3.62) glavni razlozi zbog kojih se studenti ne bi upustili u pokretanje vlastitog poslovanja. Ovi nalazi ukazuju na to kako hrvatski studenti percipiraju važnijim ekonomske, nego psihološke prepreke, što je u skladu s našim očekivanjima kako će studenti važnijim smatrati prepreke ekonomske naravi (H2.4.) Utvrđene su i statistički značajne razlike u poslovnim rizicima, nedostatku vještina i znanja te nedostatku financijskog kapitala između studenata i studentica. Pri tome, kao i prema našim očekivanjima, studentice češće iskazuju poslovne rizike, nedostatak vještina i znanja te nedostatak financijskog kapitala kao prepreke od studenata čime potvrđujemo hipotezu H2.5. Dobiveni rezultati mogu se objasniti različitim preprekama ustanovljenim u istraživanju Shinnar, Giacomin i Janssen (2012) gdje je utvrđeno da ono što žene percipiraju kao prepreku za poduzetništvo je nedostatak podrške, bilo da je riječ o podršci obitelji, financijskoj podršci ili nekom drugom obliku. Druga prepreka jest strah od neuspjeha. Čest je slučaj kako žene osjećaju ovaj oblik straha prilikom započinjanja posla, obzirom na to da se poduzetništvo smatra muškim poslom te ih zbog toga društvo često ne ohrabruje da se upuste u takav pothvat. Također, čest je slučaj da žene osjećaju kako nisu dovoljno kompetentne (Shinnar i sur., 2012). Naime, spolne uloge koje nameće društvo i stereotipi mogu stvoriti kod žena pogrešnu percepciju njih samih te ih obeshrabriti u započinjanju poduzetničkih aktivnosti. Fatoki (2010) je također identificirao čimbenike kao što su nedostatak financijskih sredstava i nedostatak poslovnih vještina kao prepreke poduzetničke namjere studenata u Južnoj Africi. Dobiveni nalazi nisu iznenađujući obzirom da je u Hrvatskoj problematično naći odgovarajuću institucionalnu podršku u obliku državne pomoći ili drugih stručnih savjeta kako bi se pomoglo budućim poduzetnicima. Upravo to ističe i istraživanje Lupić i Bujan (2017) gdje je veliki broj ispitanika izrazio mišljenje da je mladima otežan ulazak u poduzetništvo primarno zbog prikupljanja financijskih sredstava jer ne postoje institucionalne

infrastukture koje su dovoljno razvijene kako bi pomogli u razvoju poduzetništva. Hrvatska, nažalost, obiluje negativnim utjecajima iz okruženja što direktno utječe na pokretanje vlastitog poduzeća, no i na mišljenja mladih o istome. Za Hrvatsku je karakteristično da je zemlja gospodarske i društvene tranzicije, s nedovoljno poticajnim okruženjem, nedostatnim znanjem, iskustvom i bez kontinuirane tradicije u poduzetništvu (Hunjet, Kozina i Milković, 2012). Upravo iz tog razloga, percepcija slabog ekonomskog stanja u državi među mladima nije iznenađujuća. Problemi poput neefikasnosti državne birokracije, poreznog opterećenja, nepovoljnih kreditnih uvjeta, troškova dodatnog obrazovanja, otežanog pristupa financiranju za poduzetničke aktivnosti i korupcije uzrokuju masovni odlazak mladih ljudi iz zemlje čime se koči razvoj poduzetništva te to direktno utječe na gospodarsku situaciju, na način da se ista dodatno pogoršava i zbog toga mladi percipiraju ekonomsko stanje u Hrvatskoj slabim (Cvek, 2017). Nedostatak poduzetničkog iskustva kao percipirana prepreka dobivena u ovom istraživanju u skladu je s istraživanjem Pruetta i suradnika (2009, prema Fatoki, 2014) gdje su iskazali kako je jedna od glavnih prepreka poduzetničkim namjerama studenata bio nedostatak znanja o upravljanju, poslovanju, računovodstvu te ostalim administrativnim temama koje su u podlozi poduzetništva. Također, pokazano je kako su studenti s poduzetničkim iskustvom, bilo to kroz svoj poduzetnički pothvat, obiteljski poslovni pothvat ili prijašnje poslovno iskustvo, skloniji poduzetničkoj karijeri te će izvještavati o većim poduzetničkim namjerama (Ahmed i sur., 2010, prema Fatoki, 2014).

5.3. Korelati i odrednice poduzetničkih namjera

Nadalje, treći problem ovog istraživanja se odnosio na utvrđivanje povezanosti između poduzetničkih namjera studenata i nekih njihovih demografskih obilježja (spol, dob, godina studija), proaktivne ličnosti te percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja. Dobivene korelacije između proaktivne ličnosti i poduzetničkih namjera pokazuju statistički značajnu povezanost ovih varijabli. Ukupan rezultat na mjeri proaktivne ličnosti u umjereno je visokoj pozitivnoj korelaciji s poduzetničkim namjerama (r=.466; p<.01), kao što je i očekivano. Mnoga istraživanja potvrdila su povezanost između proaktivnosti i sklonosti pokretanju vlastitog poslovanja, a sam Crant (1996) je ustanovio visoku povezanost između proaktivne ličnosti i poduzetništva te da je proaktivnost više povezana s pokretanjem i otvaranjem vlastitog posla nego s kupovinom ili nasljeđivanjem već postojećih poduzeća. Utvrđeno je kako je poduzetnik dinamična i proaktivna osoba (Schumpeter, 1934, prema Rado, 2012) te da se proaktivne osobine smatraju glavnim obilježjem poduzetnika (Chell, 2008). Također, u prilog ovom nalazu ide i istraživanje Rauch i Frese (2007, prema Rado, 2012) gdje

su ustanovili kako poduzetnici iskazuju više rezultate na skalama proaktivnosti od menadžera. Nadalje, tri od četiri faktora Upitnika motivatora pokazuju statistički značajnu pozitivnu povezanost s poduzetničkim namjerama. Faktor Osobna autonomija pokazuje najveću povezanost s poduzetničkim namjerama (r=.426; p<.01), a nakon njega slijedi Ekonomski i psihosocijalni kapital (r=.374; p<.01) te Socijalni utjecaji (r=.349; p<.01). Jedino faktor Sigurnost posla nije pokazao statistički značajnu povezanost s poduzetničkim namjerama. U poduzetničkoj literaturi posebno se ističe važnost autonomije kao motivacije za bavljenje poduzetničkim aktivnostima s obzirom da igra važnu ulogu u postavljanju aspiracija i odlučivanju o karijernom putu. Naime, istraživanje je pokazalo da samozaposleni pojedinci uživaju u većoj autonomiji nego ljudi u drugim oblicima zaposlenja (Hundley, 2001; Lange, 2012; Schneck, 2014, prema Baluku, Leonsio, Bantu i Otto, 2019). Zbog toga će potreba za autonomijom vjerojatnije motivirati pojedince da odaberu poduzetništvo kao karijeru. Uz autonomiju, važnost ekonomskog, psihosocijalnog kapitala te socijalnih utjecaja pokazala su i druga istraživanja. Prema Solesviku (2013, prema Nazri, Aroosha i Omar, 2016), mišljenja važnih ljudi kao što su obitelj, prijatelji, učitelji i društvo u cjelini oblikuju poduzetničke namjere osobe. Također, Thanh, Huyen, Linh, Doanh i Nga (2020) su prepoznali kako bi nedostatak socijalnog kapitala poput podrške obitelji i prijatelja mogao postati prepreka poduzetništvu što je ovim istraživanjem i potvrđeno. Ekonomski i psihosocijalni kapital pokazao se uglavnom pod utjecajem ekonomskih i političkih mehanizama koji formiraju mogućnosti i prepreke za poduzetnike (Turker i Selcuk, 2009). Mnoge studije su pokazale kako ekonomsko stanje u državi, pristupačnost financijama, mogućnost pokretanja novih poduzeća, mogućnost poduzetničkog obrazovanja u svrhu stjecanja poduzetničkih znanja i vještina, utječe na poduzetništvo mladih (Nazri i sur., 2016). Poticanje države i obrazovnog sustava važno je za oblikovanje percepcije mladih prema samozapošljavanju. Kao što je očekivano, poduzetnička namjera je statistički negativno povezana sa svim mjerama prepreka. Faktor Poslovni rizici pokazuje najveću negativnu korelaciju s poduzetničkim namjerama (r=-.415; p<.01), nakon njega slijedi Nedostatak poslovnih vještina i znanja (r=-.387; p<.01), zatim Nedostatak financijskog kapitala (r=-.272, p<.01) te Nedostatak socijalne podrške (r=-.269, p<.01). Ovaj nalaz je u skladu s istraživanjima koja su pokazala kako nedostatak državne podrške, veliki troškovi osnivanja tvrtke, strah od neuspjeha, nedostatak početnog kapitala, nemogućnost prepoznavanja poslovne prilike predstavljaju čimbenike koji sprječavaju ili koče pojedinca u procesu pokretanja vlastitog poslovanja (Fatoki, 2014). Također, nedostatak poslovnih znanja i nedostatak socijalne podrške dovedene su u vezu s poduzetničkim namjerama. Naime, ustanovljeno je kako podrška obitelji i prijatelja može biti važan resurs u

poticanju i podržavanju pojedinca u procesu pokretanja vlastitog poslovanja te ako izostaje može se pokazati kao značajni inhibitor poduzetničkih namjera (Molino, Dolce, Cortese i Ghislieri, 2018). Važnost obrazovanja u stjecanju i poboljšanju poslovnih vještina i znanja je prepoznata te je utvrđen i značajan efekt poduzetničkog obrazovanja na poduzetničke namjere. Stoga, možemo zaključiti kako nedostatak poslovnih vještina i znanja može negativno utjecati na poduzetničke namjere u smislu da će studenti iskazivati više percipiranih prepreka te će na kraju i odustati od pokretanja vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010).

Kako bi se provjerio pojedinačni doprinos demografskih varijabli, proaktivne ličnosti, osobne autonomije, sigurnosti posla, ekonomskog i psihosocijalnog kapitala, socijalnih utjecaja, poslovnih rizika, nedostatka poslovnih vještina i znanja te nedostatak socijalne podrške provedena je regresijska analiza kojom je utvrđeno da navedene varijable objašnjavaju 45.5% varijance poduzetničkih namjera za pokretanje vlastitog poslovanja. Značajnim prediktorima pokazali su se Proaktivna ličnost, Osobna autonomija, Socijalni utjecaji, Poslovni rizici te Nedostatak poslovnih vještina i znanja pri čemu Osobna autonomija objašnjava najveći dio varijance poduzetničkih namjera (β=.290; p<.01). Prema podacima iz literature, doprinos proaktivne ličnosti utvrđen je i u drugim istraživanjima. Bateman i Crant (1993) su među prvima definirali proaktivnu ličnost kao dispoziciju koja određuje razlike između ljudi u onoj mjeri u kojoj oni poduzimaju aktivnosti kojima bi utjecali na svoju okolinu i mijenjali je. Faktori motivatora koji utječu na poduzetničke namjere su Osobna autonomija i Socijalni utjecaji što je u skladu s istraživanjem Kim-Soon, Ahmad i Ibrahim (2018) koji su utvrdili kako je socijalna norma, odnosno individualna percepcija važnosti podrške obitelji i prijatelja te cijenjenost pokretanja vlastitog poslovanja od strane drugih bitno utjecala u objašnjenju poduzetničkih namjera. Poslovni rizici i Nedostatak poslovnih vještina i znanja su se pokazala kao dva značajna negativna prediktora, što je očekivano s obzirom na njihove negativne korelacije s poduzetničkim namjerama. Prema postojećoj literaturi utvrđeno je kako su prepreke čimbenici koji sprečavaju poduzetničke namjere te ograničavaju nečiju želju za samozapošljavanjem. Bez obzira na klasifikaciju prepreka, oni se smatraju čimbenicima koji mogu obeshrabriti pojedinca u namjeri za pokretanjem vlastitog poslovanja. Tako je Yusuff (2018) svojim istraživanjem na uzorku diplomanata uočio značajne prepreke poduzetničkim namjerama poput poteškoća u financiranju banaka, nemogućnost razvoja novih poslovnih ideja, strah od rizika, slabo ekonomsko okruženje i poteškoće u pronalaženju klijenata što se sve smatra poslovnim rizicima koji utječu na odluku o pokretanju vlastitog poslovanja. Također, Gorji i Rahimian (2011, prema Thanh i sur., 2020) poduzetničke su prepreke podijelili u tri kategorije. Prvu kategoriju

čine osobne prepreke koje uključuju individualne karakteristike poput nedostatka poslovne ideje, nedostatka vremena, nedostatka hrabrosti, strah od neuspjeha, te obrazovne barijere koje se sastoje od nedostatka poslovnog znanja i vještina te nedostatka kvalifikacija. Druga kategorija čini organizacijske prepreke koje uključuju nedostatak kapitala, nedostatak fizičkih resursa i marketinški problemi. Treće, ekološke prepreke uključuju socijalno-kulturne barijere, pravila i propise. I na kraju, financijska ograničenja ključna su prepreka poduzetništvu. Stoga, ne čudi kako će studenti iskazivati manje poduzetničke namjere ukoliko percipiraju veći nedostatak poslovnih znanja i vještina te više poslovnih rizika.

5.4. Ograničenja istraživanja i daljnje implikacije

Provedeno istraživanje ima nekoliko ograničenja. Treba napomenuti kako je u ovom istraživanju za ispitivanje percipiranih motivatora i prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja korišten instrument konstruiran na južnoafričkom uzorku studenata. Iz tog razloga, trebale bi se u obzir uzeti kulturalne razlike i na temelju njih konstruirati instrument uzimajući u obzir hrvatski uzorak. Također, s obzirom da je poduzetničko ponašanje kompleksni fenomen, da bi ga se dobro opisalo, moraju se uzeti u obzir i druge varijable koje nisu uključene u ovo istraživanje. Dodajući druge potencijalne prediktore može se povećati postotak objašnjene varijance poduzetničkih namjera, stoga se preporuča u budućim istraživanjima uključiti i takve varijable.

S obzirom na manjak sličnih istraživanja, preporuka je da se provede detaljnije i opsežnije istraživanje s Upitnikom motivatora i Upitnikom prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja koje bi bilo poželjno konstruirati na hrvatskom uzorku. Postoji mogućnost da bi se utvrdili drugačiji motivi za pokretanje vlastitog poslovanja od motiva južnoafričkih studenata obzirom na socioekonomske razlike. Ono što bi bilo korisno jest provesti longitudinalna istraživanja gdje bi se pratili studenti s prve godine sve do njihovog diplomiranja i biranja karijernog puta. Takvi nalazi bi nam pružili važniju spoznaju jer bi nam to pružilo jasniji uvid u poduzetničko ponašanje. Potrebno je i napomenuti kako je istraživanje provedeno na uzorku od 364 studenata pri čemu je većina studenata ženskog spola. Stoga bi bilo dobro u budućim istraživanjima pokušati uskladiti omjer studenata sa svakog fakulteta kako bi dobiveni rezultati bili što reprezentativniji.

Ovo je prvo istraživanje na hrvatskom uzorku koje se bavilo temom motivatora i prepreka te bi bilo korisno ispitati i druge varijable koje bi mogle utjecati na percepciju

motivatora i prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja među studentima kako bi se proširila znanja o potencijalnim motivatorima i preprekama za uključivanje u poduzetništvo.

6. Zaključak

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi odnos proaktivnosti, percipiranih motivatora i prepreka za pokretanje vlastitog poslovanja te utvrditi doprinos navedenih varijabli objašnjenju poduzetničkih namjera studenata. Uz to, dodatni cilj rada bio je preliminarno utvrditi valjanost Upitnika motivatora i Upitnika prepreka s kojima su mladi suočeni prilikom osnivanja vlastitog poslovanja i koji utječu na formiranje vlastitog poslovnog pothvata.

Provedenom faktorskom analizom Upitnika motivatora za pokretanje vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010) zadržala su se četiri faktora, a to su: Osobna autonomija, Sigurnost posla, Ekonomski i psihosocijalni kapital te Socijalni utjecaji. Njima se objašnjava ukupno 63.11% varijance manifestnih varijabli. Nadalje, faktorskom analizom Upitnika prepreka u pokretanju vlastitog poslovanja (Fatoki, 2010) zadržala su se, također, četiri faktora kojima se objašnjava 60.71% varijance. To su Poslovni rizici, Nedostatak vještina i znanja, Nedostatak socijalne podrške te Nedostatak financijskog kapitala.

Nizom t-testova provjerene su razlike u poduzetničkim namjerama s obzirom na dob, spol i razinu studija. Rezultati su pokazali kako ne postoji statistički značajna razlika između studenata i studentica u poduzetničkoj namjeri i da postoji statistički značajna razlika u poduzetničkim namjerama s obzirom na dob pri čemu mlađi studenti iskazuju veću poduzetničku namjeru od starijih studenata. Statistički su značajne razlike pronađene i između studenata preddiplomskog i diplomskog studija pri čemu studenti preddiplomskog studija iskazuju veće poduzetničke namjere od studenata diplomskog studija. Nadalje, studenti su procjenjivali osobno zadovoljstvo i razvoj, osiguravanje zarade dovoljne za život, osobnu slobodu te ostvarivanje snova kao najvažnije razloge koji pridonose odluci za pokretanje vlastitog poslovanja, dok su im s druge strane nedostatak ušteđenih financijskih sredstava, slabo ekonomsko stanje u državi, poteškoće u dobivanju potrebnih financijskih potpora banaka te nedostatak poduzetničkog iskustva glavne prepreke poduzetničkim namjerama.

Utvrđeno je postojanje statistički značajne pozitivne korelacije poduzetničkih namjera s proaktivnom ličnosti, percipiranim motivatorima (osobnom autonomijom, ekonomskim i psihosocijalnim kapitalom te socijalnim utjecajima), dok su dob, godina studija i percipirane prepreke za pokretanje vlastitog poslovanja (poslovni rizici, nedostatak vještina i znanja, nedostatak socijalne podrške te nedostatak financijskog kapitala) u značajnoj negativnoj korelaciji s poduzetničkim namjerama.

Regresijskom analizom provjeren je doprinos pojedinih faktora poduzetničkim namjerama studenata. Iz dobivenih rezultata možemo zaključiti da faktori proaktivna ličnost, osobna autonomija, socijalni utjecaji, poslovni rizici te nedostatak poslovnih vještina i znanja objašnjavaju ukupno 45.5% varijance poduzetničkih namjera, a najboljim prediktorom poduzetničkih namjera pokazala se Osobna autonomija.

Sukladno svemu navedenom, očita je potreba za daljnjim istraživanjem na temu motivatora i prepreka koje su u podlozi poduzetničkih namjera te provođenjem različitih edukacija i radionica vezanih uz poduzetništvo kako bi se mlađa populacija informirala o mogućnostima samozapošljavanja te kako bi jednog dana poduzetničke namjere pretvorile u stvarno ponašanje.

7. Literatura

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*, 1-20.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes, 50*, 179-211

Allen, E., Amanda E., Langowitz, N. i Dean, M. (2008). *Global entrepreneurship monitor: 2007 report on women and entrepreneurship*. Wellesley, Massachusetts: The Center for Women's Leadership at Babson College.

Bakker, A. B., Tims, M. i Derks, D. (2012). Proactive personality and job performance: The role of job crafting and work engagement. *Human relations, 65*(10), 1359-1378.

Baluku, M. M., Leonsio, M., Bantu, E. i Otto, K. (2019). The impact of autonomy on the relationship between mentoring and entrepreneurial intentions among youth in Germany, Kenya, and Uganda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *25*(2), 170–192.

Basu, A. i Virick, M. (2008). *Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study*. Pribavljeno 7.8.2020. s adrese http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.483.7035&rep=rep1&type=pdf

Bateman, T. S. i Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of organizational behavior, 14*(2), 103-118.

Cai, Z., Guan, Y. i Jiang, P. (2014). Self-esteem and proactive personality as predictors of future work self and career adaptability: An examination of mediating and moderating processes. *Journal of Vocational Behavior, 86*, 86-94.

Carmelo – Ordaz, C., Dianez – Gonzalez J.P. i Ruiz Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intenion: The mediating role of perceptual factors. *BBQ Business Research Quarterly, 19*, 261 – 277.

Carsrud, A. i Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?. *Journal of Small Business Management, 49*(1), 9-26.

Chen, C. C., Greene, P. G. i Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing, 13*(4), 295-316.

Chipeta, M.E. (2015). Social entrepreneurship intentions among university students in Gauteng. Objavljeni diplomski rad. Južna Afrika: North-West University.

Choo, S. i Wong, M. (2006). Entrepreneurial intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore management review*, *28*(2), 47-64.

Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of small business management, 34*, 42-49.

Cvek, M. (2017). Poduzetništvo mladih u Hrvatskoj, prilike i izazovi. Neobjavljena doktorska disertacija. Pula: Fakultet ekonomije i turizma dr. Mijo Mirković.

Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. New York: Routledge.

Đurđević, H. (2018). Poduzetničke namjere studenata Ekonomskog fakulteta u Splitu. Neobjavljena doktorska disertacija. Split: Ekonomski fakultet.

Elfving, J., Brännback, M. i Carsrud, A. (2009). Toward a contextual model of entrepreneurial intentions. U M. Brännback i A. Carsrud (ur.), *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box* (str. 23-33). New York: Springer.

Europska komisija (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe, Brussels.* Pribavljeno 8.8.2020. s adrese http://ec.europa.eu/invest-in research/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf

Fatoki, O. (2014). Student entrepreneurs on university campus in South Africa: motivations, challenges and entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 5*(16), 100.

Fatoki, O. (2010). Graduate entrepreneurial intention in South Africa: Motivations and obstacles. *International Journal of business and management, 5*(9), 87.

Fayolle, A., Liñán, F. i Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal, 10*(4), 679-689.

Ferreira, A. D. S. M., Loiola, E. i Gondim, S. M. G. (2017). Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: A literature review. *Cadernos Ebape,15*(2), 292-308.

Franco, M., Haase, H. i Lautenschläger, A. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education+ Training, 52*(4), 260-275.

Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K. i Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of economic psychology, 33*(3), 628-641.

Grabovac, M. T. i Milovanović, B. M. (2015). Provjera osnovnih postavki modela poduzetničke orijentacije na hrvatskim poduzetnicima. *Suvremena psihologija*, *18*(1).

Gurbuz, G. i Aykol, S. (2008). Entrepreneurial intentions of young educated public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management, 4*(1), 47-56.

Henley, A. (2007). Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development, 19*(3), 253-280.

Hunjet, A., Kozina, G. i Milković, M. (2012). Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu. *Učenje za poduzetništvo, 2*(2), 103-115.

Jones, K. (2000). Psychodynamics, gender, and reactionary entrepreneurship in metropolitan Sao Paulo, Brazil. *Women in Management Review*, *15*(4), 207-217.

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M. i Mahdei, K. N. (2013). Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 93*, 204-214.

Keat, Y. i Ahmad, S. (2012). A study among university students in business start-ups in Malaysia: Motivations and obstacles to become entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science, 3*(19).

Kim-Soon, N., Ahmad, A. R. i Ibrahim, N. N. (2018). Understanding the motivation that shapes entrepreneurship career intention. U L. Mura (ur.), *Entrepreneurship-development tendencies and empirical approach* (str. 291-308). Slovakia: InTech Open.

Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., i Carsurd, A. L. (2000). Competing models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing 5*(6), 411-432.

Levak, N. (2017). *Poduzetničke namjere studenata Sveučilišta u Rijeci.* Neobjavljena doktorska disertacija. Rijeka: Fakultet društvenih i humanističkih znanosti.

Levesque, M. i Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of business venturing, 21*(2), 177-194.

Lewis, P. (2006). The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship. *Gender, Work & Organization, 13*(5), 453-469.

Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccolla Impresa/Small Business, 3*(1), 11-35.

Lo, C., Sun, H., i Law, K. (2012). Comparing the entrepreneurial intention between female and male engineering students. *JWEE, 1*(2), 28-51.

Lupić, M. i Bujan, I. (2017). Poduzetništvo mladih –prilike i prepreke. *Obrazovanje za poduzetništvo, 7*(1), 63-80.

Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial intentions and entrepreneurial motivation of South African rural university students. *Journal of Economics and Behavioral Studies, 6*(9), 709-726.

Manojlović, D. (2015). *Poduzetništvo mladih u Republici Hrvatskoj*. Neobjavljena doktorska disertacija. Zagreb: Ekonomski fakultet.

McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.

Miljković Krečar, I. (2013). *Predviđanje poduzetničkog ponašanja u okviru Bandurine teorije samoefikasnosti*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet.

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

Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G. i Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *PloS one, 13*(6).

Mueller, S. L. i Thomas, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing, 16*, 51–75.

Nazri, M. A., Aroosha, H. i Omar, N. A. (2016). Examination of Factors Affecting Youths Entrepreneurial Intention: A Cross-Sectional Study. *Information Management and Business Review, 8*(5), 14-24.

Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior, 112*, 311-324.

Neneh, B. N. (2014). An assessment of entrepreneurial intention among university students in Cameroon. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 5*(20), 542.

Opoku-Antwi, G. L., Amofah, K., Nyamaah-Koffuor, K. i Yakubu, A. (2012). Entrepreneurial intention among senior high school students in the Sunyani Municipality. *International Review of Management and Marketing, 2*(4), 210.

Pavić, Ž. (2008). Poduzetništvo mladih i nova ekonomija. *Ekonomski vjesnik, 21*(1-2), 85-93

Pihie, Z. A. L. i Akmaliah, Z. (2009). Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of university students. *European journal of social sciences, 9*(2), 338-349.

Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A. i Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Prieto, L. C. (2011). The influence of proactive personality on social entrepreneurial intentions among African-American and Hispanic undergraduate students: The moderating role of hope. *Academy of Entrepreneurship Journal, 17*(2), 77-96.

Rado, T. (2012). *Ispitivanje poduzetničkih tendencija i sposobnosti kod studenata.* Neobjavljena doktorska disertacija. Osijek: Fakultet društvenih i humanističkih znanosti.

Rae, D. i Woodier, N. (2006). *Graduate Career Choices and Entrepreneurship: Research Report 007/2006.* Birmingham: National Council for Graduate Entrepreneurship.

Rajh, E., Budak, J., Ateljević, J., Davčev, L., Jovanov, T. i Ognjenović, K. (2016). Entrepreneurial intentions in selected Southeast European countries. *Radni materijali EIZ-a*, (9), 5-27.

Ramić, L. (2019). *Čimbenici poduzetničkih sklonosti i poduzetničke namjere kod studenata*. Neobjavljena doktorska disertacija. Zagreb: Katolički fakulet.

Rauch, A., i Frese, M. (2000). Psychological Approaches to Entrepreneurial Success: A General Model and an Overview of Findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology, 15*, 101-142.

Robledo, J. L. R., Arán, M. V., Sanchez, V. M., i Molina, M. Á. R. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. *Intangible capital, 11*(1), 92-117.

Sahinidis, A. G., Giovanis, A. N. i Sdrolias, L. (2012). The role of gender on entrepreneurial intention among students: An empirical test of the theory of planned behaviour in a Greek university. *International Journal on Integrated Information Management, 1*(1), 61-79.

Samuel, Y. A., Ernest, K. i Awuah, J. B. (2013). An assessment of entrepreneurship intention among Sunyani Polytechnic Marketing students. *International Review of Management and Marketing, 3*(1), 37.

Sánchez-Cañizares, S. M. i Fuentes-Garcia, F. J. (2013). Gender And Entrepreneurship: Analysis Of A Young University Population in Spain. *Regional and Sectoral Economic Studies, 13*(1), 65-78.

Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A. i Breitenecker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training, 51*(4), 272-291.

Shinnar, R., Giacomin, O. i Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice, 36*(3),465-493.

Shirokova, G., Osiyevskyy, O. i Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal, 34*(4), 386-399.

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. i Oberman Peterka, S. (2019). *Što čini Hrvatsku (ne)poduzetničkom zemljom? GEM Hrvatska 2018*. Zagreb: CEPOR.

Singh, I. (2014). Role of demographic variables in the formation of entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management, 16*(12), 20-25.

Siropolis, N. C. (1995). Menadžment malog poduzeća. Zagreb: Mate.

Staniewski, M. i Awruk, K. (2015). Motivating factors and barriers in the commencement of one's own business for potential entrepreneurs. *Economic research, 28*(1), 583-592.

Šimić, A. M. (2019). *Analiza stavova i namjera studenata za ulazak u poduzetničke aktivnosti u Republici Hrvatskoj*. Neobjavljena doktorska disertacija. Zagreb: Ekonomski fakultet.

Španiček, K. (2018). *Povezanost poduzetničke motivacije s institucionalnim poticanjem poduzetnika u Hrvatskoj*. Neobjavljena doktorska disertacija. Zagreb: Fakultet organizacije i informatike.

Thanh, L., Hau, D., Huyen, N., Linh, N., Doanh, D. i Nga, N. (2020). The effects of internal and external barriers on Vietnamese students' entrepreneurial intention. *Management Science Letters, 10*(2), 381-390.

Tkalec, Z. (2011). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Učenje za poduzetništvo, 1*, 35-43.

Tolentino, L. R., Garcia, P. R. J. M., Lu, V. N., Restubog, S. L. D., Bordia, P. i Plewa, C. (2013). Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism. *Journal of Vocational Behavior, 84*(1), 39-48.

Turker, D. i Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training, 33*(2), 142-159.

Van der Sluis, J., Van Praag, M. i Vijverberg, W. (2005). Entrepreneurship selection and performance: A meta-analysis of the impact of education in developing economies. *The World Bank Economic Review, 19*(2), 225-261.

Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. i Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International, 13*(6), 538-559.

Wang, C. K., & Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation, 24*(2), 163-172.

Yaghmaei, O. i Ghasemi, I. (2015). Effects of influential factors on entrepreneurial intention of postgraduate students in Malaysia. *International Letters of Social and Humanistic Sciences, 51*, 115-124.

Yusuff, M. A. (2018). Entrepreneurship Education and Self-Employment in Nigeria: Evaluation of Perceived Barriers to Actualization. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8*(12), 2160-2174.

Zhang, Z., Zyphur, M. J., Narayanan, J., Arvey, R. D., Chaturvedi, S., Avolio, B. J. i Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 110*(2), 93-107.

8. Prilozi

Prilog 1. Frekvencije i postoci sudionika po fakultetu/studiju.

Fakultet/studij	*f*	%
Agronomski fakultet	15	4.12
Algebra	1	0.27
Dentalna medicina	1	0.27
EBUS	1	0.27
Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet	5	1.37
Ekonomski fakultet	116	31.87
Fakultet hrvatskih studija	30	8.24
Fakultet hrvatskih studija - psihologija	8	2.20
Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije	2	0.55
Fakultet organizacije i informatike Varaždin	1	0.27
Fakultet političkih znanosti	4	1.10
Fakultet prometnih znanosti	2	0.55
FER	3	0.82
Filozofski fakultet	21	5.77
Geodetski fakultet	1	0.27
Građevinski fakultet	4	1.10
Grafički fakultet	2	0.55
HKS	4	1.10
Libertas	4	1.10
Medicinski fakultet	9	2.45
Metalurški fakultet	1	0.27
Odjel za biotehnologiju	1	0.27
Prehrambeno-biotehnološki fakultet	6	1.65
Prirodoslovno-matematički fakultet	2	0.55
Pomorski fakultet	1	0.27
Poslovno veleučilište Zagreb	5	1.37
Pravni fakultet	9	2.45
RIT	3	0.82
Rudarsko-geološko-naftni fakultet	1	0.27
Stomatologija	1	0.27
Strojarstvo	7	1.92
Tehničko veleučilište Zagreb	3	0.82
Učiteljski fakultet	20	5.49
Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću	3	0.82
Veleučilište u Karlovcu	1	0.27
Veleučilište u Rijeci	2	0.55
Veleučilište u Šibeniku	38	10.44
Veleučilište Velika Gorica	1	0.27
VERN	10	2.75
Visoka škola Virovitica	1	0.27
Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta	2	0.55
Zdravstveno veleučilište	4	1.10
FSB 3. god i EFST 1. god poslovne ekonomije	1	0.27
Menadžment	1	0.27
Psihologija	1	0.27

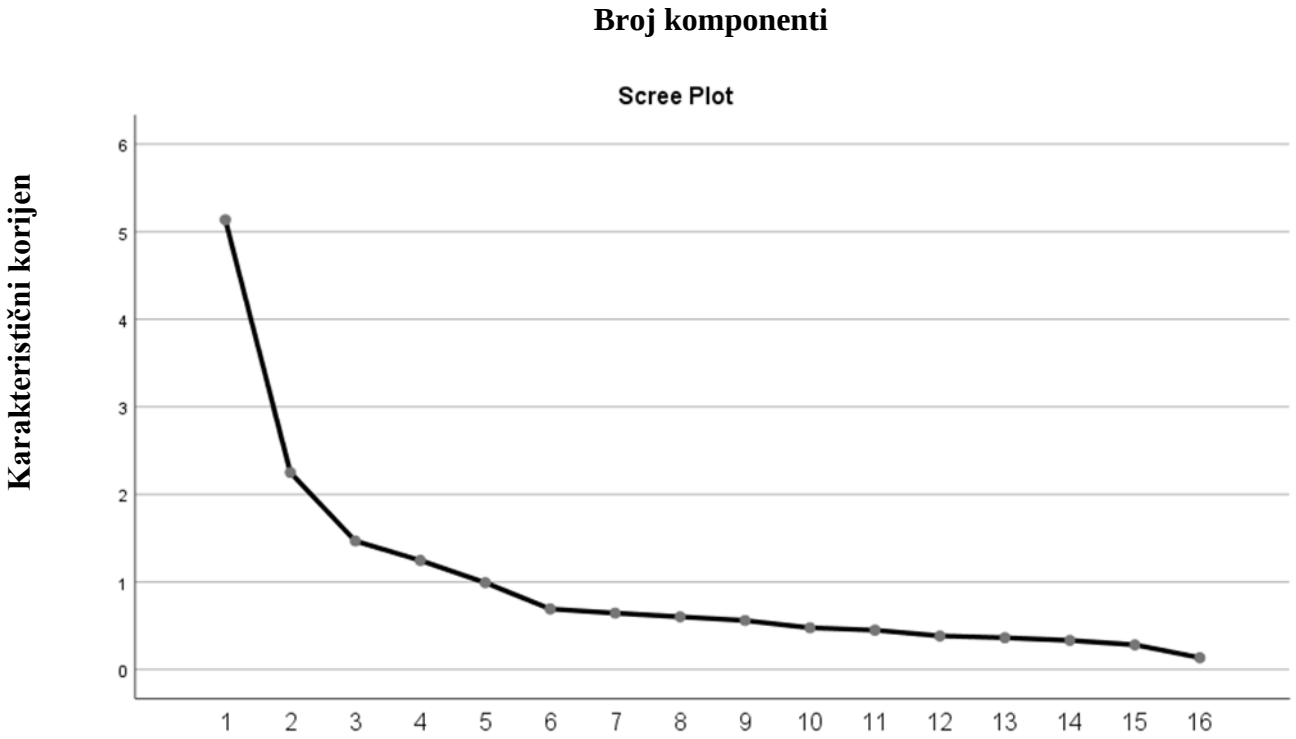
Računovodstvo i financije	1	0.27
Sveučilište u Zadru	1	0.27
Turistički menadžment	2	0.55
Turizam i komunikacijske znanosti	1	0.27

Prilog 2. Faktorska struktura s izbačenim česticama Upitnika motivatora nakon Varimax rotacije

	1	2	3	4	5
Da si osiguram zaposlenje	.886	.095	-.015	.129	-.014
Da si osiguram siguran posao	.904	.017	.004	.142	.023
Vidim prilike na tržištu rada	.519	.481	.224	.058	.097
Da si osiguram zaradu dovoljnu za život	.792	.039	.107	.265	.108
Zato što tako mogu iskoristiti svoje kreativne potencijale	.114	.815	.193	.074	-.033
Zato što postoje odgovarajući poticaji za poduzetnike	.432	.356	.452	-.051	.050
Zbog mog osobnog zadovoljstva i razvoja	.053	.734	.080	.323	.221
Da budem sam svoj šef	.295	.136	.172	.737	.118
Da ostvarim svoje snove	.008	.689	.082	.470	.162
Zbog moje osobne slobode	.224	.242	.107	.793	.055
Da vidim da li ja to mogu	.096	.328	.405	.401	.237
Ekonomsko stanje u državi mi to omogućuje	.027	.064	.728	.033	.042
Jer volim riskirati	-.135	.061	.678	.352	.154
Da investiram ono što sam uštedio/uštedjela	.095	.086	.683	.240	.214
Da upotrijebim ono što sam naučio/la na studiju	.240	.302	.537	-.141	.219
Jer u mojoj obitelji postoji poduzetnička kultura	-.077	.060	.241	-.071	.725
Da povećam svoj prestiž i status	.106	.066	.196	.321	.660
Da slijedim primjer nekoga kome se divim	.051	.106	.068	.128	.828
Kako bih uzdržavao/la svoju obitelj	.435	.147	.042	.148	.495
Da uživam	.184	.388	.088	.493	.312

Napomena. Masnim tiskom otisnute su izbačene čestice.

Prilog 3. Prikaz karakterističnih korijena ekstrahiranih varijabli Upitnika motivatora



Prilog 4. Prikaz karakterističnih korijena ekstrahiranih varijabli Upitnika prepreka

