

Prethodno priopćenje

PODUZETNIČKE NAMJERE STUDENATA POSLOVNIH STUDIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

mr. Munira Šestić, viša asistentica na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu
Trg oslobođenja 1., 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 275 909, e-mail: munira.sestic@efsa.unsa.ba

dr. Mirha Bičo Ćar, docentica na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu
Trg oslobođenja 1., 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 275 908, e-mail: mirha.car@efsa.unsa.ba

mr. Azra Pašić-Mesihović, viša asistentica na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu
Trg oslobođenja 1., 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 564 934, e-mail: azra.pasic@efsa.unsa.ba

dr. Senad Softić, izvanredni profesor na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu
Trg oslobođenja 1., Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 253 757, e-mail: senad.softic@efsa.unsa.ba

SAŽETAK

Poduzetništvo se smatra jednim od (ključnih) načina za kreiranje zaposlenosti, a posredno i za povećanje ukupnoga ekonomskog blagostanja. Ovo je osobito važno i naglašeno za tranzicijske zemlje, kakva je Bosna i Hercegovina. Stoga je opravdano postaviti sljedeće pitanje: Jesu li današnji studenti u Bosni i Hercegovini potencijalni poduzetnici sutrašnjice? Cilj je predmetnog istraživanja ispitati poduzetničke namjere studenata poslovnih studija u Bosni i Hercegovini te identificirati odrednice poduzetničkih namjera kod ove skupine. Istraživanjem su obuhvaćeni studenti prve godine poslovnih studija na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu, nakon što su kao polaznici predmeta Poduzetništvo završili semestar. Za prikupljanje podataka korišten je anketni upitnik s 25 pitanja u formi Likertove ljestvice. Uzorak je obuhvatio 190 studenata/studentica prve godine studija. Rezultati istraživanja obrađeni su korištenjem SPSS softverskog paketa, a primijenjena je deskriptivna i korelacijska analiza. Prema rezultatima istraživanja, anketirani studenti poduzetništvo smatraju privlačnom i mogućom opcijom u budućnosti, ali ne i najprivlačnijom. Druge mogućnosti zaposlenja anketirani studenti/studentice ocijenili su prihvatljivijim.

Ključne riječi: *studenti/studentice poslovnih studija, poduzetničke namjere, obrazovanje za poduzetništvo*

1. UVOD

Prema istraživanju tržišta rada, koje je objavio Međunarodni monetarni fond (MMF) (2016), Bosna i Hercegovina nalazi se na prvom mjestu po nezaposlenosti mladih ljudi (18 – 26 godina). Taj nedavni izvještaj koji obrađuje pitanje nezaposlenosti među mladim ljudima, navodi da je čak 62,8% mladih ljudi u Bosni i Hercegovini nezaposleno, što je čak i više u odnosu na stanje u 2014./2015. godini (kada je provedeno predmetno istraživanje koje je osnova ovoga rada) kada je nezaposlenost mladih u Bosni i Hercegovini bila izrazito visokih 58%. Upravo taj iznimno visok postotak nezaposlenih mladih ljudi u Bosni i Hercegovini te osobito značajan rast postotka nezaposlenosti mladih u izrazito kratkom vremenskom periodu (2014.-2016.), inicirao nas je, kao autore, da se opredijelimo za izabranu temu istraživanja.

Nezaposlenost mladih povezana je s ukupnom stopom nezaposlenosti, kao izravnim i nedvojbenim rezultatom gospodarske aktivnosti u državi. Bosna i Hercegovina suočava se s vrlo niskim rejtingom u pogledu lakoće poslovanja, sa smanjenim stranim investicijama te niskim kreditnim rejtingom, kao posljedicama trajne političke krize i izostanka gospodarskog razvitka (Ibid). Istodobno, poduzetništvo se smatra jednim od (ključnih) načina za kreiranje zaposlenosti, a posredno i za povećanje ukupnoga gospodarskog blagostanja (Šunje i Čizmić, 2005). Ovo je osobito važno i naglašeno za tranzicijske zemlje kakva je i Bosna i Hercegovina.

Visoka stopa nezaposlenosti među mladima nije samo specifikum Bosne i Hercegovine - to je jedan od gorućih problema i u Europskoj uniji (EU). Rješavanje ovog pitanja je važna tema među najznačajnijim donositeljima odluka u EU i međunarodnim institucijama (Lagarde, 2013). Objašnjenje općeg interesa za nezaposlenost mladih je u činjenici da su mladi ljudi veoma važni za svaku društvenu zajednicu kao dio populacije koji donosi nove ideje i pokretačku snagu, bez obzira na razinu i stupanj rasta i razvoja gospodarstva. Međutim, smanjenje nezaposlenosti mladih u Bosni i Hercegovini predstavlja i veći izazov, kako s gospodarskog tako i sa socijalnog aspekta, jer mladi ljudi čine više od jedne trećine svih nezaposlenih u Bosni i Hercegovini.

Dakle, uvažavajući specifičnosti konteksta Bosne i Hercegovine, važnost zanimanja za predmetnu temu višestruko je naglašena. Stoga je opravdano postaviti sljedeće pitanje: Jesu li današnji studenti/studentice u Bosni i Hercegovini potencijalni poduzetnici/poduzetnice sutra te žele li obrazovani mladi ljudi biti poduzetnici/poduzetnice i svojim izborom karijere doprinijeti kreiranju ekonomskoga blagostanja u Bosni i Hercegovini?

Cilj je predmetnoga istraživanja ispitati poduzetničke namjere studenata poslovnih studija u Bosni i Hercegovini te identificirati odrednice poduzetničkih namjera kod ove skupine.

Ovaj rad ima pet dijelova. Nakon Uvoda dan je Teorijski okvir u kojemu je sadržan pregled dosadašnjih istraživanja problema obrazovanja za poduzetništvo i poduzetničke namjere kod studenata, ali i kod opće populacije. Treći dio rada, pod naslovom Metodologija istraživanja, sadrži Opis konteksta istraživanja i uzorka, Opis upitnika i načina prikupljanja podataka te Opis metodologije primijenjene u

obradi podataka. Rezultati istraživanja sažeto su prikazani u četvrtom dijelu rada, uključujući rezultate deskriptivne i korelacijske analize prikupljenih podataka, kao i preporuke za buduća istraživanja. Peti dio rada sadrži najznačajnije zaključke.

2. TEORIJSKI MODEL PODUZETNIČKOG PONAŠANJA

Od samih početaka intenzivnog proučavanja poduzetništva, fokus istraživača bio je na determinantama poduzetničkog ponašanja. Pritom je posebna pažnja posvećivana trenutku nastanka i razvoju poduzetničke ideje i poduzetničkih nakana koje su bile važan istraživački objekt prethodnih 30 godina. Polazeći od (općeg) pristupa objašnjenju uzroka i korijena fenomena poduzetništva kao okolinskih i individualnih, identificirane su različite skupine elemenata u okviru seta determinanti poduzetničkog ponašanja.

U početku su autori većinom koristili tzv. Trait pristup (pristup osobnih karakteristika poduzetnika) ili objašnjavali poduzetničko ponašanje putem demografskih karakteristika poduzetnika (Reynolds i Storey, 1994), ali su ove determinante pokazale nedovoljnu prediktivnu snagu (Reynolds, 1997, str. 450.). Stoga su daljnja istraživanja pažnju usmjerila na vrednote i stavove (Robinson Stimpson, Huefner i Hunt, 1991; Krueger et al., 2000). Vesalainen i Pihkala (1998) ponudili su teorijski model koji, kao središnji element i poveznica u „mreži“ navedenih determinanti, identificira poduzetničke namjere. U psihologiji općenito, namjere se promatra kao stanje uma kojim se usmjerava pažnja osobe prema određenom objektu radi određenog postignuća (Bird, 1988, str. 442., prema Vesalainen i Pihkala, 1998). Fishbain Ajzenova teorija razložne akcije objašnjava da je namjera ključni prediktor ponašanja. Prema Fishbain Ajzenovoj teoriji, utjecaj stava na ponašanje, posredovan je upravo putem namjere (Ajzen i Fishbain, 1975; Ajzen, 1991, Miljković i Krečar, 2013).¹ Prema Vesalainen Pihkalaovom modelu (1998) poduzetničke se namjere temelje na setu osobno određenih elemenata poput vrijednosnih (koje obuhvaćaju vrednote, stavove i uvjerenja), motivacijsko-poticačnih i ponašajno-kognitivnih (znanja, vještine i sposobnosti), a svi ovi elementi zajedno čine polazište/osnovu za početak poduzetničkog promišljanja (što se ogleda u istraživanju, planiranju i pripremi za pokretanje poslovanja) te poduzetničkog djelovanja (u smislu započinjanja poslovanja) (Vesalainen i Pihkala, 1998). Svi individualni elementi (počevši od stavova i vrednota do nakana) u svim fazama poduzetničkog ponašanja (vrijednosnoj, pre-osnivačkoj i post-osnivačkoj) oblikovani su elementima iz okruženja, koji mogu djelovati iz različitih pod-okruženja: političkog, gospodarskog, društvenog, tržišnog, ali i imati različitu prirodu u smislu djelovanja kao *pull* i *push* elementi (Vesalainen i Pihkala, 1998).

Poduzetničke namjere, kao središnja determinanta poduzetničkog ponašanja, permanentno zaokupljaju pažnju stručnjaka te su još uvijek važan predmet istraživanja s fokusom na identificiranje determinanti i značaja poduzetničkih namjera. Pregled nekih istraživanja koja su se bavila identificiranjem determinanti

¹ Stav je stečena, relativno trajna i stabilna organizacija pozitivnih i negativnih emocija, vrednovanja i reagiranja prema nekom objektu (Petz, 1992).

poduzetničkih namjera dana su u Tablici 1 ispod².

Tablica 1: Pregled nekih istraživanja utjecaja determinanti na poduzetničke namjere

Autor/autori	Godina	Analizirane determinanta/e	Utjecaj na poduzetničke namjere
Vesalainen i Pihkala	1998.	Pozitivno vrednovanje poduzetništva	pozitivan
Vesalainen i Pihkala	1999.	Motivacija za poduzetništvo	pozitivan
Kennedy	2003.	Pozitivno prethodno iskustvo u vezi s poduzetništvom i pozitivno iskustvo s poduzetničkom edukacijom	pozitivan
Liñán	2008.	Osobna percepcija o vrednovanju poduzetništva u društvu i Percepcija osobnih vještina potrebnih za poduzetništvo	pozitivan
Osterberk i Van Praag	2010.	Edukacija o poduzetništvu	negativan
Saeed i dr.	2013.	Individualna motivacija: samorealizacija, samopotvrđivanja	pozitivan
Sanchez	2013.	Edukacija o poduzetništvu putem percepcije vlastite kompetentnosti	pozitivan
Karimi i dr.	2014.	Obavezna i izborna edukacija o poduzetništvu putem individualnih normi i kontrole ponašanja	pozitivan
Fayolle i Gailly	2015.	Edukacija o poduzetništvu za studente koji ranije nisu bili izloženi poduzetništvu	pozitivan

Izvor: Izrada autora

U skupini teorija koje naglasak stavljaju na poduzetničke namjere, ističe se teorija poduzetničkog događaja – eng. *entrepreneurial event* (Shapero i Sokol, 1982)³, koja, s ranije navedenom teorijom razložne akcije/teorijom planiranog ponašanja (Ajzen, 1991), čini kompatibilan “set” za objašnjenje poduzetničkog ponašanja (Krueger et al., 2000; Liñán, 2005).

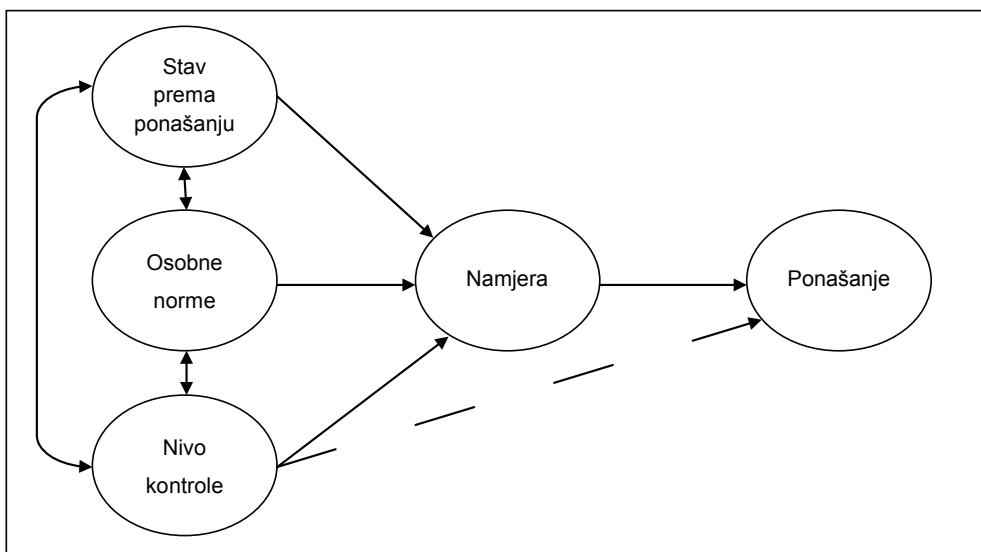
Teorija razložne akcije (Ajzen i Fishbein, 1980; Ajzen, 1987; Ajzen, 1991) identificira

² Vrlo detaljan pregled istraživanja predmetne tematike, determinanti poduzetničkih namjera može se vidjeti u Schlaegel i Koenig (2014).

³ Shaperoov model (1982) poduzetničkog događaja/poduzetničke odluke (*SEE – Entrepreneurial Event*), jedan je od dva najznačajnija modela koji objašnjavaju poduzetničke namjere i koji su široko prepoznati. Shaperoov model naglašava da namjera započinjanja poslovanja proizlazi iz individualne percepcije poželjnosti poduzetničke uloge i izvedivosti poduzetničkog poduhvata, kao i sklonosti pojedinca da postupa u skladu s raspoloživim mogućnostima. Teorija poduzetničkog događaja pretpostavlja da potencijali za pokretanje poslovanja postoje prije odluke za poduzetničko djelovanje. Percipirana izvedivost je stupanj u kojem se pojedinac osjeća osobno sposobnim za pokretanje poslovanja. (Shapero i Sokol, 1982)

tri prediktora poduzetničkih namjera: stav prema poduzetničkom ponašanju, osobne norme i nivo kontrole. Naime, nakana za poduzimanje određene aktivnosti bitno je određena samopojmanjem osobe o vlastitoj učinkovitosti u provedbi poduzetničkog poduhvata, to jest, raspoloživosti i dostupnosti potrebnih resursa te mogućnosti provedbe poduzetničke ideje; potom razinom atraktivnosti razvijanja poduzetničke karijere u odnosu na druge mogućnosti profesionalnog razvitka (u smislu pozitivnog rezultata u najširem smislu) te, u konačnici, osobnim stavovima i normama u vezi s poduzetništvom. U skladu s navedenim, Ajzen je 1991. ponudio model koji povezuje navedene determinante i poduzetničke namjere u sistem kakav je prikazan na slici ispod.

Slika 1.: Prikaz Ajzenove teorije razložne akcije



Izvor: Ajzen, 1991, str. 182.

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

3.1. Opis konteksta istraživanja i uzorka

Predmet Poduzetništvo na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu obuhvaća (u najvažnijem) elemente kao što su: Pojmovno određenje poduzetništva i poduzetnika, Institucionalni modaliteti poduzetništva, Proces poduzetništva i poslovno planiranje te Strateške aspekte poduzetništva. Ovo je obavezni predmet na praksi orijentiranom studijskom odsjeku Visoka poslovna škola kojeg studenti/studentice slušaju tijekom drugog semestra prve godine studija, nakon što su u prethodnom semestru odslušali predmete: Ekonomika poduzeća, Poslovno pravo, Informatika, Osnove ekonomije i Osnove menadžmenta. Istovremeno, studenti akademskog studija Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, odsjeka Menadžment i odsjeka Ekonomija, ne slušaju navedeni

predmet kao obavezni, ali im je ponuđena mogućnost biranja ovoga predmeta kao izbornog. Nažalost, dosadašnja praksa pokazuje da studenti/studentice akademskog studija gotovo nikad ne biraju ovaj predmet kao izborni, iako se pojedini uključuju u neformalnu edukaciju o poduzetništvu.

Predmetno empirijsko istraživanje provedeno je u veljači 2015. godine na uzorku od 190 studenata prve godine Visoke poslovne škole Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, a nakon što su ti studenti odslušali predmet Poduzetništvo/Preduzetništvo. Upitnik je distribuiran neposredno nakon ispita iz predmeta Poduzetništvo svim studentima/studenticama koji su pristupili ispitu.

3.2. Opis anketnog upitnika

Za prikupljanje podataka korišten je upitnik modificiran na bazi anketa ranije razvijenih od strane Autio, Keeley, Klofsten, Parker i Hay (2001), Liñán i Chan (2006) te Liñán (2008). Anketa je sadržavala 20 pitanja koja su bila usmjerena na identificiranje percepcije i stavova studenata/studentica koji se odnose na:

- samoefikasnost za pokretanje i realiziranje ideja (*perceived behavioural control*);
- atraktivnost razvijanja poduzetničke karijere (stav prema poduzetništvu – *attitude toward the entrepreneurship*) u odnosu na druge mogućnosti zapošljavanja i razvijanja karijere (poput karijere u velikim kompanijama, javnoj službi, akademske karijere i sl.);
- individualne norme vezane uz pogodnosti u pokretanju poslovanja (*subjective norm*) te
- poduzetničke namjere pokretanja i vođenja vlastitog poslovanja.

Ova pitanja bila su formulirana u formi petostupanjske Likertove skale (s ponuđenim odgovorima u rasponu od „1“ – U potpunosti se ne slažem, preko „3“ – Nemam stav, do „5“ – U potpunosti se slažem, odnosno, za pitanja o poduzetničkim namjerama: od „1“ – Malo vjerojatno do 5 – Veoma vjerojatno).

Dodatno, u upitniku je bilo 5 pitanja koja su se odnosila na demografske karakteristike ispitanika/ispitanica (starost, spol, radno iskustvo, iskustvo samozapošljavanja i poduzetničku tradiciju/iskustvo poduzetništva u obitelji ili krugu prijatelja).

3.3. Metodologija obrade podataka

Za statističku obradu podataka korišten je *SPSS 17* programski paket. Učinjene su sljedeće statističke analize:

1. Deskriptivna analiza za demografske podatke o ispitanicima/ispitanicama u smislu frekvencija, prosječnog učešća, aritmetičke sredine i standardne devijacije podataka, a prilagođeno prirodi varijabli i podataka;
2. Analiza normalnosti distribucije vrijednosti pojedinih varijabli primjenom Kolmogorov-Smirnov i Shapiro-Wilk testa kao i primjenom kriterija simetričnosti distribucije podataka;

3. Analiza pouzdanosti korištenih subskala primjenom Kronbachovog koeficijenta alfa;
4. Ispitivanje razlika u odgovorima pojedinih grupa ispitanika primjenom T-testa i ANOVA- testa te
5. Korelacijska analiza povezanosti nezavisnih i zavisne varijable primjenom Pearsonovog koeficijenta.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Ukupan broj ispitanika koji su popunili upitnik iznosio je 190, od čega 111 (58,42%) djevojaka i 79 (41,58%) mladića. Najveći broj ispitanika/ispitanica (59,47%) imao je do 20 godina – prosječna starosna dob bila je 19 godina sa standardnom devijacijom od 1,12. Većina ispitanika/ispitanica (58%) imala je određeno radno iskustvo. Još veći postotak ispitanika/ispitanica (čak 78,4%) prijavio je da u bliskom okruženju ima nekoga tko je poduzetnik. Detaljan pregled deskriptivne statistike vidljiv je u Tablici 2. Anketirani studenti poduzetništvo smatraju mogućom opcijom u budućnosti, ali ne i najprivlačnijom. Druge mogućnosti zaposlenja anketirani studenti/studentice ocijenili su prihvatljivijim.

Tablica 2: Deskriptivna analiza demografskih podataka o ispitanicima/ispitanicama

Ispitanici/ispitanice	Frekvencija	%	M – aritmetička sredina	SD Standardna devijacija
ΣN	190	100		
Spol:				
Muškarci	79	41,58		
Žene	111	58,42		
Dob:			19	1,12
Do 20 godina	113	59,47		
20 – 21	48	25,26		
22 – 23	12	6,32		
24 – 25	5	2,63		
Više od 25 godina	12	6,32		
Radno iskustvo:				
Da	111	58,42		
Ne	78	41,05		
Bez odgovora	1	0,53		
Blizak poduzetnik:				
Da	149	78,42		
Ne	41	21,58		
Poželjna karijera:				
Karijera u velikoj firmi			3,16	1,211
Karijera u javnom sektoru			3,94	0,833
Poduzetnička karijera			3,01	1,113
Akademski karijera			3,08	1,105

Izvor: Vlastito istraživanje

Kolmogorov-Smirnov test i Shapiro-Wilk test normalnosti distribucije pokazali su da rezultati na svim subskalama statistički značajno odstupaju od normalne distribucije ($p < 0,05$) (vidljivo u Tablici 3. u nastavku). Stoga je izvršena analiza simetričnosti distribucije. Naime, Tabachnikova i Fidellova (1996) ističu da se, u slučaju odstupanja distribucije rezultata od normalne, kao prihvatljiv može uzeti kriterij simetričnosti. U tu svrhu, analizirani su omjeri skjunita i njihovih standardnih pogrešaka za varijable koje su značajno odstupale od normale, koji su pokazali da na svim varijablama postoji simetrična distribucija podataka (SkewEI=-0,09, $z < 1,96$; SkewAE=0,11, $z < 1,96$; SkewSN=-0,69, $z < 1,96$; te SkewPBC=-0,76, $z < 1,96$). S obzirom na to, za provjeru odnosa među varijablama, primijenjene su metode parametrijske statistike.

Analiza pouzdanosti upitnika za ovu grupu ispitanika pokazala je da sve korištene subskele imaju dobru unutarnju suglasnost. Ukupna pouzdanost iznosi 0,69, a vrijednosti Kronbachovog koeficijenta alfa su: 0,74 za „poduzetničke namjere“ (EI), 0,77 za „individualne norme“ (SN), 0,67 za „percipiranu bihevioralnu kontrolu“ (PBC). Nešto manju pouzdanost ima subskala „stav prema poduzetništvu“ (AE) čiji je $\alpha = 0,57$.

Tablica 3. Testovi normalnosti distribucije podataka

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		stat.	df	p.	stat.	df	p.
Poduzetničke namjere	EI	.096	89	.042	.968	89	.025
Stav prema poduzetništvu	AE	.109	88	.011	.966	88	.022
Individualne norme	SN	.148	90	.000	.931	90	.000
Percipirana bihevioralna kontrola	PBC	.114	91	.005	.956	91	.004

* $p = \text{Significant}$.

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 4. Kronbachov koeficijent pouzdanosti za skale

Varijabla		Pouzdanost (α)	Broj čestica
Poduzetničke namjere	EI	0,74	4
Stav prema poduzetništvu	AE	0,57	4
Individualne norme	SN	0,77	4
Percipirana bihevioralna kontrola	PBC	0,67	4

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 5. Razlike u poduzetničkim namjerama s obzirom na demografske odlike

Ispitanici/ ispitanice	M aritmetička sredina	SD standardna devijacija	Test	p
Spol:				
Muškarci	14,09	3,68	T test = 0,81	0,42
Žene	13,30	4,10		
Dob:				
Do 20 godina	13,52	4,22	F=1,19	0,32
20 – 21	13,71	3,47		
22 – 23	15,14	4,26		
24 – 25	10,33	2,52		
Više od 25 godina	11,50	5,65		
Radno iskustvo:				
Da	13,18	3,83	T test =-0,81	0,42
Ne	13,87	4,16		
Bliski poduzetnik:				
Da	13,64	3,83	T test =-0,32	0,05
Ne	13,35	4,25		

Izvor: Vlastito istraživanje

Ispitivanje razlika u poduzetničkim namjerama različitih grupa ispitanika izvršeno je T-testom nezavisnih uzoraka i primjenom analize ANOVA. Ovim testiranjem:

- nije nađena statistički značajna razlika rezultata kod studenata (M=14,09, SD=3,68) u odnosu na studentice (M=13,30, SD=4,10), iako su muškarci češće prijavljivali poduzetničke namjere ($t=0,81$, $p=0,42>0,05$);
- nije utvrđena statistički značajna razlika u poduzetničkim namjerama ispitanika/ispitanica s obzirom na dob ($F=1,19$, $p=0,32>0,05$) provjeravana korištenjem jednofaktorske analize varijance (ANOVA);
- nije nađena statistički značajna razlika u sklonosti studenata/studentica poduzetničkim namjerama s obzirom na to imaju li radnog iskustva ili ne ($t=-0,81$, $p>0,05$);
- **utvrđena je statistički značajna razlika** ($t=0,32$, $df=85$, $p>0,05$) u poduzetničkim namjerama između studenata/studentica koji među bliskim osobama imaju

poduzetnika/poduzetnicu ($M=13,64$, $SD=3,83$) spram onih koji nemaju ($M=13,35$, $SD=4,25$). To znači da veću poduzetničku namjeru iskazuju studenti/studentice koji u bliskom okruženju imaju poduzetnika/poduzetnicu.

Analiza povezanosti nezavisnih i zavisnih varijabli učinjena korelacijskom analizom ukazuje na statistički značajnu pozitivnu povezanost svih varijabli. Prema tome, rezultati povezanosti nezavisnih varijabli s kriterijskom varijablom/poduzetničke namjere EI, ukazuju da studenti koji imaju pozitivniji stav prema poduzetničkom ponašanju AE ($r=0,30$), više individualne normative SN ($r=0,39$) te percepciju veće samoeфикаsnosti PBC ($r=0,35$), imaju i jače poduzetničke namjere. Pritom, najveća je povezanost varijabli stavovi prema poduzetništvu AE i individualne norme SN ($r=0,51$). Pregled vrijednosti Pearsonovog koeficijenta korelacije dan je u Tablici 6. (Napomena: ** $p<0.01$; * $p<0.05$.)

Tablica 6. Vrijednosti Pearsonovog koeficijenta korelacije: Povezanost svih varijabli

		EI - 1	AE - 2	SN - 3	PBC - 4
1	Poduzetničke namjere EI	1			
2	Stav prema poduzetništvu AE	**0,30	1		
3	Individualne norme SN	**0,39	**0,51	1	
4	Percipirana bihevioralna kontrola PBC	**0,35	**0,36	**0,31	1

Izvor: Vlastito istraživanje

4.2. Slabosti istraživanja i preporuke za buduća istraživanja

Iako se tijekom svakog istraživanja nastoji spriječiti pojava nedostataka, svako istraživanje ima određene slabosti i elemente koji bi mogli biti unaprijeđeni. Uobičajeno, istraživanja ove vrste provode se među studentima viših godina studija (Liňán, 2008; Fayolle i Gailly, 2005; Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000; Veciana et al., 2005) te bi svakako bilo poželjno u narednom razdoblju napraviti istraživanje koje bi obuhvatilo studente viših godina različitih profesionalnih profila – dakle, ne samo ekonomske i poslovne orijentacije, nego i studente drugih preddiplomskih studijskih usmjerenja.

Također, kako bi se ispitala djelotvornost, učinkovitost (efikasnost) i uspješnost samog studijskog programa predmeta Poduzetništvo, ali i poslovnih studija uopće (u smislu njihovog utjecaja na percepciju studenata o atraktivnosti i izvodivosti poduzetničke karijere i poduzetničkih namjera), poželjno bi bilo provesti pred- i post-testiranje polaznika smjera Poduzetništvo, ali i izvršiti usporedbu s kontrolnim

grupama studenata poslovnih studija i kontrolnim grupama studenata drugih profesionalnih usmjerenja koji nisu polaznici ovakvih programa.

Konačno, potpuna slika o predmetnoj tematici stekla bi se tek provođenjem istraživanja na širem uzorku mladih koji bi trebao uključiti i studente poslovnih studija drugih ekonomskih fakulteta u Bosni i Hercegovini.

5. ZAKLJUČAK

U Bosni i Hercegovini poduzetništvu se u praksi, ali i teoriji, posvećuje nedovoljno pažnje usprkos činjenici da ono (poduzetništvo) ima značajan razvojni potencijal za društvo i gospodarstvo. Prema rezultatima našeg istraživanja, mladi u Bosni i Hercegovini poduzetništvo smatraju privlačnim i mogućim profesionalnim izborom u budućnosti, ali ne i najprivlačnijim mogućim. Druge mogućnosti zaposlenja, poput zaposlenja u javnim institucijama ili velikim poduzećima, studenti/studentice percipiraju prihvatljivijim. Dodatno, veću poduzetničku namjeru iskazuju studenti koji u bliskom okruženju imaju poduzetnika/poduzetnicu. Sve ovo upućuje na potrebu da obrazovni sustav u Bosni i Hercegovini učenicima/učenicama i studentima/studenticama učini ideju poduzetništva bliskom i poznatom te da potiče i razvija privlačnost prema poduzetničkoj karijeri kao profesionalnim izboru kod mladih. Ovakav pristup može osigurati jedino obrazovni sustav koji bi bio vođen poduzetništvom na svim razinama obrazovanja, od predškolskog, preko osnovnog, do visokog obrazovanja.

Poduzetnost i poduzetničko ponašanje determinirani su nizom faktora čije ovladavanje pretpostavlja njihovo potpuno razumijevanje. Da bi se to postiglo, potrebno je u budućnosti provesti istraživanja koja će osvijetliti način na koji ovi faktori, svaki pojedinačno i svi zajedno, djeluju na generiranje poduzetničkih namjera i poduzetničkog ponašanja kod mladih u Bosni i Hercegovini. Istovremeno, kako integrirani pristup i holistička perspektiva osiguravaju cjelovitije razumijevanje uloge koju obrazovanje i sveučilišta imaju u formiranju poduzetničkih namjera studenata, svakako je potrebno koristiti takve koncepte u budućim istraživanjima.

ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF BUSINESS STUDIES STUDENTS IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Munira Šestić, MSc, Senior Teaching Assistant, Faculty of Economics in Sarajevo
Trg oslobođenja 1, 71000 Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 275 909, e-mail: munira.sestic@efsa.unsa.ba

Mirha Bičo Ćar, PhD, Assistant Professor, Faculty of Economics in Sarajevo
Trg oslobođenja 1, 71000 Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 275 908, e-mail: mirha.car@efsa.unsa.ba

Azra Pašić-Mesihović, MSc, Sen. Teaching Assist., Faculty of Economics in Sarajevo
Trg oslobođenja 1, 71000 Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 564 934, e-mail: azra.pasic@efsa.unsa.ba

Senad Softić, PhD, Associated Professor, Faculty of Economics in Sarajevo
Trg oslobođenja 1, 71000 Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 253 757, e-mail: senad.softic@efsa.unsa.ba

ABSTRACT

Entrepreneurship is considered as one of the (key) ways of creating employment and an indirect way of increasing overall economic well-being. This is particularly important for the transition countries, such as Bosnia and Herzegovina. It is therefore justifiable to ask whether today's students in Bosnia and Herzegovina are potential entrepreneurs of tomorrow? The aim of this research was to examine the entrepreneurial intentions of business students in Bosnia and Herzegovina and to identify the determinants of entrepreneurial intentions in this group. The survey included students of the first year of business studies at the Faculty of Economics in Sarajevo after completing the semester and having Entrepreneurship as their college subject. A questionnaire with 25 questions in the form of Likert scale was used for collecting data. The sample covered 190 students of the first year of study. The results of the research were processed using the SPSS where descriptive and correlation analysis was applied. According to the results, surveyed students consider entrepreneurship as an appealing and possible option in the future, but not as the most appealing. Surveyed students find other job opportunities such as public administration, state enterprises and education sector more acceptable.

Keywords: students of business studies, entrepreneurial intentions, entrepreneurial education

LITERATURA

1. Ajzen, I. i Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
2. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
3. Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
4. Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C. i Hay, M. (2001). Entrepreneurial intention among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
5. Fayolle, A. i Gailly, B. (2005). *Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programmes*. Center for Research in Change, Innovation and Strategy of Louvain School of Management, Working Paper 05/2005.
6. IMF (2016) *Country Focus, Bosnia and Herzegovina: Turning the Economy Around*, Preuzeto s <http://www.imf.org/en/News/Articles/2016/09/06/NA090916BosniaandHerzegovina> (30.06.2017.)
7. Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
8. Krueger, N. F., Reilly, M. D. i Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432.
9. Lagarde C. (2013, December 10th). Youth unemployment could prolong eurozone crisis. *The Guardian*. Preuzeto s
10. <https://www.theguardian.com/business/2013/dec/10/youth-unemployment-eurozone-crisis-christine-lagarde-imf>.
11. Liñán, F. i Chen Y. (2006). *Development and validation of an entrepreneurial Intention Questionnaire, (EIQ)*; Working Paper, Departament d'Economia de l'Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona, Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Preuzeto s https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Linan/publication/28117836_Testing_the_Entrepreneurial_Intention_Model_on_a_Two-Country_Sample/links/02bfe50d1b1fdd8ee9000000/Testing-the-Entrepreneurial-Intention-Model-on-a-Two-Country-Sample.pdf (02.07.2017.)
12. Liñán, F. (2008). *Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?*, Int Entrep Manag J 4, 257–272. Preuzeto s <https://institucional.us.es/vie/documentos/resultados/Linan2008.pdf> (23.07.2017.)
13. Miljković Krečar, I. (2013). *Predviđanje poduzetničkog pošańanja u okviru Bandurine teorije samoefikasnosti* (Doktorska disertacija). Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.

14. Petz, B. (ur.) (1992). *Psihologijski rječnik*. Zagreb: Prosvjeta.
15. Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54, 442-454.
16. Peterman N. E. i Kennedy J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. Preuzeto s <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x/full> (10.07.2017.)
17. Reynolds, P. D. (1997). Who start new firms? – Preliminary explorations of firms-in-gestation. *Small Business Economics*, 9(5) 449-462. Preuzeto s <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1007935726528> (02.07.2017.)
18. Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. i Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-30. Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/270820261_An_Attitude_Approach_to_the_Prediction_of_Entrepreneurship (16.07.2017.)
19. Shapero, A. i Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship, u C. A. Kent, D. L. Sexton, i K. H. Vesper (ur.), *Encyclopedia of entrepreneurship*. (str.72-90). Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall. Preuzeto s https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759 (02.07.2017.)
20. Schlaegel, C. i Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. Preuzeto s <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12087/full> (26.07.2017.)
21. Šunje, A. i Čizmić, E. (2005). Preduzetništvo kao preduvjet ekonomskog razvoja – Entrepreneurship as a precondition of economic development, *Zbornik radova, Ekonomski fakultet Sarajevo*, br.25, (str.475-499).
22. Veciana, J. M., Aponte, M. i Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.
23. Vesalainen, J. i Pihkala, T. (1998). Entrepreneurial identity, intentions and the effect of the push factor. *Journal of the Academy of Entrepreneurship*. 3(1). Preuzeto s https://www.researchgate.net/publication/308416709_ENTREPRENEURIAL_IDENTITY_INTENTIONS_AND_THE_EFFECT_OF_THE_PUSH-FACTOR (09.07.2017.)
24. Tabachnick, B. G. i Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd ed.). New York: HarperCollins.