

## **Dr. sc. Bojan Morić Milovanović**

Docent  
Fakultet međunarodnog poslovanja i ekonomije  
DIU LIBERTAS Međunarodno sveučilište  
E-mail: bmoric@libertas.hr

## **Tomislav Krišto, bacc. oec.**

Vlasnik i direktor  
Prisoje j.d.o.o.  
Poduzeće za edukaciju i usavršavanje studenata  
E-mail: tomislav@referada.hr

## **Stjepan Srhoj, mag. oec.**

Službenik za programe i vezu  
Regionalni centar za razvoj poduzetničkih kompetencija za zemlje Jugoistočne Europe (SEECEL)  
E-mail: stjepan.srhoj@seecel.hr

# **ŠTO RAZLIKUJE STUDENTE S PODUZETNIČKIM NAMJERAMA? ANALIZA EMPIRIJSKOG MODELA ODREDNICA PODUZETNIČKIH NAMJERA MEĐU STUDENTIMA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU**

UDK / UDC: 65.012.4-057.875

JEL klasifikacija / JEL classification: J23, L26

Prethodno priopćenje / Preliminary communication

Primljeno / Received: 18. siječnja 2015. / January 18, 2015

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 1. lipnja 2015. / June 1, 2015

## ***Sažetak***

*Svrha ovog rada je ispitati razlike u izabranim psihološko-motivacijskim konstruktima između studenata s dugoročnom poduzetničkom namjerom i onih studenata bez takve namjere. Podaci su prikupljeni koristeći se anketnim upitnikom kojeg su ispunili studenti četvrte godine preddiplomskog studija Ekonomskog i Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Konstrukti obuhvaćeni ovim istraživanjem uključuju lokus kontrole, poduzetničku samoeфикаsnost, motiv samostalnosti i motiv inovativnosti. Rezultati otkrivaju da motiv samostalnosti i poduzetnička samoeфикаsnost značajno i pozitivno utječu na oblikovanje dugoročne namjere studenata prema ulasku u poslovni poduhvat. Buduća*

*istraživanja mogla bi obuhvatiti dodatne konstrukte koji bi se mogli istražiti unutar šireg modela poduzetničkih namjera u Republici Hrvatskoj.*

***Ključne riječi: poduzetnička samoeфикаsnost; motiv inovativnosti; motiv samostalnosti; poduzetničke namjere***

## 1. UVOD

Mala i srednja poduzeća predstavljaju važan čimbenik gospodarskoga razvoja. Trendovi na makroekonomskoj razini u svijetu pokazuju da novoosnovana poduzeća značajno pridonose stvaranju novih radnih mjesta, inovacijama i ekonomskom rastu. Ona igraju ključnu ulogu u gospodarskom rastu zemlje na način da smanjuju nezaposlenost, te promiču inovativnost i fleksibilnost unutar gospodarstva zahvaljujući njihovoj sposobnosti da se izrazito brzo prilagođavaju tržišnim promjenama. Međutim, pored njihovih dinamičnih sposobnosti, ona posjeduju i stanovita ograničenja glede investicijskih kapaciteta, raspoloživosti resursa, manjka informacija potrebnih za identifikaciju tržišnih prilika, te disekonomija razmjera. Različite nacionalne i europske strategije ističu važnost poduzetništva za ekonomiju i društvo u cjelini (MINPO, 2013; Europska Komisija, 2013). Neki od razloga isticanja važnosti poduzetništva su i smanjene prilike za zapošljavanje u korporacijama i javnom sektoru (Carree i Thurik, 2003), što je posebice vidljivo u europskim postsocijalističkim državama (Europska Komisija, 2010).

Prema Europskoj Komisiji (2010) Republika Hrvatska (RH) se spominje kao primjer zemlje koja je odigrala pozitivnu ulogu u stvaranju poduzetničke klime, međutim prema EUROSTAT-u RH je treća zemlja u Europskoj Uniji (EU) po razini nezaposlenosti (17,6%), kao i treća zemlja prema nezaposlenosti mladih (49,9% mladih od 25 godina), pri čemu su jedino Grčka i Španjolska države s višim razinama nezaposlenosti. Iz spomenutog je teško govoriti o značajnijoj ulozi države u kreiranju poduzetničke klime te poticanju samozapošljavanje kroz programe razvoja i poticanja malog gospodarstva. Europska Komisija (EK) je početkom 2013. godine, kao nastavak Osvrta na Zakon o malom gospodarstvu za EU iz travnja 2011., objavila dokument „*Entrepreneurship 2020 Action Plan: Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*“, pri čemu dokument upozorava na značaj poduzetništva i navodi: „*kako bi vratili Europu gospodarskom rastu i višim razinama zaposlenosti, Europa treba više poduzetnika*“ (str. 3), te kako je „*ulaganje u poduzetničko obrazovanje jedno od najviših povrata na investicije koje Europa može poduzeti*“ (str. 5), pritom ističući da sveučilišta diljem Europe trebaju značajnije poticati poduzetništvo.

Ključna odrednica suvremenih sveučilišta je poduzetničko obrazovanje, koje predstavlja cijeli niz aktivnosti obrazovanja i usavršavanja s ciljem poticanja namjera za sudjelovanjem u poduzetničkim aktivnostima, tj. djelovanjem na

određene odrednice koji utječu na namjeru, kao što je poslovno znanje, poželjnost ulaska u poslovni poduhvat ili njegova izvodljivost (Linan, 2004). Iz svega prethodno spomenutog, ovaj istraživački rad usmjeren je ka proučavanju sve značajnije tematike unutar suvremene akademske zajednice – oblikovanju poduzetničkih namjera kod studenata.

## 2. PODUZETNIČKE NAMJERE

Znanstvenici smatraju da je poduzetnička aktivnost zapravo planirana aktivnost, pa shodno tome podrazumijeva namjeru. Namjere pružaju vrijedan i nepristran prediktor aktivnosti, pogotovo kada je u pitanju ponašanje koje je rijetko, teško za promatrati, ili uključuje neplanirane vremenske razmake (Bagozzi, Baumgartner i Yi, 1989; Kruger i sur., 2000). Također, namjere služe kao važna medijatorna varijabla između različitih potencijalnih egzogenih utjecaja i poduzetničke aktivnosti (Kruger i sur., 2000). Međutim, ako namjere predviđaju ponašanje, pitanje koje se nameće jest što predviđa namjere. Empirijski dokazi (Kruger, Reilly i Carsrud, 2000) naznačuju da se većina ponašanja rijetko može predvidjeti samo stavovima, kao ni situacijskim (npr. status zaposlenja ili dostupnost informacija) ili individualnim egzogenim varijablama (npr. demografskim karakteristikama ili osobinama ličnosti). Iako postoje različiti pristupi proučavanju poduzetničkih namjera, dva najčešće korištena su teorija planiranog ponašanja<sup>1</sup> (Ajzen, 1991) i model poduzetničkog događaja<sup>2</sup> (Shapero, 1982).

Ovo istraživanje se nadovezuje na široko rasprostranjenu teoriju planiranog ponašanja. Prema Ajzenu (1991) namjere se oblikuju kao rezultat tri čimbenika: stavova prema određenom ponašanju, društvenim normama i opaženoj bihevioralnoj kontroli. Stavovi prema ponašanju povezuju ponašanje s određenim ishodom ili nekom drugom značajkom, kao što je trošak ili korist koji nastaju zbog određenog ponašanja. Prema tome, stavovi prema ponašanju su određeni temeljnim uvjerenjima o vjerojatnosti ishoda tog ponašanja te odražavaju pozitivnu ili negativnu procjenu tog ishoda (Armitage i Conner, 2001). S druge strane, društvene norme kao čimbenik teorije planiranog ponašanja uključuju očekivanja od pojedincu važnih osoba kao i volju pojedinca da se konformira tim očekivanjima (Ajzen i Fishbein, 1975). Treći konstrukt, opažena bihevioralna kontrola predstavlja percepciju pojedinaca o lakoći ili

<sup>1</sup> Teorija planiranog ponašanja (engl. *Theory of Planned Behavior*) u psihologiji predstavlja teoriju o poveznosti između uvjerenja i ponašanja. Teorija planiranog ponašanja zagovara da stavovi prema ponašanju, društvene norme i opažena bihevioralna kontrola, zajedno oblikuju namjeru pojedinca prema određenom ponašanju i kao rezultat toga samo ponašanje.

<sup>2</sup> Model poduzetničkog događaja (engl. *Entrepreneurial Event Model*) promatra stvaranje poduzeća kao događaj. Prema ovom modelu osobni odabir pojedinca za pokretanje poduzeća ovisi o tri elementa, percipiranoj poželjnosti, sklonosti djelovanju i percepciji izvedivosti.

teškoći kojom mogu obaviti određeno ponašanje (Ajzen, 1991). Ovo istraživanje dalje se temelji na dva dijela spomenute teorije, točnije stavovima prema određenom ponašanju i opaženoj bihevioralnoj kontroli.

Mnogi istraživači ističu potrebu da je prilikom promatranja opažene bihevioralne kontrole potrebno uzeti u obzir i koncepte kao što su lokus kontrole i samoeфикаsnost (Ajzen, 2002; Zellweger, Sieger i Halter, 2011). Lokus kontrole se odnosi na uvjerenje osobe u kojoj su mjeri ishodi aktivnosti pod njenim utjecajem pa je stoga moguće razlikovati internalni i eksternalni lokus kontrole (Rotter, 1966), pri čemu na lokus kontrole mogu utjecati životna očekivanja (Dyal, 1984). S druge strane, samoeфикаsnost predstavlja prosudbu pojedinca o njegovoj sposobnosti ostvarenja određene razine izvedbe željenog ishoda (Bandura, 1986). Prema Banduri (1986) i Gistu (1987) pojedinci postepeno akumuliraju svoju samoeфикаsnost kroz prijašnja kognitivna, društvena i fizička iskustva, pri čemu na samoeфикаsnost može utjecati određeni prijašnji učinak (Chen i sur., 1998).

Iako su oba koncepta kognitivna i imaju osnovu u kontroli, postoje dvije važne razlike. Prvo, internalni naspram eksternalnog lokusa kontrole je generalizirani konstrukt koji pokriva široki raspon situacija. Dok se samoeфикаsnost uglavnom smatra specifična zadatku (npr. pozicioniranje novog proizvoda) ili području (npr. pokretanje vlastitog poduzeća) određene razine stručnosti (Gist, 1987). Moguće je da pojedinci općenito posjeduju snažan internalni lokus kontrole, ali vjeruju kako posjeduju nisku razinu vještina u određenim područjima, što bi vodilo niskoj opaženoj eфикаsnosti na relevantnim zadacima (Bandura, 1977). Druga razlika je da lokus kontrole, koji je mjeran Rotterovom I-E<sup>3</sup> skalom, uključuje očekivanja o ishodima, dok se samoeфикаsnost jedino bavi bihevioralnom kontrolom.

Teorija planiranog ponašanja pretpostavlja da ukoliko će uvjerenje pojedinca o ishodu aktivnosti (npr. pokretanje poduzeća) zadovoljavati specifični motiv pojedinca (npr. samostalnost) u konačnici će uz više razine odgovarajućeg motiva biti i pozitivnija procjena prema izvođenju aktivnosti. Stoga, specifični motiv pojedinca vodit će pozitivnijim stavovima prema ponašanju, te u konačnici do izraženije namjere prema stvarnoj aktivnosti ponašanja. Uz potrebu za odobravanjem, financijskim uspjehom i željom slijeđenja uzora, samostalnost i inovativnost su predloženi kao dva visoko diskriminirajuća motiva pri odabiru karijere (Zellweger i sur., 2011). Motiv samostalnosti opisuje želju pojedinca za slobodom, kontrolom i fleksibilnošću (Smith i Miner, 1983; Schein, 1978), a motiv inovativnosti se opisuje kao namjera pojedinca za ostvarenjem nečeg novog (Carter i sur., 2003). Iz svega spomenutog, ovo istraživanje ima za cilj na uzorku studenata dvije sastavnice Sveučilišta u Zagrebu analizirati utjecaj konstrukata lokusa kontrole, samoeфикаsnosti, motiva samostalnosti i motiva inovativnosti na namjere prema poduzetničkoj aktivnosti.

---

<sup>3</sup> Lokus kontrole je najčešće operacionaliziran Rotterovom I-E skalom, koja mjeri percepciju pretežito unutarnje (internalne) ili vanjske (eksternalne) kontrole.

## 2.1. Lokus kontrole kao odrednica poduzetničkih namjera

Konstrukt lokusa kontrole razvijen je u sklopu Rotterove teorije socijalnoga učenja koja je integrirala biheviorističke S-R teorije potkrepe s kognitivnom teorijom polja, a pritom je podjednaka važnost dodijeljena varijablama koje se odnose na individualne razlike i situacijskim parametrima (Knezović, 1981; prema Zarevski, Marušić i Vranić, 2002). Među brojnim osobnim konstruktima u literaturi socijalne psihologije, lokus kontrole je među najčešće istraživanim i ima veliku prediktivnu vrijednost (Bradley i Sparks, 2002). Spector (1982) zaključuje da su pojedinci motiviraniji za rad, ulažu više napora i postižu bolje radne rezultate ako imaju internalni lokus kontrole, međutim samo ukoliko će taj napor rezultirati određenom nagradom. Nelson (1991) je utvrdio da žene poduzetnice imaju značajno veći internalni lokus kontrole naspram žena u generalnoj populaciji. U ispitivanju studenata ekonomskih fakulteta, Borland (1975) je u svojem istraživanju dokazao da studenti koji žele ući u poslovni poduhvat imaju snažniji internalni lokus kontrole u odnosu prema ostalim studentima, kao i u odnosu prema već formiranim poduzetnicima (Cromie i Johns, 1983). Bakotić i Kružić (2010) u svojem su modelu naveli važnost lokusa kontrole u oblikovanju namjera prema poduzetničkoj karijeri. Koncept lokusa kontrole nastavlja primati pažnju znanstvenika u području poduzetništva, jer se smatra važnim u motivaciji pojedinca kao i namjeri pokretanja novog poduzeća (Shane, Locke i Collins, 2003). Stoga ne čudi da je lokus kontrole uključen i u oblikovanje poduzetničkih namjera (Monsen i sur., 2010; Krueger, 2009; Monsen i Urbig, 2009), proces pokretanja poduzeća (Korunka i sur., 2003; Keh, Foo i Lim, 2002; Herron i Sapienza, 1992) i motivaciji za poduzetničkim ponašanjem (Mueller i Thomas, 2001).

## 2.2. Poduzetnička samoefikasnost kao odrednica poduzetničkih namjera

Konstrukt samoefikasnosti središnji je koncept socio-kognitivne teorije, koju je 1977. godine predstavio Alberto Bandura. Za efikasno i uspješno izvođenje određenog zadatka važno je i uvjerenje da će se određeni zadatak uspješno izvršiti, odnosno važan je subjektivni doživljaj vlastite kompetentnosti koji se prema Banduri (1997) naziva samoefikasnost. Odnosno, samoefikasnost predstavlja subjektivnu procjenu vlastitih vještina, znanja i sposobnosti u određenoj situaciji (Bandura, 1997). Isti autor ističe da samoefikasnost regulira ljudsko funkcioniranje na tri načina: kognitivno, motivacijski te preko raspoloženja i emocija. Kognitivni utjecaj ogleda se u višim razinama aspiracija kojeg posjeduju osobe s višom percepcijom samoefikasnosti. Motivacijski utjecaj označuje više razine motiviranosti zbog vjerovanja u svoje sposobnosti glede zadatka. Raspoloženja i emocije imaju utjecaj na ljudsko funkcioniranje, jer prema Banduri razine depresivnosti i stresa ovise o razini sposobnosti pojedinca koju ti isti pojedinci percipiraju, pri čemu predlaže da će pojedinci s niskom

razinom samoefikasnosti izbjegavati teške zadatke, dok će pojedinci s visokom razinom samoefikasnosti doživljavati teške zadatke kao izazove koje trebaju savladati.

Definirajući poduzetničku samoefikasnost, može se reći da ona predstavlja percepciju pojedinca o posjedovanju sposobnosti koje mogu modificirati osobna uvjerenja u vjerojatnost uspješnog izvođenja zadataka potrebnih da bi se poslovni poduhvat uspješno inicirao i održivo vodio (Bandura, 1986). Konkretnije, poduzetnička samoefikasnost definira se kao stupanj do kojeg pojedinac vjeruje da je on ili ona sposobna uspješno pokrenuti novo poduzeće. Lent i suradnici (1994) pronašli su da je samoefikasnost značajno povezana sa smjerovima karijere, ciljevima karijere i radnog učinka. Rezultati istraživanja kojeg su proveli Zhao, Seibert i Hill (2005) pokazuju da pojedinci koji imaju visoku poduzetničku samoefikasnost direktnije odabiru karijeru poduzetnika. Jakopec, Sušanj i Miljković Krečar (2013) u svojem istraživanju upozoravaju na medijski utjecaj poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva unutar odnosa samoprocjene poduzetničkih potencijala i sklonosti te poduzetničke namjere, pri čemu je snaga medijskog efekta moderirana pripadnošću grupi studijskog usmjerenja. Također, medijski utjecaj poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva značajno je bio izražen među studentima ekonomskog usmjerenja. Dabić i sur. (2012) na velikom uzorku studenata u deset zemalja utvrdili su da studenti s namjerom pokretanja poduzeća pokazuju više razine samoefikasnosti naspram studentica s istim namjerama. Međutim, isti autori pronašli su značajnu razliku u visini percipirane samoefikasnosti nakon usporedbe studentica s namjerom pokretanja poduzeća i onih studentica koje nemaju spomenutu namjeru, konkretnije, studentice s namjerom pokretanje poduzeća imale su znatno višu razinu samoefikasnosti naspram kolegica koje nisu iskazale namjeru pokretanje poduzeća. Važnost poduzetničke samoefikasnosti utvrdili su Dewi Astuti i Martdianty (2012) na uzorku šest sveučilišta, gdje su dokazali da studenti koji se percipiraju ustrajnim, kreativnim, poduzetnički budnim i poduzetnički samoefikasnim imaju i višu namjeru prema ulasku u poslovni poduhvat.

### **2.3. Motiv samostalnosti kao odrednica poduzetničkih namjera**

Uobičajeno se poduzetnička motivacija istraživala unutar tri kategorije. Prva kategorija istraživanja odnosi se na razloge koje pojedinci zastupaju pri objašnjavanju zašto su krenuli u poduzetničke vode, druga na troškove i koristi odluke o pokretanju poduzeća, dok se treća kategorija odnosi na duboke psihološke motive (Hessels, van Gelderen i Thurik, 2008).

Prva se kategorija dijeli na tzv. *“push”* naspram *“pull”* poduzetništvo (Amit i Muller, 1994), a vrlo sličan koncept koristi i *Global Entrepreneurship Monitor*, koji tu razliku opisuje kao poduzetništvo iz uočene prilike i poduzetništvo iz nužde (Reynolds i sur., 2002). Temeljna razlika *“push”* naspram *“pull”* poduzetništva očituje se u dobrovoljnosti ulaska u poslovni poduhvat,

odnosno stupnja do kojeg je pojedinac bio primoran ući i pokrenuti vlastito poduzeće (Dawson i Henley, 2012). Na taj se način situacije u kojima je pojedinac ostao bez posla te shodno tome bio primoran pokrenuti poduzeće klasificiraju kao *“push”* poduzetništvo, a situacije u kojima je pojedinac dobrovoljno ušao u poslovni poduhvat nazivaju *“pull”* poduzetništvo. Smatra se da poduzetnici iz uočene prilike općenito kreću u profitabilnije poslove (Block i Wagner, 2010). Karakteristika ovih vrsta istraživanja je u tome što su to *ex post* istraživanja o razlozima pokretanja poduzeća, pa su kao takva manje primjenjiva na istraživanja o poduzetničkim namjerama studenata koja istražuju *ex ante* razloge poduzetničke motivacije.

Druga kategorija istraživanja o poduzetničkim motivacijama polazi od pretpostavke da će pojedinci izabrati samozaposlenost kao put u karijeri ako korist koja proizlazi iz tog odabira prelazi korist koja proizlazi iz zaposlenja u već postojećoj organizaciji (Eisenhauer, 1995; Douglas i Shepherd, 2000). Dakle, odluka o ulasku u poslovni poduhvat veže se uz korist odabira te odluke, pri čemu su Douglas i Shepherd (2002) identificirali da će pojedinci s izraženijom samostalnošću vjerojatnije pokrenuti vlastito poduzeće. Motiv samostalnosti veže se uz želju da pojedinac bude „sam svoj šef“ ili da ima autonomiju u odlučivanju. Nadalje, motiv samostalnosti opisuje se i kao želja pojedinca za slobodom, kontrolom i fleksibilnošću (Schein, 1978; Smith i Miner, 1983; Zellweger i sur., 2011).

McClelland (1962) je u svojem pionirskom istraživanju istaknuo da glavni motiv poduzetnika nije isključivo vlastiti interes i potraga za profitom, već snažna želja za samoostvarenjem i dobrim obavljanjem posla. Prema njemu, profit je samo jedna od brojnih mjera kvalitete obavljenog posla, ali ne i smisao sama po sebi. Mancuso (1974) je prepoznao primarnu motivaciju poduzetnika za pokretanjem poduzeća kao potrebu za samostalnosti, te smatra da poduzetnik ima poteškoće slušati tuđe naredbe, pa zbog toga traži vlastito zaposlenje u tzv. obliku *„biti sam svoj šef“*. Također su u svom istraživanju Corman i suradnici (1988) utvrdili da je samostalnost primarni motiv u stvaranju inovativnih poduzeća.

## 2.4. Motiv inovativnosti kao odrednica poduzetničkih namjera

Inovativnost se promatra kao osnovna karakteristika poduzetništva i poduzetničke orijentacije te se veže uz pojam stvaranja nečeg novog i zadovoljstva stvorenim (Morić Milovanović, 2012). Schumpeter (1934) ističe kako će zbog više razine energije koja je potrebna za obavljanje inovativnih zadataka sama priroda inovativnog zadatka biti izazovnija za planirati i razumjeti naspram tradicionalne i ustaljene aktivnosti. Fitzsimmons i Douglas (2005) ističu kako preuzimanje odgovornosti nad poslom/zadatkom pruža pojedincu značajnu korisnost glede potreba za samoostvarenjem, društvenim priznanjem, percipiranim ili zamišljenim statusom vlasništva, ponosa što mogu sebe prikazati kao vlasnika/menadžera, itd. Hmieleski i Corbett (2006) pronašli su da je sklonost improviziranju i inoviranju snažno povezana s poduzetničkom namjerom. U ovom radu se kao i u nekim drugima (npr. Carter i sur., 2003; Zellweger i sur.,

2011) motiv inovativnosti opisuje kao namjera pojedinca da ostvari nešto novo. Kako su budući poduzetnici neprestano primorani tražiti adekvatne odgovore i rješenja na probleme i prijetnje u poslovnom okruženju, može se tvrditi kako će pojedinci s izraženijim motivom inovativnosti biti skloniji odabiru poduzetničke karijere.

Gurol i Atsan (2006) na uzorku 400 studenata s dva turska sveučilišta utvrdili su da studenti s poduzetničkom namjerom imaju izraženiju sklonost poduzimanju rizika, interniji lokus kontrole, višu potrebu za samostalnošću i višu inovativnost naspram studenata bez poduzetničke namjere. Zellweger i suradnici (2011) u svojem su istraživanju na uzorku 5363 studenta s obiteljskom poduzetničkom pozadinom promatrali motive samostalnosti i inovativnosti i namjere odabira između više smjerova karijere, i to otvaranja vlastitog poduzeća, nasljeđivanja obiteljskog poduzeća ili zaposlenja u organizaciji. Autori su pronašli povezanost između motiva samostalnosti i odabira karijere kao i djelomičnu povezanost motiva inovativnosti s odabirom karijere. U spomenutom istraživanju, najviše razine motiva samostalnosti vode do namjere pokretanja poduzeća, srednje razine motiva samostalnosti vode do namjere nasljeđivanja obiteljskog poduzeća, a niže razine do zaposlenja u organizaciji. S druge strane, rezultati nalažu da je visoka razina motiva inovativnosti povezana s namjerom pokretanja poduzeća, dok povezanost srednje i niže razine motiva inovativnosti s nasljeđivanjem poduzeća i zaposlenja u organizaciji nije pronađena. Zaključno, motiv samostalnosti i motiv inovativnosti prepoznati su kao odrednice poduzetničke namjere.

### **3. PROBLEM ISTRAŽIVANJA**

Stavljanjem u dugoročni vremenski kontekst, cilj ovog istraživanja je na uzorku studenata dvije sastavnice Sveučilišta u Zagrebu ispitati razlike između studentske populacije koja planira po završetku studija krenuti u poduzetnički poduhvat i studentske populacije koja se planira zaposliti u organizaciji. Dugoročne namjere, odnosno dugoročni kontekst podrazumijeva vremenski interval od pet do deset godina nakon završetka fakulteta, te je stoga dugoročna poduzetnička namjera zavisna varijabla u ispitanom modelu. Model sadrži sljedeće nezavisne prediktore: a) lokus kontrole, b) poduzetničku samoefikasnost, c) motiv samostalnosti i d) motiv inovativnosti. Prema opisanom modelu u tablici 1. navedeni su ciljevi istraživanja i pripadajuće hipoteze.



Tablica 1.

## Ciljevi i hipoteze modela poduzetničkih namjera

C1	Ispitati razlike u lokusu kontrole između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i studenata koji nemaju izražene poduzetničke namjere
H1	<b>Postoji statistički značajna razlika u lokusu kontrole između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i onih koji nemaju izražene poduzetničke namjere</b>
C2	Ispitati razlike u poduzetničkoj samoeфикаsnosti studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i studenata koji nemaju izražene poduzetničke namjere
H2	<b>Postoji statistički značajna razlika u poduzetničkoj samoeфикаsnosti između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i onih koji nemaju izražene poduzetničke namjere</b>
C3	Ispitati razlike u motivu samostalnosti između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i studenata koji nemaju izražene poduzetničke namjere
H3	<b>Postoji statistički značajna razlika u motivu samostalnosti između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i onih koji nemaju izražene poduzetničke namjere</b>
C4	Ispitati razlike u motivu inovativnosti između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i studenata koji nemaju izražene poduzetničke namjere
H4	<b>Postoji statistički značajna razlika u motivu inovativnosti između studenata s dugoročnim poduzetničkim namjerama i onih koji nemaju izražene poduzetničke namjere</b>

## 4. METODA ISTRAŽIVANJA

### 4.1. Sudionici istraživanja

U istraživanju je sudjelovalo 271 studenata četvrte godine preddiplomskog studija Ekonomskog fakulteta u Zagrebu (n=186) i Filozofskog fakulteta u Zagrebu (n=85). Prosječna dob ispitanika u uzorku iznosi 22 godine, a prema rodnoj klasifikaciji uzorak se sastoji od 76 muških ispitanika (28 %) i 195 ženskih ispitanika (72 %). Nakon obrade uzorka studenti su međusobno

uspoređeni prema sljedećim konstruktima: lokusu kontrole, poduzetničkoj samoefikasnosti, motivu samostalnosti i motivu inovativnosti. Rezultati obrade pokazali su brojne razlike između studenata koji planiraju ući u poduzetnički poduhvat i onih studenata koji nemaju te namjere.

## 4.2. Operacionalizacija mjernih varijabli

Prilikom operacionalizacije zavisne varijable podijeljene su na: zavisno zaposlenje, koje se odnosi na zaposlenje u organizaciji, i nezavisno zaposlenje, koje se odnosi na pokretanje vlastitog poduzeća ili nasljeđivanje poduzeća. Zavisne varijable su dihotomne pri čemu su sudionici imali zadatak odgovoriti na pitanje imaju li namjeru pokrenuti, naslijediti ili se zaposliti u određenoj organizaciji u narednih deset godina.

U svrhu ovog istraživanja pojedini aspekti anketnog upitnika (lokus kontrole, samoefikasnost, motiv inovativnosti i motiv samostalnosti) prevedeni su na hrvatski jezik. Stoga se posebno vodilo računa o psihometrijskim karakteristikama mjernih ljestvica te su u skladu s njima napravljene određene korekcije kako bi se osigurala konstruktiva valjanost i unutarnja konzistencija korištenih mjera.

Za mjerenje motiva samostalnosti preuzeto je šest čestica iz istraživanja Kuratko, Hornsby i Naffziger (1997) koje su za potrebe ovog istraživanja prevedene na hrvatski jezik, pri čemu je korištena Likertova mjerna ljestvica sa šest uporišnih točaka. Zadatak ispitanika bio je da na skali od 1 (izrazito nebitno) do 6 (izrazito bitno) procjene važnost svakog spomenutog aspekta koji se povezuje s poslovnim životom (npr. samostalno odlučivanje, ostvarenje vlastitog sna itd.) U svrhu ovog istraživanja česticama iz originalnog upitnika nadodan je još jedan aspekt – materijalna sigurnost. Ukupan rezultat formiran je kao linearna kombinacija svih čestica, tako da viši rezultat pokazuje veću želju za samostalnošću.

Za mjerenje motiva inovativnosti preuzete su dvije čestice iz istraživanja Cartera i suradnika (2003) koje su za potrebe ovog istraživanja prevedene na hrvatski jezik. Korištena je Likertova mjerna ljestvica sa šest uporišnih točaka, a zadatak sudionika bio je da na skali od 1 (izrazito nebitno) do 6 (izrazito bitno) procjene važnost dva spomenuta aspekta, koliko je osobi bitno stvoriti nešto novo i koliko je osobi bitno iskoristiti svoje kreativne potencijale.

Lokus kontrole operacionaliziran je uz pomoć I-E skale generalnog lokusa kontrole koju je razvio Rotter (1966), a odabranih šest čestica preuzete su iz istraživanja Zellwegera i suradnika (2011), koje su za potrebe ovog istraživanja prevedene na hrvatski jezik. Mjerna ljestvica se sastoji od tvrdnji kao što su “Kada nešto isplaniram siguran sam da ću to i ostvariti” i “Uglavnom ovisi o meni da li se druge osobe ponašaju u skladu s mojim očekivanjima”. Zadatak sudionika bio je procijeniti slaganje sa spomenutim tvrdnjama na skali Likertovog tipa sa šest uporišnih točaka (od 1 – u potpunosti se ne slažem do 6 –

u potpunosti se slažem). Ukupan rezultat formiran je kao linearna kombinacija svih čestica, pri čemu viši rezultat upozorava na višu razinu unutarnjeg lokusa kontrole.

Za mjerenje procjene poduzetničke samoeфикаsnosti korištena je mjerna ljestvica preuzeta od Zellweger i suradnika (2011), koja se sastoji od četiri čestice, a za potrebe ovog istraživanja čestice su prevedene na hrvatski jezik. Mjerna ljestvica se sastoji od tvrdnji kao što su: “Imam svo potrebno znanje za pokrenuti poduzeće” i “Imam poduzetničke vještine za pokrenuti poduzeće”, a zadatak sudionika bio je procijeniti slaganje sa spomenutim tvrdnjama na skali Likertovog tipa sa šest uporišnih točaka (od 1 – u potpunosti se ne slažem do 6 – u potpunosti se slažem). Ukupan rezultat formiran je kao linearna kombinacija svih čestica, te pritom viši rezultat upozorava na višu razinu poduzetničke samoeфикаsnosti. Rezultati psihometrijske obrade svih mjernih skala nalaze se u tablici 2.

Tablica 2.

Osnovni statistički pokazatelji skala u modelu poduzetničkih namjera

Skale	Broj čestica	Teorijski raspon	Min	Max	<i>M</i>	<i>Sd</i>	$\alpha$
Lokus kontrole	5	5 - 30	5	30	21,67	2,90	0,547
Poduzetnička samoeфикаsnost	4	4 - 24	4	24	13,65	3,90	0,834
Motiv samostalnosti	6	6 - 36	6	36	27,96	3,78	0,755
Motiv inovativnosti	2	2 - 12	2	12	8,27	1,73	0,766

### 4.3. Rezultati

Predloženi model poduzetničkih namjera prema rezultatima upozorava na nekoliko razlika. Usporede li se studenti koji su izrazili namjeru ući u poslovni poduhvat i studenti koji nemaju namjeru pokrenuti poduzeće, nailazi se na nekoliko razlika jasno vidljivih u tablici 3. Studenti sa spomenutim obilježjima razlikuju se prema poduzetničkoj samoeфикаsnosti ( $t=-4,70$ ;  $p<0,05$ ), prema motivu samostalnosti ( $t=-3,24$ ;  $p<0,05$ ) i motivu inovativnosti ( $t=-2,42$ ;  $p<0,05$ ).

Tablica 3.

Razlike između studenata koji imaju namjeru ući u poslovni poduhvat i studenata koji nemaju spomenutu namjeru

	Obilježje	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	t	p
Lokus kontrole	Imam namjeru	21,72	2,83	0,51	>0,05
	Nemam namjeru	21,55	2,8		
Poduzetnička samoeфикаsnost	Imam namjeru	12,67	4,03	-4,7	<0,05
	Nemam namjeru	14,85	3,42		
Motiv samostalnosti	Imam namjeru	27,5	3,47	-3,24	<0,05
	Nemam namjeru	28,88	3,46		
Motiv inovativnosti	Imam namjeru	8,1	1,58	-2,42	<0,05
	Nemam namjeru	8,61	1,8		

Međuodnosi između varijabli u modelu promatraju se u sklopu inferencijalne statistike, koristeći se korelacijskom matricom. U promatranom modelu snažnu povezanost ostvaruju konstrukti: motiv samostalnosti i motiv inovativnosti ( $r=0,358$ ;  $p<0,01$ ), poduzetnička samoeфикаsnost i motiv inovativnosti ( $r=0,333$ ;  $p<0,01$ ), poduzetnička samoeфикаsnost i motiv samostalnosti ( $r=0,263$ ;  $p<0,01$ ). S druge strane, povezanost lokusa kontrole i motiva samostalnosti izražena je slabim koeficijentom korelacije ( $r=0,156$ ;  $p<0,05$ ), pri čemu lokus kontrole ostvaruje najslabiju povezanost s motivom inovativnosti ( $r=0,145$ ;  $p<0,05$ ). Jedini koeficijent korelacije koji je neznačajan u modelu poduzetničkih namjera je onaj između lokusa kontrole i poduzetničke samoeфикаsnosti. Detaljna korelacijska matrica prikazana je u Tablici 4.

Tablica 4.

Aritmetička sredina, standardna devijacija i korelacijska matrica promatranih varijabli u empirijskom modelu

	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	1	2	3	4
1. Lokus kontrole	21,64	2,81	1	0,052	0,156*	0,145*
2. Poduzetnička samoeфикаsnost	13,66	3,91		1	0,263**	0,333**
3. Motiv samostalnosti	28,13	3,53			1	0,358**
4. Motiv inovativnosti	8,33	1,7				1

\*\* $p<0,01$ ; \* $p<0,05$

U svrhu analize dugoročne poduzetničke namjere, odnosno dinamike međudnosa poduzetničkih namjera i preostalih nezavisnih varijabli, korištena je binarna logistička regresija. Sve varijable, osim motiva inovativnosti, statistički su značajne u regresijskom modelu na razini signifikantnosti od 5 %. Odnos lokusa kontrole i poduzetničke namjere u dugoročnom kontekstu pokazuje da će se s povećanjem vrijednosti lokusa kontrole kod pojedinaca smanjivati razina vrijednosti namjere za ulaskom u poduzetnički poduhvat ( $\beta_1 = -0.158$ ;  $p < 0.05$ ). Poduzetnička samoeфикаsnost značajna je varijabla u modelu binarne linearne regresije, a s povećanjem poduzetničke samoeфикаsnosti, raste i dugoročna poduzetnička namjera ( $\beta_2 = 0.174$ ;  $p < 0.05$ ). Motiv samostalnosti također je značajna varijabla u regresijskom modelu, te s njegovim povećanjem raste i vjerojatnost ulaska u dugoročni poslovni poduhvat ( $\beta_3 = 0.234$ ;  $p < 0.05$ ). Detaljni rezultati regresijske analize nalaze se u tablici 5.

Tablica 5.

Regresijski koeficijenti modela poduzetničkih namjera studenata u dugom roku

Varijable u modelu	$\beta$	Standardne pogreške	$p$
Dugoročna poduzetnička namjera	-3,91	1,985	<0.05
Lokus kontrole	-0,158	0,075	<0.05
Poduzetnička samoeфикаsnost	0,174	0,06	<0.05
Motiv samostalnosti	0,234	0,07	<0.05
Motiv inovativnosti	-0,072	0,13	>0.05

Konačno, ovim istraživanjem pokazalo se da poduzetnička samoeфикаsnost i motiv samostalnosti predstavljaju važne odrednice dugoročne poduzetničke namjere (tablica 6). Nakon rezultata istraživanja, u sljedećem poglavlju bit će predstavljena ograničenja, implikacije i zaključak istraživanja.

Tablica 6.

## Prihvaćene i odbačene hipoteze u empirijskom modelu

	H1	H2	H3	H4
Lokus kontrole	NE			
Poduzetnička samoeфикаsnost		DA		
Motiv samostalnosti			DA	
Motiv inovativnosti				DA

## 5. ZAKLJUČAK

Donosioci politika u EU prepoznali su važnost poduzetničkog obrazovanja kao jednog od osnovnih preduvjeta smanjenja nezaposlenosti među mladom visokoobrazovanom populacijom iz razloga što poduzetničko obrazovanje svojim sadržajem i drugačijom metodologijom stvara poticajno okruženje za transformaciju poslovne ideje u tržišno prepoznat poslovni poduhvat. Zbog toga, da bi se bolje pojnilo na koji način pojedinac uistinu pretvara svoje ideje u djela, ključno je razumijevanje procesa koji prethode stvaranju poduzetničke namjere.

Rezultati istraživanja pokazuju važnost poduzetničke samoeфикаsnosti pri stvaranju poduzetničkih namjere u studenata. Važnost poduzetničke samoeфикаsnosti, prema ovom istraživanju, očituje se u tome da studenti imaju izraženiju poduzetničku namjeru kada percipiraju posjedovanje vlastite sposobnosti kojom mogu modificirati osobna uvjerenja u vjerojatnost uspješnog izvođenja zadataka iniciranja i vođenja poduzetničkog pothvata. Ovaj rezultat upućuje na važnost poduzetničkog obrazovanja i njegovog utjecaja na poduzetničku samoeфикаsnost. Motiv samostalnosti je ovim istraživanjem utvrđen kao još jedna izrazito značajna varijabla pri kreiranju poduzetničkih namjera studenata. Odnosno, pojedinci koji imaju izraženiju želju za slobodom, kontrolom i fleksibilnošću, imaju i izraženiju namjeru prema poduzetničkoj karijeri.

Prilikom provedbe ovog istraživanja prepoznato je nekoliko ograničenja na koja se potrebno posebno osvrnuti. Istraživanje je temeljeno isključivo na kvantitativnoj metodologiji čime je zanemaren čitav niz potencijalno iznimno značajnih i zanimljivih opservacija koje bi svakako pridonijele boljem razumijevanju promatranih odnosa. Potencijalno ograničenje predstavlja i sama varijabla poduzetničke namjere koja se mogla konstruirati koristeći Likertovu mjernu ljestvicu, umjesto što je isključivo izražena kao dihotomna varijabla. S obzirom na broj studenata uključenih u ovo istraživanje, u budućim

istraživanjima bilo bi poželjno značajnije povećati uzorak te uključiti i ostale sastavnice Sveučilišta u Zagrebu, baš kao i ostala državna i privatna sveučilišta u Hrvatskoj. Ograničenje istraživanja moguće je prepoznati i u mogućnosti mijenjanja namjere, kao i mogućnosti mijenjanja drugih konstrukata ovog istraživanja. Zato bi bilo poželjno buduća istraživanja temeljiti na proučavanju spomenutih odnosa u dužem razdoblju, tj. provesti niz longitudinalnih istraživanja.

Može se zaključiti kako je ovim radom istaknuta važnost poticanja motiva samostalnosti i poduzetničke samoefikasnosti za stvaranje poduzetničkih namjera kod studenata. Iako je očito da ova dva čimbenika treba poticati tijekom sveučilišnog studija, razuman je zaključak da bi se isti trebali poticati i od ranije dobi. Ovakve aktivnosti mogle bi dugoročno pomoći stvaranju novih poduzeća i konačno izgradnji pozitivne poduzetničke kulture u svih pojedinaca koji izlaze iz akademskog obrazovnog sustava.

## LITERATURA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue. 2, str. 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, No. 4, str. 665-683.

Ajzen, I. i Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research. Reading: Addison-Wesley.

Amit, R. i Muller, E. (1994) "Push" and "pull" entrepreneurship. in W. Bygrave, i sur. (Ur.) *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1994. Babson College, Wellesley.

Bagozzi, R. P., Baumgartner, J. i Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, Vol 10, str. 35-62.

Bakotić, D. i Kružić, D. (2010). Students' Perceptions and Intentions Towards Entrepreneurship: The Empirical Findings From Croatia. *The Business Review*, Cambridge, Vol. 14, No. 2, str. 209-215.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, Vol. 84, No. 2, str. 191-215.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. xiii, 617 pages. 013815614X.

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.

Block, J. i Wagner, M. (2010). Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, Vol. 62, str. 154–174.

Borland, C. M. (1975). *Locus of control, need for achievement and entrepreneurship*. Austin: University of Texas.

Bradley, G. L. i Sparks, B. A. (2002). Service locus of control: Its conceptualization and measurement. *Journal of Service Research*, Vol. 4, No. 4, str. 312-324.

Chen, C. C., Greene, P. G. i Crick, A., 1998. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing* Vol. 13, No. 4, str. 295–316.

Corman, J., Perles, B. i Vancini, P. (1988), Motivational factors influencing high-technology entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, Vol. 26, str. 36-42.

Cromie, S. i Johns, S. (1983). Irish entrepreneurs: Some personal characteristics. *Journal of Occupational Behaviour*, Vol. 4, No. 4, str. 317-324.

Dabić, Daim, Bayraktaroglu, Novak i Bašić (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 4, No. 3, str. 316-336.

Dawson, C. i Henley, A. (2011). “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 18, No. 6, str. 697-719.

Dawson, C. i Henley, A. (2012). “Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 18, No. 6, str. 697–719.

Dewi Astuti, R. i Martdianty, F. (2012) Students' Perception and Intention toward Entrepreneurship: Development of Planned Behavior Entrepreneurial Model on Six State Universities in Indonesia. 2nd Annual International Conference on Enterprise Marketing and Globalization (EMG 2012)

Douglas, E. J. i Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, Issue 3, 231-251.

Douglas, E. J. i Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26, No. 3, str. 81-90.

Eisenhauer, J.G. (1995). The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence. *Entrepreneurship theory and practice*. Preuzeto s [www.allbusiness.com](http://www.allbusiness.com).



Europska Komisija. (2010). European Employment Observatory Review, Self-employment in Europe 2010. Pribavljeno 13.06.2014. s adrese: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=6137&langId=en>

Europska Komisija. (2013). Entrepreneurship 2020 Action Plan: Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Pribavljeno 26.06.2014. s adrese: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:en:PDF>

Fitzsimmons, J. R. i Douglas, E. J. (2005) Entrepreneurial Attitudes and Entrepreneurial Intentions: A Cross-Culturals Study of Potential Entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. In Babson-Kauffman Entrepreneurial Research Conference, June, Wellesley, MA.

Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 3, str. 472–485.

Gurol, Y. i Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*, Vol. 48, No. 1, str. 25-38.

Herron, L. i Sapienza, H. J. (1992). The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 17, str. 49-55.

Hessels, J., van Gelderen, M. i Thurik, R. (2008). Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: the role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 4, str. 401-417.

Hmieleski, K. M. i Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, No. 1, str. 45-63.

<http://bib.irb.hr/prikazi-rad?lang=en&rad=635337>

Jakopec, A., Miljković Krečar, I. i Sušanj, Z. (2013). Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics. *Studia psychologica*. Vol. 55, No. 4, str. 289-297.

Keh, H. T., Foo, M. D. i Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27, str.125-148.

Kolaković, M., Mikić, M., Morić Milovanović, B. (2013). The role of entrepreneurial education in the contemporary economy, Domestic Scientific Conference. Economic education in the Republic of Croatia – yesterday, today, tomorrow, Conference proceedings, Zagreb, Croatia, str. 519-528.

Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. i Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the start-

up process: A configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 28, No. 1, str. 23-42.

Krueger, N. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. U Carsrud, A. L., Brannback, M. (Ur.), *Understanding the entrepreneurial mind*. New York: Springer.

Krueger, N. F., Reilly, M. i Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, No. 5/6, str. 411-432.

Lent, R., Brown, S., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.

Linan, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, Vol. 3, str. 11-35.

Mancuso, J. R. (1974). What it takes to be an entrepreneur: A questionnaire approach. *Journal of Small Business Management*, Vol. 12, No. 4, str. 16-23.

Markman, G. D. i Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, Vol. 134, str. 1-21.

McClelland, D. (1962). Business drive and national achievement. *Harvard Business Review*, Vol. 40, No. 4. str. 99-112.

Ministarstvo poduzetništva i obrta Republike Hrvatske. (2013). *Strategija razvoja poduzetništva u RH 2013-2020*. Pribavljeno 10.06.2014. s adrese: <http://www.minpo.hr/UserDocsImages/Strategy-HR-Final.pdf>

Monsen, E. i Urbig, D. (2009). Perception of efficacy, control, and risk: A theory of mixed control. U Carsrud, A. L. i Brannback, M. (Ur.), *Understanding the entrepreneurial mind*. New York: Springer.

Monsen, E., Urbig, D., Renko, M., Tarabishy, A. E. i Schjoedt, L. (2010). Explaining entrepreneurial intent and behaviour: Moderating effects of efficacy and control beliefs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Vol. 30, Issue 5, str. 163-171.

Morić Milovanović, B. (2012) Moderating effect of external environment on the entrepreneurial orientation and business performance relationship of Croatian small and medium sized manufacturing enterprises. *Business Excellence*, Vol. 2. str. 9-24.

Mueller, S. L. i Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, str. 51-75.

Nelson, G. (1991). Locus of Control for Successful Female Small Business Proprietors. *The Mid-Atlantic Journal of Business*, Vol. 27, No. 3, str. 213-224.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Reynolds, P., Camp, M., Bygrave, W., Autio, E., i Hay, M. (2002). *Global entrepreneurship monitor 2001 Executive Report*. Technical report, Babson College and London Business School, London.

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, Vol. 80, str. 1-28.

Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Redvers Opie (2008), New Brunswick (SAD) and London (UK): Transaction Publishers.

Shane, S., Locke, E. A. i Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, Vol. 13, str. 257-279.

Smith, N. R. i Miner, J. B. (1983). Type of entrepreneur, type of firm, and managerial innovation: implications for organizational life cycle theory. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA. str. 51-71.

Spector, P. E. (1982). Behavior in organizations as a function of employee's locus of control. *Psychological Bulletin*, Vol. 91, No. 3, str. 482-497.

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

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

Zellweger, T., Sieger, P. i Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, Vol. 26, No. 5, str. 521-536.

Zhao H., Seibert, S. E. i Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 90, No. 6, str. 1265-1272.

***Bojan Morić Milovanović, Ph. D.***

Assistant professor  
School of International Business and Economics, DIU LIBERTAS  
International University  
E-mail: bmoric@libertas.hr

***Tomislav Krišto, bacc. oec.***

Owner and director  
Prisoje j.d.o.o.  
E-mail: tomislav@referada.hr

***Stjepan Srhoj, mag. oec.***

Programme Officer and Liaison  
South East European Centre for Entrepreneurial Learning (SEECEL)  
E-mail: stjepan.srhoj@seeceel.hr

**WHAT DISTINGUISHES STUDENTS WITH  
ENTREPRENEURIAL INTENTIONS? ANALYSIS OF  
THE EMPIRICAL MODEL OF ENTREPRENEURIAL  
INTENTION DETERMINANTS AMONG STUDENTS  
AT THE UNIVERSITY OF ZAGREB**

***Abstract***

*The purpose of this research was to test the differences in selected psychological and motivational constructs among students with long-term entrepreneurial intentions and students without such intentions. Data was collected using a questionnaire filled out by the fourth year undergraduate students at the Faculty of Economics and Business and the Faculty of Philosophy at the University of Zagreb. The constructs comprised in this research included locus of control, entrepreneurial self-efficacy, motive of independence and motive of innovativeness. The results reveal that the motive of independence and entrepreneurial self-efficacy significantly and positively influence the formation of long-term intentions of students towards an entrepreneurial venture. Future research could explore additional constructs within a more comprehensive model of entrepreneurial intentions in Croatia.*

***Key words: entrepreneurial self-efficacy; motive for innovativeness; independence motive; entrepreneurial intentions***

***JEL classification: J23, L26***