

"Uloga radnih vrijednosti i stavova prema radu i poduzetništvu u poduzetničkim namjerama studenata"

Naletilić, Angela

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:310839>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-25**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

**ULOGA RADNIH VRIJEDNOSTI I STAVOVA PREMA RADU,
POŽELJNOSTI PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIČKE
SAMOEFIKASNOSTI U PODUZETNIČKIM NAMJERAMA
STUDENATA**

Diplomski rad

Angela Naletilić

Mentor: doc. dr. sc. Ana Jakopec

Osijek, 2017.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

Studij: Diplomski studij psihologije

Angela Naletilić

**ULOGA RADNIH VRIJEDNOSTI I STAVOVA PREMA RADU,
POŽELJNOSTI PODUZETNIŠTVA I PODUZETNIČKE
SAMOEFIKASNOSTI U PODUZETNIČKIM NAMJERAMA
STUDENATA**

Diplomski rad

Društvene znanosti, polje psihologija, grana psihologija rada

Mentor: doc. dr. sc. Ana Jakopec

Osijek, 2017.

Sadržaj

Uvod.....	1
Teorijska osnova	2
Cilj, problemi i hipoteze istraživanja	5
Metoda.....	6
Sudionici i postupak	6
Instrumenti	7
Rezultati	9
Rasprava	23
Doprinos, praktične implikacije i ograničenja istraživanja.....	28
Zaključak.....	29

Uloga radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te doživljaja poduzetničke samoefikasnosti u poduzetničkim namjerama studenata

Nalazi sve većeg broja istraživanja upućuju na važnost doživljene poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva u poduzetničkim namjerama studenata. Ipak, u modele se predviđanja poduzetničkih namjera rijetko uključuje stavove nespecifične za poduzetništvo, a još se rjeđe ispituje uloga radnih vrijednosti u poduzetničkim namjerama studenata. Upravo je stoga temeljni cilj provedenog istraživanja bio provjeriti ulogu radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te doživljaja poduzetničke samoefikasnosti u poduzetničkim namjerama studenata. Provedena su dva istraživanja. U prvom istraživanju (*online*) sudjelovalo je 357 studenata iz cijele Hrvatske, u rasponu dobi od 18 do 33 godine. U drugom istraživanju (papir – olovka), sudjelovalo je 400 studenata Ekonomskog i Filozofskog fakulteta u Osijeku. Dobiveni rezultati upućuju da niti radne vrijednosti niti stavovi prema radu nisu značajni prediktori poduzetničkih namjera, osim vrijednosti usmjerenih na osobnu afirmaciju i moć, koje putem poželjnosti poduzetništva i poduzetničke samoefikasnosti djeluju na poduzetničke namjere studenata. Različitost rezultata dobivenih dvjema različitim metodama (papir – olovka i *online*) upućuju na oprez prilikom generaliziranja rezultata primjenom samo jedne metode.

Ključne riječi: poduzetničke namjere, poduzetnička samoefikasnost, poželjnost poduzetništva, stavovi prema radu, radne vrijednosti

The role of work values and attitudes towards work, the desirability of entrepreneurship and the entrepreneurial self-efficacy in entrepreneurial intentions of students

The increasing numbers of research emphasize the importance of entrepreneurial self-efficacy and the desirability of entrepreneurship in entrepreneurial intentions of students. Nevertheless, prediction models of entrepreneurial intention rarely include attitudes that are nonspecific for entrepreneurship as well as the role of work values in entrepreneurial intentions of students. The main aim of the conducted research was to examine the role of work values and attitudes towards work, the desirability of entrepreneurship and understanding of entrepreneurial self-efficacy in entrepreneurial intentions of students. Two studies were conducted. In the first research (*online*) 357 students from all over Croatia participated in the age range of 18 to 33 years. In the second research (paper - pencil) participants were 400 students of the Faculty of Economics and Faculty of Humanities and Social Sciences in Osijek. The obtained results indicate that neither work values nor attitudes towards work are significant predictors of entrepreneurial intentions, apart from values aimed at personal affirmation and power, which, through the desirability of entrepreneurship and entrepreneurial self-efficacy affect entrepreneurial intentions of students. The difference in the results obtained by two different methods (paper - pencil and *online*) points to caution when generalizing results using only one method.

Key words: entrepreneurial intentions, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial desirability, attitudes towards work, work values

Uvod

U posljednjem desetljeću poduzetništvo sve više zaokuplja pažnju znanstvenika diljem svijeta. Razlog tomu je rastuća potreba za poduzetnicima koji ubrzavaju gospodarski razvoj kroz stvaranje novih ideja i njihovo pretvaranje u profitabilne pothvate. Izravna pozitivna veza između razine poduzetničke aktivnosti i ekonomskog blagostanja upravo je dovela do toga da većina zemalja daje potporu razvoju poduzetništva te poduzetništvo definiraju kao prioritet (Jeger, 2013). Poduzetničke aktivnosti nisu samo inkubatori tehnoloških inovacija, oni pružaju mogućnost novih zaposlenja i povećavaju kompetitivnost tržišta (Reynolds, 1987; Zahra, 1999; Turker i Selcuk 2008). S obzirom da je poduzetništvo važno za gospodarski rast, važno je pažnju usmjeriti na poduzetničke aktivnosti, odnosno na razumijevanje zašto samo neki odabiru poduzetničku karijeru. Poduzetničke namjere su pokazale prediktivnu snagu u situacijama donošenja odluke o pokretanju pothvata i prije nego je uočena prilika ili je potraga za prilikom tek započela (Krueger i sur., 2000) stoga je veliki fokus u istraživanjima poduzetništva stavljen na poduzetničke namjere.

Nekoliko istraživanja je pokušalo definirati koji faktori određuju poduzetničke namjere, a pri tome su najveći uspjeh doživjeli socijalno – kognitivni modeli predviđanja poduzetničkih namjera. Osim što uključuju utjecaj situacije, prednost modela očituje se u tendenciji integriranja ekonomske i psihološke perspektive. Ako se uzme u obzir da je poduzetnički pothvat proces koji zahtjeva i planiranje i visoku razinu kognitivnog procesiranja, poduzetničko ponašanje se smatra tipom planiranog ponašanja koje se može objasniti modelima namjere (Krueger, Reilly i Carsrud, 2000). Iako socijalno – kognitivni modeli predviđanja poduzetničkih namjera predstavljaju korak naprijed u istraživanjima poduzetničkog ponašanja, još uvijek ne uspijevaju u potpunosti objasniti poduzetničko ponašanje. S obzirom na složenost pojma poduzetništva i faktora koji utječu na odluku da se postane poduzetnikom, moguće je da je takva odluka pod utjecajem vrijednosti i stavova koje osoba posjeduje prema pojmu rada. Ipak, u modele se predviđanja poduzetničkih namjera rijetko uključuje psihološke varijable nespecifične za poduzetništvo poput radnih vrijednosti i radnih stavova.

Sukladno tomu, cilj je ovoga rada provjeriti ulogu radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te poduzetničke samoefikasnosti u poduzetničkim namjerama studenata te proširiti postojeću literaturu nalazima o ulozi radnih vrijednosti i stavova u objašnjenju poduzetničkih namjera studenata.

Teorijska osnova

Poduzetničke namjere Bird (1988) definira kao svjesno stanje uma koje utječe i usmjerava osobnu pozornost, događaje i ponašanje prema planiranom poduzetničkom ponašanju. 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; prema Kruger i sur., 2000). Prema Miljković Krečar (2013) namjera usmjerava odluku na ciljano ponašanje, stoga je njegov najznačajniji prediktor. Sesen (2013) ističe da je namjera prvi korak razvoja poduzetničkog pothvata te je vrlo važna za razumijevanje odluke o njegovu pokretanju. Prema Goethner i sur. (2012) namjere su kognitivni prikazi pojedinačne spremnosti i planirane količine napora kojeg je isti voljan uložiti u svrhu poduzetničkog pothvata.

Istraživanja su pokazala da su poduzetničke namjere pod utjecajem širokog raspona individualnih razlika, a poduzetnici su kroz razna istraživanja generalno percipirani kao osobe koje karakterizira ambicioznost, odgovornost, marljivost, inovativnost, kreativnost i asertivnost (Jeger, 2013). Međutim, takve općenite crte imaju ograničenu predikciju specifičnih pojmova kao što su poduzetničke namjere (Krueger, 2007) te se naglašava potreba za dodatnim istraživanjem kognitivnih struktura i shema koje su karakteristične za poduzetnički način razmišljanja. Dosadašnja su istraživanja podcijenila ulogu vrijednosti u razumijevanju kognitivnih mehanizama koji vode odluci o osnivanju poduzeća (Zhao, Siebert i Hills, 2005). Vrijednosti mogu utjecati na namjeru izvođenja određenog ponašanja indirektno, preko stavova i subjektivnih normi, ali i direktno (de Groot i Steg, 2010).

Radne vrijednosti odnose se na relativno trajne ideale koji trebaju postojati u radnom ponašanju (Dawis, 1991; prema Shea – Von Fossen i Vredenburg, 2014). S obzirom da vrijednosni sistem pojedinca predstavlja psihološku osnovu za razvoj profesionalne uloge pojedinca te ujedno i predodređuje njegovo buduće ponašanje, vrlo je važno poznavanje radnih vrijednosti (Franceško, 2014).

Edwards i Cable (2009, prema Hirsche i Fischer, 2013) u pokušaju transferiranja Schwartzovih deset univerzalnih vrijednosti u domenu rada, predlažu osam radnih vrijednosti: vrijednosti transcencije reprezentirane altruizmom i odnosom s drugima, vrijednosti napretka reprezentirane plaćom i prestižom, vrijednosti konzervativizma reprezentirane sigurnošću i autoritetom i vrijednosti otvorenosti za promjene reprezentirane raznolikošću i autonomijom. Franceško i sur. (2014) razvijaju *Upitnik radnih vrijednosti* i pri tome razlikuju 1) *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu*, 2) *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć*, 3) *Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada*, 4) *Stabilnost i*

kvaliteta međuljudskih odnosa i 5) Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja. Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu uključuju efikasnost u radu, pouzdanost, planiranje i dobru organizaciju. Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć uključuju prestiž, status, individualni uspjeh i osobnu odgovornost. Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada uključuju vrijednosti poput važnosti ostvarenja ciljeva i uspjeha grupe te uvažavanje potreba članova tima. Vrijednosti stabilnosti i kvalitete međuljudskih odnosa uključuju vrijednosti poput ugodne atmosfere i međusobnog poštovanja radnih kolega, a Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja uključuju vrijednosti poput kažnjavanja lošeg rada, nagrađivanja prema radnom učinku i kontrole zaposlenih.

Vrijednosti napretka (plaća i prestiž) i vrijednosti otvorenosti za promjene značajni su pozitivni, a konzervativne vrijednosti (sigurnost i autoritet) značajni su negativni prediktori poduzetničkih namjera (Cable i Edwards, 2004). Sagiv (2002) izvještava o pozitivnoj povezanosti poduzetničkih namjera i vrijednosti vezanih uz moć kao i to da su upravo navedene vrijednosti u podlozi karijernog puta poduzetnika te im one omogućavaju realizaciju osobnih potreba kao što su prihodi, status i prestiž. Sagiv (2002) navodi da poduzetničke namjere negativno koreliraju s vrijednostima poput altruizma ili empatije. Poduzetnike se često opisuje kao egoistične, s visokom potrebom za kontroliranjem i postignućem (Lock i Baum (2007); Mueller i Thomas (2000); Moriano, Palaci i Morales (2007)).

Kao kognitivne strukture, vrijednosti se smatraju hijerarhijski nadređenima stavovima i ponašanju. Trajne i stabilne, vrijednosti su te koje određuju i usmjeravaju i stavove i ponašanje pojedinca (Eysenck, 1954.; Rokeach, 1973.; Schwartz, 1992.) Ucanok (2009; prema Franceško, 2013) navodi da se organizacijsko ponašanje i s tim povezane organizacijske vrijednosti mijenjaju ovisno o stavovima prema radu te naglašavaju važnost ispitivanja radnih stavova. Judge i Kammeyer-Mueller (2012) definiraju stav prema radu kao osobnu evaluaciju posla koja odražava osjećaje prema poslu, vjerovanja i povezanost s poslom. Wrzesniewski i sur. (1997) govore o tri generalna stava prema poslu, koje oni definiraju kao radne orijentacije: 1) pojedinci koji rad doživljavaju kao instrument za zadovoljenje potreba, 2) pojedinci koji rad doživljavaju kao priliku za uspjehom i prestižom i 3) pojedinci koji rad doživljavaju kao integralni dio njihovog života i priliku za osobno ispunjenje. Franceško, Manasijević i Markov (2013) razvili su *Skalu stavova prema radu* koja se sastoji od 25 čestica raspoređenih u tri faktora: 1) *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba* 2) *Rad kao neugodna obaveza* i 3) *Rad kao osobno ispunjenje*. Prvi faktor ukazuje na percepciju rada kao puta do materijalnog blagostanja, statusa, uspjeha i napretka. Drugi faktor ukazuje na percepciju rada kao neugodne aktivnosti, a

ujedno odražava i stavove poput onih da se pametni snalaze, a manje pametni moraju raditi. Treći faktor ukazuje na važnost doprinosa rada osobnom ispunjenju te ujedno predstavlja najširi okvir pozitivnog odnosa prema radu kroz koji ljudi ostvaruju svoj osobne potencijale.

Kako su dosadašnji rezultati istraživanja osobnih karakteristika poduzetnika dali relativno skroman doprinos određivanju jednadžbe za predviđanje poduzetničke aktivnosti (Jeger, 2013), u pristupu poduzetničkim namjerama velika se važnost pridaje konceptualnim modelima koji u obzir uzimaju interakciju osobnih karakteristika i socijalnih obilježja. Dva najčešće korištena teorijska okvira su Ajzenova teorija planiranog ponašanja (engl. *Theory of planned behaviour* – TBP; Ajzen, 1991) i Model poduzetničkog događaja (engl. *Model of the Entrepreneurial Event* – EEM; Shapero i Sokol, 1982).

Prema Ajzenovoj teoriji, poduzetničko ponašanje je rezultat namjera, a namjere su funkcija stavova, subjektivnih normi i bihevioralne kontrole (Rox i sur., 2008). Odnosno, prema Ajzenu, namjera za obavljanje određenog ponašanja ovisit će o poželjnosti izvođenja ponašanja, utjecaju socijalne ili kulturalne okoline te vlastitoj percepciji o mogućnosti izvedbe takvog ponašanja. U Shaperovom modelu poduzetničkog događaja, poduzetničke namjere ovise o tri elementa: percepciji poželjnosti, provedivosti i spremnosti na djelovanje (Shapero, 1982), a uz osnovne elemente modela, za razmatranje poduzetničke opcije iznimno je značajan vanjski okidač, odnosno događaj koji može biti negativan, neutralan ili pozitivan. Poželjnost se definira kao subjektivna percepcija atraktivnosti poduzetništva (Sesen, 2013), provedivost se odnosi na vjerovanje osobe da li je sposobna izvesti takav čin (Krueger i sur., 2000), a spremnost na djelovanje se odnosi na sklonost za djelovanje kada se za to ukaže prilika (Nabi i sur., 2010; prema Sesen, 2013). Liñán i Chen (2006) navode kako je Teorija poduzetničkog događaja vrlo kompatibilna s Teorijom planiranog ponašanja te se može primijeniti na sva dobrovoljna ponašanja, pružajući dobre rezultate u vrlo različitim područjima, uključujući i izbor profesionalne karijere. Percipirana poželjnost u Modelu poduzetničkog događanja, koja je rezultat društvenog i kulturalnog utjecaja, u Ajzenovoj teoriji odgovara konceptima stava prema ponašanju i subjektivnoj normi, dok percipirana izvedivost odgovara percipiranoj ponašajnoj kontroli. Jedna od poveznica ova dva modela je činjenica da niti jedan model ne podrazumijeva izravan utjecaj vanjskih faktora na formiranje namjera. Vanjski faktori (npr. situacijski čimbenici), kroz osobne stavove i subjektivne norme (teorija planiranog ponašanja) ili percepciju poželjnosti i izvodljivosti ponašanja (model poduzetničkog događaja), posredno utječu na formiranje poduzetničkih namjera (Jeger, 2013).

Nadalje, percipirana ponašajna kontrola u Ajzenovom modelu, te percipirana izvedivost u modelu poduzetničkog događaja vrlo su slične pojmu poduzetničke samoefikasnosti (Liñán,

2004). Sesen (2013) definira poduzetničku samoefikasnost kao vjerovanje osobe u vlastitu sposobnost osnivanja i uspješnog vođenja poduzeća. Poduzetnička samoefikasnost u brojnim je istraživanjima najznačajniji pojedinačni prediktor poduzetničkih namjera i poduzetničkog ponašanja, ali i značajan prediktor kasnijeg uspjeha poduzeća (Otuya i sur., 2013). Dabić i sur. (2012) su na velikom uzorku studenata u deset zemalja utvrdili da studenti s namjerom pokretanja poduzeća izvještavaju o višim razinama doživljene poduzetničke samoefikasnosti u odnosu na studente koji nisu iskazali namjeru pokrenuti poduzeće. Giagtzi (2013) te Liñán i suradnici (2005, 2011) potvrdili su pozitivan utjecaj poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva na poduzetničke namjere.

S obzirom na nedovoljnu istraženost kognitivnih struktura i shema koje su su u podlozi poduzetničkog načina razmišljanja, cilj je ovoga rada ispitati i ulogu stavova prema radu i radnih vrijednosti u poduzetničkim namjerama studenata. Isto tako, valjalo bi provjeriti doprinos poželjnosti poduzetništva i poduzetničke samoefikasnosti u objašnjenju poduzetničkih namjera.

Cilj, problemi i hipoteze istraživanja

Cilj istraživanja

Provjeriti ulogu radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te poduzetničke samoefikasnosti u poduzetničkim namjerama studenata

Problemi

1. Provjeriti faktorsku strukturu *Upitnika stavova prema radu* i *Upitnika radnih vrijednosti*
2. Utvrditi doprinos radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te doživljene poduzetničke samoefikasnosti poduzetničkim namjerama studenata

Hipoteze

H1.1: Očekuje se potvrđivanje petfaktorske strukture *Upitnika radnih vrijednosti* (*Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu, Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć, Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada, Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa i Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja*) u oba istraživanja, internetskom (Istraživanje I) i papir-olovka (Istraživanje II)

H1.2: *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu, Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* te *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja* bit će

značajan pozitivan, a *Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada te Vrijednosti usmjerene na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* bit će značajan negativan prediktor *poduzetničkih namjera studenata* u oba istraživanja, internetskom (Istraživanje I) i papir-olovka (Istraživanje II)

H2.1: Očekuje se trofaktorska struktura *Upitnika stavova prema radu (Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba, Rad kao neugodna obaveza i Rad kao osobno ispunjenje)* u oba istraživanja, internetskom (Istraživanje I) i papir-olovka (Istraživanje II) .

H2.2: *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba i Rad kao osobno ispunjenje* bit će značajni pozitivni, a *Rad kao neugodna obaveza* bit će značajan negativan prediktor *poduzetničkih namjera studenata* u oba istraživanja, internetskom (Istraživanje I) i papir-olovka (Istraživanje II) istraživanju.

H3: *Poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost* bit će pozitivni prediktori *poduzetničkih namjera studenata* u oba istraživanja, internetskom (Istraživanje I) i papir-olovka (Istraživanje II).

Metoda

Sudionici i postupak

U svrhu provjere uloge radnih vrijednosti i stavova prema radu, poželjnosti poduzetništva te poduzetničke samoefikasnosti u poduzetničkim namjerama studenata provedena su dva istraživanja kojima je obuhvaćeno ukupno N=757 studenata. U oba su istraživanja ispitivani isti konstrukti (*radne vrijednosti i radni stavovi studenata, poželjnost poduzetništva, poduzetnička samoefikasnost te poduzetničke namjere studenata*) istim upitnicima. Prije ispunjavanja upitnika, u oba je istraživanja sudionicima naglašeno kako je sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno, potpuno povjerljivo, kao i da će se dobiveni rezultati obrađivati grupno i koristiti isključivo u znanstveno-istraživačke svrhe. Na početku obje verzije upitnika nalazila su se pitanja vezana uz sociodemografske varijable (spol i dob). Podaci su obrađeni statističkim programom IBM SPSS 22 te IBM SPSS for AMOS 22.

Prvo je istraživanje (Istraživanje I) provedeno internetskim pristupom (*online*) te je u njemu sudjelovalo ukupno N=357 studenata (od čega N=276 (77.3 %) studentica). Poveznice za ispunjavanje upitnika bile su objavljene na internetskim stranicama *Facebook, Istraži.me* i

Forum.hr te su se dodatno distribuirale metodom snježne grude. Sudionici su bili studenti različitih fakulteta s područja Republike Hrvatske. Raspon dobi sudionika je između 18 i 33 godine ($M=22.09$, $SD=2.075$).

Drugo je istraživanje (Istraživanje II) provedeno grupno, metodom papir-olovka, nakon što su Uprave fakulteta odobrile provedbu istraživanja te su s predmetnim nastavnicima dogovoreni termini provedbe istraživanja tijekom održavanja redovne nastave. U Istraživanju II ukupno je sudjelovalo $N=400$ studenata Filozofskog i Ekonomskog fakulteta u Osijeku (od čega $N=282$ (70.5%) studentice). U istraživanje je uključeno $N=220$ (55%) studenata Ekonomskog, odnosno $N=180$ studenata Filozofskog fakulteta u Osijeku. Raspon dobi sudionika je između 18 i 36 godina ($M=22.32$, $SD=2.51$).

Instrumenti

Kako je ranije navedeno, u oba su se istraživanja mjerili isti konstrukti (*radne vrijednosti i radni stavovi studenata, poželjnost poduzetništva, poduzetnička samoefikasnost te poduzetničke namjere studenata*) istim upitnicima. Zadatak je sudionika (u oba istraživanja, za svaku skalu) bio označiti u kojoj se mjeri slaže s tvrdnjama na skali Likertovog tipa od 1 = *u potpunosti se ne slažem* do 5 = *u potpunosti se slažem*, izuzev skala *Upitnika stavova prema radu* koje su procjenjivane na skali od 1 do 4 (*1 = uopće se ne slažem, 4 = u potpunosti se slažem*). Kompozitni je rezultat (u oba istraživanja, za svaku skalu) izražen kao prosječna vrijednost svih tvrdnji pojedine (sub)skale. Pri tome, viši rezultati upućuju na veću izraženost (dimenzija) pojedinog konstrukta.

Upitnik stavova prema radu

Upitnik stavova prema radu (Franceško, Manasijević i Markov, 2013) konstruiran je s ciljem provjere značenja koje studenti pridaju radu. Upitnik se sastoji od 25 čestica podijeljenih u 3 subskale: *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba*, *Rad kao neugodna obaveza* i *Rad kao osobno ispunjenje*. Za potrebe ovoga istraživanja korištene su samo čestice s najvećim faktorskim zasićenjima (ukupno 12 čestica), a s ciljem manjeg zamora sudionika. Dakle, svaka se subskala sastoji od četiri čestice. Koeficijent unutarnje konzistencije (Cronbach alpha) za subskalu *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba* iznosi .66, za subskalu *Rad kao neugodna obaveza* .70, a za subskalu *Rad kao osobno ispunjenje* .76 u Istraživanju 1, te u Istraživanju II koeficijent unutarnje konzistencije za subskalu *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba* iznosi .67, za subskalu *Rad kao neugodna obaveza* .70, a za subskalu *Rad kao osobno ispunjenje* .74.

Upitnik radnih vrijednosti

Upitnik radnih vrijednosti (Franceško, Manasijević, Suvajdžić, Kosanović, 2014) konstruiran je s ciljem ispitivanja strukture radnih vrijednosti kod studenata. Upitnik se sastoji od 5 subskala: *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu*, *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć*, *Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada*, *Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa* i *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja*. Upitnik sadrži ukupno 56 pojmova koji su indikatori pojedinih radnih vrijednosti. Za potrebe ovoga istraživanja korištene su samo čestice s najvećim faktorskim zasićenjima (ukupno 20 čestica), a s ciljem manjeg zamora sudionika. Dakle, svaka se od pet subskala sastoji od četiri čestice. Koeficijent unutarnje konzistencije (Cronbach alpha) u Istraživanju I za subskalu *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu* iznosi .87, za subskalu *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* .77, za subskalu *Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada* .84, za subskalu *Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa* .82 i za subskalu *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja* .67. Koeficijent unutarnje konzistencije (Cronbach alpha) u Istraživanju II za subskalu *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu* iznosi .74, za subskalu *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* .65, za subskalu *Vrijednosti čije je zajedničko obilježje izgrađivanje timskog rada* .78, za subskalu *Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa* .76 i za subskalu *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja* .53.

Skala poduzetničke samoefikasnosti

Skala poduzetničke samoefikasnosti (Linan i Chen, 2006) jednofaktorska je skala koja se sastoji od šest čestica, a kojom se procjenjuje vjerovanje u vlastitu sposobnost osnivanja i uspješnog vođenja poduzeća. Unutarnja konzistentnost skale iznosi .82 u Istraživanju I i .86 u Istraživanju II.

Skala poželjnosti poduzetništva

Skala poželjnosti poduzetništva (Linan i Chen, 2006) jednofaktorska je skala koja se sastoji od šest čestica, a kojom se procjenjuje privlačnost poduzetništva kao poslovne opcije. Unutarnja konzistentnost upitnika iznosi .89 u Istraživanju I i .81 u Istraživanju II.

Upitnik namjere uključivanja u poduzetničke aktivnosti

Upitnik namjere uključivanja u poduzetničke aktivnosti (Linan i Chen, 2006) upitnik je kojim se procjenjuje namjere osobe za uključivanjem u poduzetničke aktivnosti, odnosno

stvaranjem vlastitog poslovnog pothvata. Jednofaktorski se upitnik sastoji od šest čestica. Unutarnja konzistentnost upitnika iznosi .95 u Istraživanju I i .92 u Istraživanju II.

Rezultati

Testiranje preduvjeta za korištenje parametrijskih postupaka

Prije obrade podataka provjeren je preduvjet za korištenje parametrijskih statističkih postupaka, tj. normalitet distribucija varijabli uključenih u istraživanje. Kolmogorov-Smirnovljevim testom utvrđeno je statistički značajno odstupanje distribucije rezultata od normalne distribucije na svim varijablama korištenim u istraživanju (K-S vrijednosti kreću se od .06 do .20; $p < .05$ (Istraživanje I) odnosno od .04 do .10; $p < .05$ (Istraživanje II). Međutim, treba uzeti u obzir da se kod velikih uzoraka, što je slučaj u ovom istraživanju, Kolmogorov-Smirnovljevim testom često dobiju značajni rezultati, tj. rezultati koji odbacuju hipotezu o normalitetu distribucije (Howell, 2010).

U Istraživanju I vrijednosti indeksa asimetričnosti kreću se od 0.134 do - 1.953, a vrijednosti indeksa zakrivljenosti kreću se od 0.197 do 6.345, dok se u Istraživanju II vrijednosti indeksa asimetričnosti kreću od 0.122 do 1.332, a vrijednosti indeksa zakrivljenosti od .004 do 1.529. Iako se navedene vrijednosti indeksa asimetričnosti i zakrivljenosti razlikuju od nulte, karakteristične za normalnu distribuciju (Field, 2009), ipak su u okvirima prihvatljivih vrijednosti: indeks asimetričnosti < 3 , indeks zakrivljenosti < 8 (Kline, 2005). Naime, kod velikih uzoraka ($N > 200$) postoji rizik dobivanja značajnih rezultata čak i kad vrijednosti indeksa asimetričnosti i zakrivljenosti ne odstupaju statistički značajno od normalne distribucije (Field, 2009).

Vizualnom inspekcijom histograma utvrđeno je da su rezultati na subskalama radnih vrijednosti negativno asimetrični odnosno većina rezultata grupira se na desnoj strani histograma dok ih je na lijevoj značajno manje. Takva distribucija rezultata je očekivana jer je većina sudionika izvijestila da su im brojne radne vrijednosti visoko važne u radnom okruženju.

Ukratko, neki od pokazatelja normalnosti distribucije (Kolmogorov-Smirnov test, izgled histograma) ukazuju na to da je dio podataka distribuiran normalno, a dio asimetrično. Treba uzeti u obzir kako je Kolmogorov-Smirnovljevi test ponekad prestrog pokazatelj normalnosti distribucije jer je osjetljiv na veličinu uzorka te može biti značajan čak i kada su rezultati neznatno različiti od normalne distribucije (Field, 2009), zbog čega se treba koristiti uz druge pokazatelje normalnosti distribucije. Indeksi asimetričnosti i spljoštenosti prema Klineovima parametrima normalnosti distribucije pokazuju da se sve distribucije mogu smatrati normalnima.

Iz navedenih razloga u daljnjoj statističkoj obradi rezultata korišteni su parametrijski statistički postupci.

Faktorska analiza Upitnika stavova prema radu

S ciljem provjere faktorske strukture Upitnika stavova prema radu, provedene su konfirmatorne faktorske analize. Provjereni model podrazumijeva postojanje trofaktorskog modela stavova prema radu, koji se sastoji od tri latentna i međusobna povezana faktora, a svakom latentnom faktoru pridružena su četiri pripadajuća manifestna indikatora.

Procjena slaganja pretpostavljenog modela s podacima izvršena je na temelju sljedećih pokazatelja: Hi-kvadrat test, *NC* (*normed chi-square*), *CFI* (*Comparative Fit Index*), *TLI* (*Tucker-Lewis Indeks*) i *RMSEA* (*Root Mean Square Error of Approximation*). Hi-kvadrat test jedan je od najstarijih i osnovnih indikatora slaganja modela s podacima u konfirmatornoj analizi (Brown, 2006). Međutim, zbog svoje osjetljivosti na veličinu uzorka, pri čemu je gotovo nemoguće ne odbaciti nul-hipotezu u istraživanjima u kojima su korišteni veliki uzorci (Jöreskog i Sörbom, 1993), preporuča se i korištenje drugih indikatora slaganja pretpostavljenog modela s podacima (Kline, 1999). Nešto manje osjetljiv na veličinu uzorka je *NC* (Normirani hi-kvadrat) te je gornja granica preporučene vrijednosti 5.0 (Schumacker i Lomax, 2004). Nadalje, vrijednosti *CFI* indikatora koje ukazuju na zadovoljavajuće slaganje pretpostavljenih modela s podacima trebale bi biti $\geq .90$ (Hoe, 2008), vrijednosti *TLI* indikatora $\geq .90$ (Hooper i sur., 2008), a gornja granica preporučene *RMSEA* vrijednosti iznosi .07 (Steiger, 2007). Pokazatelji slaganja pretpostavljenih modela s podacima prikazani su u *Tablici 1*.

Tablica 1. Pokazatelji slaganja pretpostavljenih modela upitnika Stavova prema radu za Istraživanje I i Istraživanje II

Pokazatelji slaganja	χ^2	<i>SS</i>	<i>NC</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>	<i>RMSEA</i>
	117.289**	44	2.67	.93	.90	.069
	63.507*	45	1.41	.98	.98	.032

Napomena. ** $p < .01$; * $p < .05$. Standardnim fontom prikazani su rezultati Istraživanja I, a opcijom **bold** rezultati Istraživanja II.

Rezultati različitih pokazatelja slaganja modela s podacima pokazuju da pretpostavljeni model u zadovoljavajućoj mjeri odgovara podacima, čime je u oba istraživanja potvrđena prihvatljivost modela koji uvažava trofaktorsku strukturu Upitnika stavova prema radu, čime je potvrđena hipoteza H2.1. Pokazatelji slaganja upućuju na zaključak da model bolje odgovara

podacima dobivenim Istraživanjem II u odnosu na podatke dobivene Istraživanjem I. Faktorska zasićenja pojedinih indikatora pripadajućim latentnim konstruktima unutar pretpostavljenog modela prikazana su u *Tablici 2*. Korelacije latentnih faktora u Istraživanju I kreću se u rasponu od .46 do .76, odnosno od .45 do .64 u Istraživanju II. Sve su utvrđene korelacije statistički značajne ($p < .01$). S obzirom da korelacije među pojedinim faktorima nisu visoke ili vrlo visoke, može se zaključiti da je diskriminativna valjanost mjerenih konstrukata zadovoljavajuća.

Tablica 2. Faktorska zasićenja pojedinih indikatora pripadajućim latentnim konstruktima u Istraživanju I i Istraživanju II

Čestice pojedinih latentnih konstrukata	Standardizirana faktorska zasićenja	
Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba		
Radom si pojedinac osigurava status u društvu	.49	.32
Rad je najbolje sredstvo stjecanja onoga što nam je važno u životu	.76	.56
Rad je put do uspjeha	.51	.79
Ljudi rade zato što je to način stvaranja i napredovanja	.54	.61
Rad kao obaveza		
Ne isplati se raditi.	.62	.69
Nema užitka u radu.	.73	.69
Kada čovjek počne raditi završio je s lijepim životom.	.58	.37
Rad je obaveza od koje nemamo puno koristi.	.78	.67
Rad kao osobno ispunjenje		
Rad me ispunjava.	.85	.92
U životu bi mi bilo dosadno kada ne bih bio radno angažiran.	.69	.57
Radio bih i kada bih bio materijalno osiguran.	.52	.45
Rad je najbolje sredstvo stjecanja onoga što nam je važno u životu.	.53	.53

Napomena. Standardnim fontom su prikazani rezultati za Istraživanje I, a opcijom **bold** su prikazani rezultati za Istraživanje II; Sva su standardizirana faktorska zasićenja značajna ($p < .01$)

Faktorska analiza Upitnika radnih vrijednosti

S ciljem provjere faktorske strukture Upitnika radnih vrijednosti, provedene su također konfirmatorne faktorske analize. Provjereni model podrazumijeva postojanje petfaktorskog modela radnih vrijednosti, koji se sastoji od pet latentnih i međusobno povezanih faktora, a

svakom latentnom faktoru pridružena su četiri pripadajuća manifestna indikatora. Procjena slaganja pretpostavljenog modela s podacima izvršena je na isti (gore opisani) način.

Tablica 3. Pokazatelji slaganja pretpostavljenih modela radnih vrijednosti u Istraživanju I i Istraživanju II

Pokazatelji slaganja	χ^2	SS	NC	CFI	TLI	RMSEA
	358.5**	152	2.36	.94	.93	.06
	341.125*	154	2.22	.92	.90	.05

Napomena. ** $p < .01$; * $p < .05$. Standardnim su fontom prikazani rezultati Istraživanja I, a opcijom **bold** rezultati Istraživanja II.

Rezultati različitih pokazatelja slaganja modela s podacima pokazuju da pretpostavljeni model u zadovoljavajućoj mjeri odgovara podacima (*Tablica 3*), čime je u oba istraživanja potvrđena prihvatljivost modela koji uvažava petfaktorsku strukturu Upitnika radnih vrijednosti, odnosno potvrđena je hipoteza H1.1. Faktorska zasićenja pojedinih indikatora pripadajućim latentnim konstruktima unutar pretpostavljenog modela, prikazana su u *Tablici 5*. Korelacije latentnih faktora u Istraživanju I kreću se u rasponu od .62 do .91, odnosno od .39 do .81 u Istraživanju II. Sve su utvrđene korelacije statistički značajne ($p < .01$). Ipak, visoka korelacija latentnih faktora F1 i F4 ($r = .91$; $p < .01$) u Istraživanju I dovodi u pitanje diskriminativnu valjanost dva latentna faktora te upućuje na mogućnost da se zapravo radi o jednom zajedničkom latentnom faktoru, tj., da *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu* i *Vrijednosti stabilnosti i kvalitete međuljudskih odnosa* predstavljaju jedan faktor. Stoga je kreiran i *Model 2* u Istraživanju I koji pretpostavlja četiri međusobno povezana, latentna faktora. U *Tablici 4*. je prikazana usporedba dvaju modela Istraživanja I.

Tablica 4. Indikatori slaganja i usporedbe pretpostavljenih modela radnih vrijednosti u Istraživanju I

Pokazatelji slaganja	χ^2	SS	NC	CFI	TLI	RMSEA	AIC
<i>Model 1</i>	358.5**	152	2.36	.94	.93	.06	514.46
<i>Model 2</i>	398.345**	156	2.55	.93	.92	.06	546.345

Napomena. ** $p < .01$

Kao kriterij usporedbe pretpostavljenog modela i odabira najprihvatljivijeg korišten je *AIC* pokazatelj (*Akaike information criterion*). Općenito, modeli s nižom vrijednosti *AIC* indeksa

najbolje odgovaraju podacima (Brown, 2006). Obzirom na dobivenu nižu vrijednost *AIC* kriterija za *Model 1*, u odnosu na *Model 2*, može se zaključiti da *Model 1* bolje odgovara podacima, tj. petfaktorski model smatra se prihvatljivijim u odnosu na model s četiri faktora.

Tablica 5. Faktorska zasićenja pojedinih indikatora pripadajućim latentnim konstruktima u Istraživanju I i Istraživanju II

Čestice pojedinih latentnih konstrukata	Standardizirana faktorska zasićenja	
Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu		
Efikasnost	.76	.62
Planiranje	.78	.60
Pouzdanost	.84	.71
Dobra organizacija posla	.82	.65
Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć		
Osobna odgovornost	.65	.71
Prestiž	.62	.64
Status	.57	.63
Individualni uspjeh	.75	.65
Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada		
Cilj grupe/kolektiva	.84	.77
Uspjeh grupe/kolektiva	.87	.74
Potrebe grupe/kolektiva	.84	.71
Usmjerenost prema timskom radu	.52	.77
Vrijednosti stabilnosti i kvalitete međuljudskih odnosa		
Uvažavanje drugih	.78	.68
Ugodna atmosfera	.63	.58
Biti poštovan	.73	.64
Stabilnost	.77	.74
Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja		
Kažnjavanje lošeg rada	.46	.43
Kontrola zaposlenih	.60	.59
Naredbe	.57	.54
Nagrađivanje prema radnom učinku	.68	.41

Napomena. Standardnim fontom su prikazani rezultati za Istraživanje I, a opcijom **bold** su prikazani rezultati za Istraživanje II; Sva su standardizirana faktorska zasićenja značajna ($p < .01$)

Deskriptivna statistika

U *Tablici 6.* prikazane su prosječne vrijednosti, standardne devijacije, Cronbach alpha koeficijenti unutarnje konzistencije te teorijski i empirijski rasponi varijabli uključenih u istraživanja.

Tablica 6. Prosječne vrijednosti, standardne devijacije, minimalne i maksimalne vrijednosti te koeficijenti unutarnje konzistencije svih varijabli mjerenih u Istraživanju I i Istraživanju II

Varijabla	<i>M</i>	<i>SD</i>	α	Raspon						
				Teorijski	Empirijski					
STAV1	3.47	3.07	.458	.548	.66	.67	1-4	1-4	1-4	1.25-4
STAV2	3.59	2.47	.445	.442	.70	.70	1-4	1-4	1,25-4	1-3.5
STAV3	3.39	3.08	.566	.633	.76	.74	1-4	1-4	1-4	1-4
VR1	4.51	4.58	.595	.447	.87	.74	1-5	1-5	1-5	2-5
VR2	3.94	4.14	.705	.598	.77	.65	1-5	1-5	1-5	2-5
VR3	4.06	4.17	.728	.642	.84	.78	1-5	1-5	1-5	1-5
VR4	4.49	4.67	.600	.427	.82	.76	1-5	1-5	1-5	3-5
VR5	3.48	3.86	.713	.579	.67	.53	1-5	1-5	1-5	2.25-5
PP	3.53	2.87	1.005	1.021	.89	.81	1-5	1-5	1-5	1-5
PS	3.11	3.34	.810	.785	.82	.86	1-5	1-5	1-5	1-5
PN	2.75	3.46	1.152	.433	.95	.92	1-5	1-5	1-5	1-5

Napomena. Standardnim su fontom prikazani rezultati Istraživanja I, a opcijom **bold** rezultati Istraživanja II. $N_{I1}=357$; $N_{I2}=400$; STAV1 = Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba; STAV2 = Rad kao neugodna obaveza; STAV3 = Rad kao osobno ispunjenje; VR1 = Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu; VR2 = Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć; VR3 = Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada; VR4 = Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa; VR5 = Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja, PP= Poželjnost poduzetništva, PS= Poduzetnička samoefikasnost, PN= Poduzetničke namjere

Aritmetičke sredine svih primijenjenih upitnika bliže su teoretski maksimalnim rezultatima u oba istraživanja, što ukazuje na asimetričnost distribucije rezultata. Dok studenti u Istraživanju I (*online*) najčešće doživljavaju rad *kao neugodnu obavezu*, studenti u Istraživanju II (papir – olovka) najčešće doživljavaju *rad kao osobno ispunjenje*. U oba istraživanja studentima su najvažnije *vrijednosti stabilnosti i kvalitete međuljudskih odnosa*.

Većina koeficijenata ukazuje na visoku unutarnju pouzdanost ($\alpha > .70$), a nekoliko ih je ispod navedene granice. Nadalje, u obzir se treba uzeti i broj čestica koje čine skale (četiri) te je i u tome slučaju prihvatljiva i vrijednost koeficijenta unutarnje konzistencije ispod preporučene vrijednosti od .70 (Kline, 1999; prema Field, 2009).

Korelacije mjerenih varijabli

U Tablici 7. i 8. prikazane su interkorelacije svih mjerenih varijabli u Istraživanju I i Istraživanju II.

Tablica 7. Interkorelacije mjerenih varijabli u Istraživanju I

Varijabla	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Spol	-	-.03	.09	.22**	.18**	.14*	.03	.09	.26**	.04	-.24**	-.20**	-.24**
2. Dob		-	-.1	.01	.08	.06	.03	.04	.01	.00	.13*	.04	.09
3.STAV1			-	.29**	.48**	.25**	.37**	.24**	.24**	.33**	-.01	.10	.07
4.STAV2				-	.36**	.25**	.20**	.24**	.26**	.03	.03	.08	.03
5.STAV3					-	.27**	.27**	.29**	.24**	.24**	.11*	.16**	.17**
6.VR1						-	.60**	.65**	.78**	.51**	.09	.05	.08
7.VR2							-	.47**	.56**	.56**	.18**	.17**	.15**
8.VR3								-	.56**	.52**	.11*	.14**	.09
9.VR4									-	.50**	-.01	-.01	-.11*
10.VR5										-	.13*	.13*	.11*
11.PS											-	.58**	.65**
12. PP													.82**
13.PN													

Napomena. ** $p < .01$; * $p < .05$; STAV1 = Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba; STAV2 = Rad kao neugodna obaveza; STAV3 = Rad kao osobno ispunjenje; VR1 = Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu; VR2= Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć; VR3 = Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada; VR4= Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa; VR5 = Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja, PP= Poželjnost poduzetništva, PS= Poduzetnička samoefikasnost, PN= Poduzetničke namjere

Tablica 8. Interkorelacije mjerenih varijabli u istraživanju II

Varijabla	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Spol	-	.04	.08	.07	.07	.15**	.15**	.12*	.13**	.26**	.12*	-.13*	-.20**	-.10*
Dob		-	-.03	-.1*	.02	.14**	.10	-.02	.01	.04	-.10	.04	.06	.06
Faks			-	-.05	.08	-.02	-.02	-.05	.12*	.05	-.05	-.13	-.15**	-.02
STAV1				-	.03**	.46**	.24**	.29**	.21**	.24**	.21**	.02	-.02	.06
STAV2					-	.31**	.29**	.16**	.26**	.25**	.04	.03	-.05	.04
STAV3						-	.30**	.23**	.21**	.25**	.24**	.10	.06	.06
VR1							-	.44**	.58**	.60**	.31**	.08	.01	.07
VR2								-	.39**	.41**	.36**	.18**	.12*	.19**
VR3									-	.50**	.26**	.07	.03	.08
VR4										-	.24**	.04	-.06	.03
VR5											-	.08	.03	.07
PS												-	.62**	.58**
PP													-	.78**
PN														-

Napomena. ** $p < .01$; * $p < .05$; STAV1 = Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba; STAV2 = Rad kao neugodna obaveza; STAV3 = Rad kao osobno ispunjenje; VR1 = Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu; VR2= Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć; VR3 = Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada; VR4= Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa; VR5 = Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja, PP = Poželjnost poduzetništva, PS= Poduzetnička samoeфикаsnost, PN= Poduzetničke namjere

Kada je riječ o povezanosti obilježja studenata i poduzetničkih namjera, u oba su istraživanja studenti u odnosu na studentice imali izraženije poduzetničke namjere. Dok u Istraživanju I interkorelacije mjerenih varijabli ukazuju da studenti koji rad doživljavaju kao osobno ispunjenje imaju izraženije namjere za uključivanje u poduzetničke aktivnosti za razliku od preostalih mjerenih stavova prema radu, u Istraživanju II niti jedna subskala stavova prema radu nije bila značajno povezana s poduzetničkim namjerama studenata. Studenti koji više cijene vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć imaju izraženije namjere za uključivanje u poduzetničke aktivnosti za razliku od preostalih mjerenih radnih vrijednosti te je ta korelacija značajna u oba istraživanja. Dok su u Istraživanju I studenti čije su vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja imali izraženije poduzetničke namjere, a studenti koji su u većoj mjeri usmjereni na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa imali značajno niže izražene poduzetničke namjere, u Istraživanju II te korelacije nisu pronađene. U oba istraživanja, poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost snažno su pozitivno povezane s poduzetničkim namjerama studenata.

Doprinos radnih vrijednosti, stavova prema radu, poduzetničke samoefikasnosti poželjnosti poduzetništva poduzetničkim namjerama studenata

Kako bi se provjerilo pridonose li radne vrijednosti, stavovi prema radu, poduzetnička samoefikasnost i poželjnost poduzetništva poduzetničkim namjerama, provedene su hijerarhijske regresijske analize. U prvom koraku analize uključene su kontrolne varijable spol i dob, u drugom su koraku uključene radne vrijednosti, u trećem koraku stavovi prema radu te u četvrtom koraku poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost. U drugom istraživanju je u prvom koraku analize, uz spol i dob, dodatno uključena varijabla fakulteta.

Provjerom modela utvrđeno je da nema multikolinearnosti (vrijednosti faktora povećanja varijance *VIF* kretale su se u rasponu od 1.003 do 2.059 (Istraživanje I), odnosno od 1.002 do 2.036 (Istraživanje II), vrijednosti Tolerance-a u rasponu od .486 do .992 (Istraživanje I), odnosno od .491 do .998 (Istraživanje II) te postoji nezavisnost reziduala (vrijednost *Durbin-Watsonova testa* iznosi 1.993 Istraživanje I), odnosno 1.939 (Istraživanje II). Sve su navedene vrijednosti u okvirima preporučenih koje su za *VIF* manje od 10 (Myers, 1990), za Tolerance veće od .2 (Menard, 1995), za *Durbin-Watsonov test* veće od 1 i manje od 3 (Field, 2009). Rezultati provedbe regresijskih analiza prikazani su u *Tablici 9*.

Tablica 9. Prikaz rezultata HRA Istraživanja I i II za kriterij poduzetničke namjere

Model	Prediktor	R^2	ΔR^2	ΔF	R^2	ΔR^2	ΔF	β	β
1.korak		.09	.09	17.57**	.01	.01	1.88		
	Dob							.08	.06
	Spol							-.29**	-.10*
	Fakultet*							-	-.10
2.korak		.16	.07	5.37**	.06	.04	3.50**		
	Dob							.07	.06
	Spol							-.24**	-.12*
	Fakultet*							-	-.01
	VR1							.01	.01
	VR2							.21**	.20**
	VR3							.13	.04
	VR4							-.27**	-.05
	VR5							.07	.01
3.korak		.19	.03	4.61**	.06	.001	.14		
	Dob							.05	.06
	Spol							-.27*	-.12*
	Fakultet*							-	-.01
	VR1							-.01	-.01
	VR2							.19**	.20**
	VR3							.09	.04
	VR4							-.27**	-.06
	VR5							.07	.01
	STAV 1							.05	.01
	STAV2							.04	.02
	STAV3							.20**	.02
4.korak		.74	.56	373.05**	.66	.60	336.24**		
	Dob							.03	.03
	Spol							-.01	.04
	Fakultet*							-	.01*
	VR1							.02	.01
	VR2							.04	.05
	VR3							.001	-.01
	VR4							-.13**	.12
	VR5							.02	.12

Tablica 9. Prikaz rezultata HRA Istraživanja I i II za kriterij poduzetničke namjere

Model	Prediktor	R^2	ΔR^2	ΔF	R^2	ΔR^2	ΔF	β	β
	STAV1							-.01	.07*
	STAV2							-.02	.05
	STAV3							.08*	-.08*
	PS							.24**	.15**
	PP							.64**	.71**

Napomena. Standardnim fontom su prikazani rezultati za Istraživanje I, a opcijom **bold** su prikazani rezultati za Istraživanje II; ** $p < .01$; * $p < .05$; Fakultet* = Varijabla uključena samo u Istraživanju II; STAV1 = Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba; STAV2 = Rad kao obaveza; STAV3 = Rad kao osobno ispunjenje; VR1 = Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu; VR2 = Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć; VR3 = Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada; VR4 = Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa; VR5 = Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja, PP = Poželjnost poduzetništva, PS = Poduzetnička samoefikasnost, PN = Poduzetničke namjere

Iz rezultata prikazanih u *Tablici 9.* vidljivo je da varijable objašnjavaju ukupno 74% (Istraživanje I), odnosno 66% (Istraživanje II) varijance kriterija poduzetničkih namjera. Dosljedno, u oba istraživanja, najsnažniji samostalan pozitivan prediktor poduzetničkih namjera studenata je poželjnost poduzetništva, a poduzetnička samoefikasnost također se pokazala snažnim pozitivnim prediktorom poduzetničkih namjera studenata. Dobivenim nalazom potvrđena je hipoteza H3 prema kojoj su i poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost snažni pozitivni prediktori poduzetničkih namjera studenata u oba istraživanja.

Nadalje, provjeren je doprinos radnih vrijednosti poduzetničkim namjerama studenata. U Istraživanju I negativnim prediktorom poduzetničkih namjera studenata pokazale su se *Vrijednosti studenata usmjerene na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa*. Taj efekt nije potvrđen u Istraživanju II, u kojemu se niti jedna subskala radnih vrijednosti nije pokazala značajnim prediktorom poduzetničkih namjera u posljednjem koraku analize. Nadalje, u oba istraživanja *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* u četvrtom koraku analize, uključivanjem poduzetničke samoefikasnosti i poduzetničkih namjera, prestaju biti značajan pozitivan prediktor poduzetničkih namjera. S obzirom da navedeno potencijalno upućuje na medijacijski efekt, provjereno je jesu li zadovoljeni svi preduvjeti za medijaciju. Shrout i Bolger (2002) navode da se postojanje medijacije manifestira kroz smanjenje u veličini ili utvrđivanje neznačajnosti regresijskog koeficijenta za inicijalni prediktor, uz statistički značajan doprinos medijatora u objašnjenju varijance kriterija. Medijacija je provjerena u četiri koraka prema naputcima Barona i Kennyja (1986). Prema njima, kako bi se utvrdilo postojanje efekta

medijacije, potrebno je provjeriti: 1. postojanje značajne povezanosti između prediktora na kojem je izvršena medijacija i kriterija, 2. postojanje značajne povezanosti između prediktora na kojem je izvršena medijacija i medijatorske varijable, 3. postojanje značajne povezanosti između medijatorske varijable i kriterija i 4. provjeriti radi li se o djelomičnoj ili potpunoj medijaciji. Konkretno, kako bi se provjerili mehanizmi u podlozi medijacije, provedene su tri hijerarhijske regresijske analize za svako istraživanje. Uvidom u interkorelacije pokazalo se da postoji značajna pozitivna povezanost svih konstrukta. Kriterij su bile poduzetničke namjere, *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* uključene su u prvi blok u sve tri analize, poduzetnička samoefikasnost u drugi blok u prvoj analizi, poželjnost poduzetništva u drugi blok u drugoj analizi, a u trećoj analizi su istodobno u drugi blok uključeni poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost. U sve tri analize istraživanja I u prvom su koraku *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* značajan prediktor poduzetničkih namjera, a nakon samostalnog uključivanja bilo poželjnosti poduzetništva, bilo poduzetničke samoefikasnosti, odnosno nakon njihovog zajedničkog uključivanja, vrijednost beta pondera je prestala biti značajna. Sličan efekt pronađen je i u Istraživanju II. Nakon što se u drugom koraku uključili poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost, te bilo koja od varijabla zasebno, dolazi do smanjenja vrijednosti beta pondera. Prema tome, radi se o potpunoj medijaciji u istraživanju I i djelomičnoj u istraživanju II. Na temelju dobivenih rezultata, može se reći da su se poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost dosljedno pokazali medijatorima povezanosti *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć* i poduzetničkih namjera.

Nadalje, *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu*, *Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada* te *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja* dosljedno su se u oba istraživanja nisu pokazale značajnim prediktorima poduzetničkih namjera studenata. Ipak, dobiven je nedosljedan rezultat glede važnosti *Vrijednosti usmjerenih na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* u predviđanju poduzetničkih namjera studenata. Drugim riječima, Istraživanjem II nije potvrđen nalaz da su *Vrijednosti studenata usmjerene na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* značajan negativan prediktor poduzetničkih namjera studenata. Ukupno gledajući, može se reći da je hipoteza H1.2 samo djelomice potvrđena jer osim *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć*, ostale skale Upitnika radnih vrijednosti nisu značajan prediktor poduzetničkih namjera.

Nadalje, provjeren je doprinos stavova prema radu poduzetničkim namjerama studenata. Doživljaj rada kao neugodne obaveze dosljedno se u oba istraživanja nije pokazao značajnim prediktorom. Doživljaj rada kao osobnog ispunjenja značajno pozitivno doprinosi poduzetničkim namjerama u Istraživanju I, dok u Istraživanju II ta varijabla postaje značajan negativan

prediktor u 4. koraku, nakon što su u model uključeni poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost. U 4. koraku, osim subskale *Rad kao osobno ispunjenje* i *subskala Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba* postaje značajan, ali pozitivan prediktor poduzetničkih namjera. Dobiveni rezultati mogu upućivati na supresiju. Da bi se utvrdio efekt supresije, varijabla na koju je izvršena supresija treba biti značajno povezana s kriterijem i supresorskom varijablom, dok supresorska varijabla ne treba biti značajno povezana s kriterijem (Friedman i Wall, 2005). Uvidom u interkorelacije varijabli uočeno je da je *Rad kao osobno ispunjenje* u značajnoj korelaciji samo s poduzetničkom samoefikasnošću, no ne i s poželjnošću poduzetništva, kao ni s kriterijskom varijablom, dok *Rad kao instrument za zadovoljenje čovjekovih potreba* nije u korelaciji nit sa jednim od potencijalnih supresiranih varijabli. Dakle, moguće je da *Rad kao osobno ispunjenje* djeluje kao supresor za poduzetničku samoefikasnost. Provedena je hijerarhijska regresijska analiza (HRA) u kojoj se u prvi korak uključilo osobno ispunjenje, u drugi korak poduzetnička samoefikasnost, a kao kriterij poduzetničke namjere. Analizom nije utvrđeno da se radi o supresiji. Moguće je da se radi o statističkoj pogrešci, s obzirom na malu snagu efekta. S obzirom na nedosljednost rezultata dobivenih Istraživanjima I i II te iznimno male snage efekta općenito, može se reći da je hipoteza H2.2 odbačena, odnosno stavovi prema radu nisu se dosljedno pokazali značajnim prediktorima poduzetničkih namjera studenata.

U provedenoj analizi u Istraživanju II uočeno je da je u četvrtom koraku, fakultet postao značajan pozitivan prediktor poduzetničkih namjera te je provjereno da li je došlo do supresije. S obzirom da je fakultet u značajnoj negativnoj korelaciji i s poželjnošću poduzetništva i poduzetničkom samoefikasnošću, no ne i s kriterijem moguće je da djeluje kao supresor za poduzetničku samoefikasnost i poželjnost poduzetništva. Provedene su dvije HRA. U prvoj HRA je u prvi blok uključen fakultet, u drugi blok poduzetnička samoefikasnost, a kao kriterij poduzetničke namjere, a u drugoj analizi je u drugi blok uključena poželjnost poduzetništva. Uočeno je da fakultet postaje značajan prediktor ($\beta = .1, p < .01$) jedino kada se u model uključuje poželjnost poduzetništva, odnosno djeluje kao supresor samo za tu varijablu, no ne i za varijablu poduzetničke samoefikasnosti.

Nadalje, u Istraživanju II u četvrtom koraku, spol je prestao biti značajan prediktor poduzetničkih namjera te je provjereno da li došlo do medijacije. S obzirom da je spol u značajnoj negativnoj korelaciji sa svim poduzetničkim varijablama, moguće je da su njegovi potencijalni medijatori i poduzetnička samoefikasnost i poželjnost poduzetništva. U prvoj HRA je u prvi blok uključen spol, u drugi blok poduzetnička samoefikasnost i spol je prestao biti značajan prediktor ($\beta = -.03, p > .05$). U drugoj HRA je u drugi blok uključena poželjnost

poduzetništva i spol je prestao biti značajan prediktor ($\beta = .05, p > .05$). U trećoj HRA su u drugi blok uključeni i poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost i spol je također prestao biti značajan prediktor ($\beta = .06, p > .05$). Tu se može zaključiti da poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnosti zajednički posreduju odnos između spola i poduzetničkih namjera studenata.

Zaključno, nakon provedene obrade rezultata, može se reći da su faktorskim analizama potvrđene trofaktorska struktura Upitnika stavova prema radu i petfaktorska struktura Upitnika radnih vrijednosti na uzorku hrvatskih studenata. Nadalje, primjenom tih upitnika na hrvatskim studentima niti radne vrijednosti niti stavovi prema radu nisu se dosljedno pokazali značajnim prediktorima poduzetničkih namjera, osim vrijednosti usmjerenih na osobnu afirmaciju i moć, koje putem poželjnosti poduzetništva i poduzetničke samoefikasnosti djeluju na poduzetničke namjere. Provedenim istraživanjima, potvrđena je uloga poželjnosti poduzetništva i poduzetničke samoefikasnosti kao snažnih predikora poduzetničkih namjera.

Rasprava

Obzirom da istraživanja rijetko uvažavaju psihološke varijable poput radnih vrijednosti i stavova prema radu kao prediktore poduzetničkih namjera, cilj ovoga istraživanja bio je utvrditi koliko se na temelju stavova prema radu, radnih vrijednosti, poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva mogu predviđati poduzetničke namjere studenata.

Dosljednost faktorskih struktura Upitnika stavova prema radu i Upitnika radnih vrijednosti u Istraživanju I i Istraživanju II

S ciljem validacije Upitnika stavova prema radu i Upitnika radnih vrijednosti, na uzorku hrvatskih studenata, provedene su faktorske analize. U oba je istraživanja, *online* i *papir - olovka*, dosljedno potvrđena trofaktorska struktura Upitnika stavova prema radu i petfaktorska struktura Upitnika radnih vrijednosti. Upitnik stavova prema radu se sastoji od tri latentna faktora: *Rad kao instrument za ostvarenje potreba*, *Rad kao obaveza* i *Rad kao osobno ispunjenje*, a Upitnik radnih vrijednosti od pet faktora: *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu*, *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć*, *Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada*, *Stabilnost i kvaliteta međuljudskih odnosa*, *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja*. Dobiveni nalazi su u skladu s istraživanjem Franceško, Manasijević i Markov (2013), odnosno Franceško i sur (2014) koji su na uzorku studenata iz Novog Sada također dobili trofaktorsku, odnosno petfaktorsku strukturu dvaju upitnika. Brojna ostala istraživanja su također pronašla jednake faktorske strukture raznih upitnika dobivenih

online i papir - olovka istraživanjima (Meade, Michels i Lautenschlager (2007); Coles, Cook, Blake (2007); prema Vleeschouwer i sur., 2014).

U Upitniku radnih vrijednosti zbog visoke korelacije između latentnih faktora *Vrijednosti usmjerenih na postizanje kvalitete u radu* i *Vrijednosti usmjerenih na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* razmotreno je i alternativno rješenje, tj. četiri-faktorski model s četiri latentna, međusobno povezana faktora. Međutim, boljim se pokazao model koji uvažava pet - dimenzionalnost strukture radnih vrijednosti. Prema tome, izgleda da studenti ipak razlikuju *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu* i *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u međuljudskim odnosima*. Naime, konstrukti mogu izrazito visoko korelirati, a ipak imati različit obrazac povezanosti s drugim varijablama (McCornack, 1956). Nadalje, kombiniranje tih dvaju faktora bilo bi kontradiktorno nalazima ranijeg istraživanja (Franceško, 2014), a prihvaćanje petfaktorskog rješenja omogućuje bolju usporedbu rezultata dobivenih u istraživanju Franceško (2014).

Faktorska zasićenja indikatora pripadajućim latentnim faktorima su značajna, ali i nešto niža u oba istraživanja za *Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja*, a to je i moguće objašnjenje dobivenog nižeg koeficijenta unutarnje konzistencije Cronbach alpha. Međutim, treba uzeti u obzir da vrijednost Cronbach alpha koeficijenta unutarnje konzistencije ovisi i o broju čestica (Cortina, 1993), u ovom slučaju četiri čestice, zbog čega je prihvatljiva vrijednost i ispod preporučenih .70 (Kline, 1999).

Doprinos radnih vrijednosti, stavova prema radu, poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva poduzetničkim namjerama studenata

Kako bi se provjerio doprinos radnih vrijednosti, stavova prema radu, poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva poduzetničkim namjerama studenata, provedene su hijerarhijske regresijske analize.

Varijable u Istraživanju I (online) objašnjavaju ukupno 74% varijance kriterija poduzetničkih namjera, dok u Istraživanju II (papir – olovka) objašnjavaju 66% varijance kriterija. Uz kontrolu spola i dobi, kao sociodemografskih varijabli, statistički značajnim prediktorima poduzetničkih namjera dosljedno su se u oba istraživanja pokazale poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoefikasnost. Odnosno, osobe koje postižu visoke rezultate na poduzetničkoj samoefikasnosti ili procjenjuju poduzetništvo kao vrlo poželjnom aktivnošću, izražavat će i višu razinu poduzetničkih namjera. Time je potvrđena hipoteza H3. Nekoliko istraživanja je potvrdilo poduzetničke namjere kao funkciju dviju varijabli – percipirane poželjnosti i percipirane izvodljivosti ponašanja (samoefikasnost) (Krueger i suradnici, 2000;

prema Jeger, 2013). Jakopec, Miljković Krečar i Sušan (2013) utvrdili su da poduzetnički potencijal (kao kompozit osobnih karakteristika - poduzetničke svjesnosti, potrebe za napretkom, oportunitizma i poduzetničke kreativnosti), poduzetnička samoefikasnost i poželjnost poduzetništva objašnjavaju čak 69% varijance poduzetničkih namjera studenata. Oni u svom istraživanju upozoravaju na medijacijski učinak poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva unutar odnosa samoprocjene poduzetničkih potencijala i sklonosti te poduzetničke namjere, pri čemu je snaga medijacijskog efekta moderirana pripadnošću grupi studijskog usmjerenja. Poželjnost poduzetništva se pokazala pozitivnim značajnim kriterijem poduzetničkih namjera ($\beta=.52$) i u istraživanju koje je provela Britvić (2016). Pfeifer, Šarlija i Zekić Sušac (2014) na uzorku studenata sa Sveučilišta Josip Juraj Strossmayer u Osijeku pronalaze da su poduzetničke namjere izraženije kod studenata i studentica koji percipiraju poduzetnički put kao atraktivnu karijernu opciju. Važnost poduzetničke samoefikasnosti utvrdili su Astuti i Martdianty (2012) na uzorku šest sveučilišta, gdje su dokazali da studenti koji se percipiraju ustrajnim, kreativnim, i poduzetnički samoefikasnim izražavaju i višu razinu poduzetničke namjere. Rezultati istraživanja kojeg su proveli Zhao, Seibert i Hill (2005) pokazuju da pojedinci koji imaju visoku poduzetničku samoefikasnost direktnije odabiru karijeru poduzetnika.

H1.2 hipoteza kojom je pretpostavljeno da su radne vrijednosti značajan prediktor poduzetničkih namjera, samo je djelomice potvrđena. *Vrijednosti usmjerene na postizanje kvalitete u radu, Vrijednosti usmjerene na izgrađivanje timskog rada te Vrijednosti usmjerene na ekstrinzične i represivne mjere utjecaja* dosljedno su se u oba istraživanja nisu pokazale značajnim prediktorima poduzetničkih namjera studenata. Dobiven je nedosljedan rezultat glede važnosti *Vrijednosti usmjerenih na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* u predviđanju poduzetničkih namjera studenata. Istraživanjem II nije potvrđen nalaz prvog istraživanja da su *Vrijednosti studenata usmjerene na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa* značajan negativan prediktor poduzetničkih namjera studenata. Edwards i Cable (2009, prema Hirsche i Fischer, 2013) su također provjeravali odnos vrijednosti odnosa s drugima i poduzetničkih namjera te pronašli da vrijednosti transcencije reprezentirane altruizmom i odnosom s drugima nisu bile značajan prediktor poduzetničkih namjera. Poduzetnici se nerijetko sagledavaju kao osobe usmjerene na postignuće, ali i kao osobe koje će vrlo malo pažnje usmjeriti na tuđe osjećaje ili emocije. Kets de Vries (1985; prema Akhtar, Ahmetoglu i Chamorro-Premuzic, 2012) ističe kako poduzetnike karakterizira nedostatak empatije, sklonost manipulacijama i rigidnost. Istražujući odnos poduzetništva i sekundarnih psihopatskih tendencija, Akhtar i sur. (2012) utvrdili su kako poduzetniji ljudi mogu biti bešćutni, neustrašivi i brzopleti. S druge strane, u literaturi se često naglašava potreba poduzetnika za samostalnošću (León, Gorgievski i

Lukes, 2008). 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 (Zellweger i sur., 2011). Mancuso (1974) je prepoznao potrebu za samostalnosti kao primarnu motivaciju poduzetnika za pokretanjem poduzeća te smatra da poduzetnik ima poteškoće slušati tuđe naredbe, pa zbog toga traži vlastito zaposlenje u tzv. obliku „biti sam svoj šef“. Svakako je potrebno provesti još istraživanja s ciljem provjere odnosa *Vrijednosti studenata usmjerenih na stabilnost i kvalitetu međuljudskih odnosa i poduzetničkih namjera*.

Nadalje, u oba istraživanja poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoeфикаsnost djeluju kao medijatori povezanosti poduzetničkih namjera i *Vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć*. Dakle, osobe koje imaju izraženije vrijednosti koje ukazuju na osobnu afirmaciju i moć, imaju i izraženije poduzetničke namjere, što se ostvaruje kroz poželjnost poduzetništva i poduzetničku samoeфикаsnost. Faktor osobne afirmacije i moći uključuje vrijednosti moći, prestiža, statusa, osobne odgovornosti i individualnog uspjeha. Hirsch i Fisher (2012) navode da je poduzetništvo često opisivano kao način na koji se postiže visoka plaća i prestiž. Moguće je da osobe koje cijene vrijednosti osobne afirmacije i moći, percipiraju poduzetništvo poželjnom aktivnošću upravo zato što je ono za njih potencijalni izvor uspjeha i prestiža te time poželjnost poduzetništva predstavlja medijator odnosa vrijednosti osobne afirmacije i moći te poduzetničkih namjera. Nadalje, Locke i Baum (2007) navode kako poduzetnici cijene postizanje ciljeva izvrsnosti, dok je metanaliza (Collins i sur., 2004) pokazala da je visoka motivacija za postignućem visoko korelirana s poslovnim uspjehom. Moriano, Palaci i Morales (2007) su također u svom istraživanju provedenom na grupi španjolskih studenata pronašli visoku korelaciju moći i potrebe za postignućem s poduzetničkih namjerama.

H2.2 hipoteza kojom je pretpostavljeno je da će stavovi prema radu biti značajan prediktor poduzetničkih namjera, nije potvrđena. Subskale *Rad kao neugodna obaveza* i *Rad kao instrument za zadovoljenje potreba* dosljedno se u oba istraživanja nisu pokazali značajnim prediktorima poduzetničke namjere. Moguće je da hipoteza nije potvrđena upravo zato što se o odnosu radnih stavova i poduzetničkih namjera, zbog nedostatka provedenih istraživanja, zaključivalo posredno, na temelju vrijednosti koje leže u podlozi tih stavova. *Doživljaj rada kao osobnog ispunjenja* značajno pozitivno doprinosi poduzetničkim namjerama u Istraživanju I, dok u Istraživanju II nije značajan prediktor poduzetničkih namjera. Sarri i Trihopoulou (2004) navode osjećaj osobnog ispunjenja kao cilj osnivanja poduzeća, dok Gay - Perret i Mainali (2012) govore o nedostatku literature odnosa osobnog ispunjenja i poduzetništva. Oni su utvrdili da neki ulaze u poduzetnički pothvat jer imaju potrebu za samoispunjenjem te potrebu ostvare

tokom procesa, dok neki već prije ulaska posjeduju taj osjećaj. Iako se u literaturi navodi pozitivna korelacija osobnog ispunjenja i poduzetništva (Ray i Tourpin, 2002) potrebno je provesti još istraživanja s ciljem provjere njihovog odnosa.

U Istraživanju II u 4. koraku HRA fakultet koji osoba pohađa postao je supresor za poželjnost poduzetništva u predviđanju poduzetničkih namjera. Dakle, studenti s Ekonomskog i Filozofskog fakulteta se ne razlikuju po razini poduzetničkih namjera, dok se u model ne uključi poželjnost poduzetništva. Byabashaija i sur. (2010) su proveli longitudinalno istraživanje u kojem su studenti nakon četveromjesečnog treninga poduzetništva, izražavali značajno višu razinu poželjnosti poduzetništva. Kako navodi Shane (2003) obrazovanje utječe i direktno i indirektno na poželjnost poduzetništva tako da je to jedan od potencijalnih razloga zašto je varijabla fakulteta supresirala jedan irelevantan dio varijance poželjnosti poduzetništva za predviđanje poduzetničkih namjera i postao značajan prediktor poduzetničkih namjera.

U Istraživanju II u 4. koraku HRA, poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoeфикаsnost djeluju kao medijatori povezanosti spola i poduzetničkih namjera. Spol je u značajnoj negativnoj korelaciji sa svim poduzetničkim varijablama. Kada se u model predviđanja poduzetničkih namjera ne uključe poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoeфикаsnost, studenti u odnosu na studentice izražavaju višu razinu poduzetničke namjere. Kada se u model predviđanja uključe snažni prediktori poduzetničkih namjera, poželjnost poduzetništva i poduzetnička samoeфикаsnost, spol prestaje biti značajan prediktor poduzetničkih namjera, odnosno ne postoji razlika u iskazanoj razini poduzetničkih namjera između studenata i studentica. Veliki broj istraživanja ukazuje na značajne spolne razlike u poduzetničkoj samoeфикаsnosti i poželjnosti poduzetništva (Do Paco i sur., 2013; Liñán i sur., 2010). Wilson i sur. (2007; prema Miljković Krečar, 2013) su ispitali spolne razlike u poduzetničkoj samoeфикаsnosti između srednjoškolaca i studenata te su na oba uzorka žene izražavale nižu razinu poduzetničke samoeфикаsnosti nego muškarci. U istraživanju Zubić (2016) studenti u odnosu na studentice ostvaruju više rezultate na skali poželjnosti poduzetništva, poduzetničke samoeфикаsnosti, poduzetničkih namjera te skali stupnja razvijenosti poduzetničkih vještina i sposobnosti. Verheul i sur. (2012) su u svom istraživanju na više od 8000 ljudi u 29 zemalja pronašli da će žene češće podcijeniti svoje vještine i znanja i to posebno vrijedi za aktivnosti koje se percipiraju kao muške, poput upravljanja i poduzetništva. S time u skladu je i nalaz Chena i sur. (1998) koji ukazuje da žene izbjegavaju poduzetničke aktivnosti jer vjeruju da ne posjeduju tražene sposobnosti.

Doprinos, praktične implikacije i ograničenja istraživanja

Ovo je jedno od prvih istraživanja koje u model predviđanja poduzetničkih namjera uključuje i stavove prema radu i radne vrijednosti. Do sada nisu poznata istraživanja koja su se bavila odnosom stavova prema radu i poduzetničkih namjera, a poznat je mali broj istraživanja koja su provjeravala odnos radnih vrijednosti i poduzetničkih namjera. Ovo istraživanje otvara pitanje na koji način prethodno stvoreni stavovi prema radu i razvijene radne vrijednosti mogu oblikovati sklonost ka poduzetničkoj karijeri, a ide u prilog pozivu nekih istraživača (npr. Kruger, 2007) za provjerom kognitivnih struktura koje su u podlozi poduzetničkih namjera. Nadalje, ovim su istraživanjima validirani Upitnik stavova prema radu i Upitnik radnih vrijednosti na hrvatskim studentima. Zbog primjene čestica samo s najvećim zasićenjima, dobiveni su pouzdani i kraći instrumenti. Prednosti su skraćenih verzija upitnika višestruke, primjerice, veća motivacija i manji zamor sudionika, kraće vrijeme ispunjavanja upitnika, manje podataka koji nedostaju (Stanton i sur., 2002), ali i ušteda vremena istraživačima pri unosu podataka u bazu (Smith i sur., 2000).

Doprinos provedenog istraživanja izražen je i u praktičnoj primjeni, odnosno razvoju edukacijskih programa koji potiču razvoj poduzetničke samoeфикаsnosti i poželjnosti poduzetništva, koji su snažni prediktori poduzetničkih namjera. Brojni istraživači utvrdili su da izloženost edukaciji značajno povećava poduzetničke namjere i poduzetnička ponašanja sudionika (Otuya i sur., 2013)

Provedena istraživanja imaju niz prednosti, ali i nedostataka. Prvi nedostatak je da se u Hrvatskoj, prema nacionalnom izvješću za 2016.,¹ nalazi gotovo 1,7 puta više muškaraca nego žena u poduzetništvu, stoga se ograničenje našeg istraživanja očituje u vidu smanjene mogućnosti generalizacije nalaza (vanjske valjanosti) s obzirom na pretežno ženski uzorak. Nadalje, o poduzetničkom ponašanju zaključuje se putem namjere. Iako su istraživanja pokazala visoku korelaciju namjere i ponašanja koja se kreže čak od .90 do .96 (Ajzen, Csasch i Flood, 2009; prema Fayolle i Linan, 2013), metanaliza koja je uključivala 185 istraživanja (Armitage i Conner, 2001; prema Fayolle i Linan, 2013) pokazala je da se primjenom Teorije planiranog ponašanja namjera može predvidjeti svega 27% varijance ponašanja. Također, bilo bi korisno nastaviti istraživanje na istim sudionicima kako bi se utvrdilo koji su od sudionika zaista krenuli u osnivanje poduzeća ili pokretanje nekog sličnog poduzetničkog projekta. Na takav način bi se dobilo uvid koliko dobro se pomoću iskazane poduzetničke namjere može predvidjeti

¹ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mjeri i istražuje razinu poduzetničke aktivnosti u zemljama diljem svijeta, uključujući i Hrvatsku

poduzetničko ponašanje. Najvažnije spoznaje se mogu dobiti tek kroz dobro osmišljena longitudinalna istraživanja koja daju jasniji uvid odnosa različitih korelata poduzetničkog ponašanja (Miljković Krečar, 2008).

Interesantna je i dosljednost faktorskih struktura Upitnika stavova prema radu i Upitnika radnih vrijednosti u oba istraživanja, dok se dobiveni rezultati razlikuju. Možda se dosljednost faktorskih struktura mogla provjeriti složenijim analizama (npr. multigrupnom CFA).

Zaključak

S ciljem provjere doprinosa radnih stavova, radnih vrijednosti, poduzetničke samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva poduzetničkim namjerama studenata provedena su dva istraživanja na ukupno 757 hrvatskih studenata. Provedenim istraživanjima još jedanput se potvrđuju nalazi o poduzetničkoj samoefikasnosti i poželjnosti poduzetništva kao snažnim prediktorima poduzetničkih namjera. Primjenom Upitnika stavova prema radu i Upitnika radnih vrijednosti, koji su prethodno validirani na hrvatskim studentima, niti radne vrijednosti niti stavovi prema radu nisu su pokazali značajnim prediktorima poduzetničkih namjera, osim *Vrijednosti usmjerenih na osobnu afirmaciju i moć*, koje putem poželjnosti poduzetništva i poduzetničke samoefikasnosti djeluju na poduzetničke namjere. Ovo je jedno od rijetkih istraživanja koje u model predviđanja poduzetničkih namjera uključuje stavove nespecifične za poduzetništvo, radne stavove i radne vrijednosti. S obzirom na važnost koju radne vrijednosti i stavovi imaju u oblikovanju ponašanja, potrebno je provesti još istraživanja na ovu temu, a s ciljem boljeg razjašnjavanja faktora koji sudjeluju u stvaranju poduzetničke karijere. Važna implikacija ovih istraživanja je i uvid u različitost rezultata dobivenih dvjema različitim metodama ispitivanja, *online* i papir – olovka, te sukladno tome treba biti oprezan prilikom generalizacije rezultata dobivenih primjenom samo jedne metode ispitivanja. Provedena istraživanja imaju i nedostatke poput razlike u omjeru muških i ženskih sudionika, što svakako ograničava mogućnost generaliziranja rezultata.

Literatura

- Akhtar, R., Ahmetoglu, G. i Chamorro-Premuzic, T. (2013). Greed is good? Assessing the relationship between entrepreneurship and subclinical psychopathy. *Personality and individual differences* 54, 420–425.
- Astuti, R. D., & Martdianty, F. (2012). Students' entrepreneurial intentions by using theory of planned behavior. *South East Asian Journal of Management*, 6(2), 100–143.

- Baron, R.M. i Kenny, D.A. (1986). The Moderator Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Britvić, A. (2016). *Provjera modela poduzetničkih namjera na studentima ekonomskih i neekonomskih usmjerenja*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet u Rijeci, Odsjek za Psihologiju.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. New York: Guilford
- Byabashaija, W., & Katono, I. (2011). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127-144.
- Chen, G.C., Greene, P.G. i Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13, 295-317.
- Collins, C., Hanges, P. and Locke, E. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-analysis. *Human Performance* 17(1), 95–117.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78, 98-104.
- Dabić, M., Daim T., Bayraktaroglu, E., Novak, I. i Bašić, M. (2012). Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 316-336.
- de Grot, J.I., Steg, L. (2010). Relationships between value orientations, self – determined motivational types and pro – environmental behavioural intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 368-78.
- Do Paco, A., Ferreira, J.M., Raposo, M., Rodrigues, R. G. i Dinis, A. (2013). Entrepreneurial intentions: is education enough? *International entrepreneurship and management journal*, 1-19.
- Eysenck, H. J. (1954). *The psychology of politics*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Fayolle, A. i Liñán F. (2013). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, 67 (5), 663-666.

- Field, A. (2009). *Discovering statistics using spss (and sex and drugs and rock' n' roll)*. London, California, New Delhi, Singapore: SAGE Publications.
- Franceško, M., Manasijević M., Markov, N. (2013). Odnos prema radu: sadržajno određenje i mjerni instrument. *21. godišnja konferencija hrvatskih psihologa: Suvremeni izazovi psihologije rada i organizacijske psihologije*, 124.
- Franceško, M., Manasijević M., Suvajdžić, K., Kosanović, B. (2014). Rad kao vrednost kod studenata – da ili ne? *62. Naučno – stručni skup psihologa Srbije*, 1-17.
- Gay - Perret, D. i Mainali, A. (2012). Master's thesis. Jönköping, Jönköping University.
- GEM Croatia 2016 Report (preuzeto s <http://www.ices.hr/wp-content/uploads/2017/05/GEM-2016.pdf> 11.08.2017.)
- Giagtzis, Z.(2013). How perceived feasibility and desirability of entrepreneurship influence entrepreneurial intentions: A comparison between southern and northern European countries, Master thesis. Rotterdam, Erasmus schools of Economics.
- 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, 628-641.
- Gorgievski-Duijvestejn, M.J., Moriano, J.A. i Bakker, A.B. (2014). Relating work engagement and workaholism to entrepreneurial performance. *Journal of Managerial Psychology*, 29(2), 106-121.
- Heydari, H., Madami, D. i Rostami, M. (2013). The study of the relationships between achievement motive, innovation, ambiguity tolerance, self efficacy, self – esteem and self – actualization, with the orientation of entrepreneurship in the Islamic Azad University of Khomein students. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 84, 820 – 826.
- Hirschi, A. i Fischer, S. (2013). Work values as predictors of Entrepreneurial careers intentions. *Career Development International*, 18(3), 216-231.
- Hoe, S. L. (2008). Issues and procedures in adopting structural equation modeling technique. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 3(1), 76-83.
- Hooper, D., Coughlan, J. i Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Howell, D. C. (2010). *Statistical methods for psychology*. Belmont, CA: Cengage Wadsworth.

- Jakopec, A., Miljković Krečar, I. i Sušan, Z. (2013). Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics. *Studia psychologica*, 55 (4), 289-297.
- Jeger, M. (2013) Efektuacija i razvoj poduzetničkih namjera. Doktorski rad. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). Job attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341–367.
- Jöreskog, K i Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Chicago: Scientific Software International Inc.
- Kline, P. (1999). *The handbook of psychological testing (2nd ed.)*. London: Routledge.
- Koellinger, P., Minniti, M. i Schade, C. (2013). Gender differences in entrepreneurial propensity. *Oxford bulletin of economics and statistics*, 75, 213-235.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47–57.
- Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Krueger, N., Reilly, M.D. i Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411–432.
- Leon, J. A. M., Gorgievski, M., & Lukes, M. (2008). Teaching psychology of entrepreneurship: Perspective from six European countries. Madrid, Spain: Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- Liñán, F., Rodriguez-Cohard, J. C., i Rueda-Cantuche, J. M. (2005). Factors affecting entrepreneurial intention levels. *45th Congress of the European Regional Science Association*, 23-27.
- Liñán, F., Roomi, M. A. i Santos, F.J. (2010). A cognitive attempt to understanding female entrepreneurial potential: The role of social norms and culture. *Departament d'Economia de l'Empresa*, 1-45.
- Linan, F., Santos, F.J. i Fernandez, J. (2011). The influence of perceptions on potential entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3), 373-390.

- Locke, E.A. and Baum, J.R. (2007). Entrepreneurial motivation. In: J. R. Baum, M. Frese and R.A. Baron (Eds). *The Psychology of Entrepreneurship*. SIOP Organizational Frontiers Series. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 93-112.
- Mancuso, J. R. (1974). What it takes to be an entrepreneur: A questionnaire approach. *Journal of Small Business Management*, 12(4), 16–23.
- McCornack, R. L. (1956). A criticism of studies comparing item-weighting methods. *Journal of Applied Psychology*, 40(5), 343-344.
- Menard, S. (1995). *Applied logistic regression analysis*. (Series: Quantitative applications in the social sciences). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miljković Krečar, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psihologijske teme*, 17 (1), 57-73.
- Miljković Krečar, I. (2013). *Predviđanje poduzetničkog ponašanja u okviru Bandurine teorije samoefikasnosti*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.
- Moriano, J.A., Palaci F.J., Morales J.F. (2007). The psychosocial profile of the university entrepreneur. *Psychology in Spain*, 11, 72-84.
- Myers, R. (1990). *Classical and modern regression with applications (2nd ed.)*. Boston, MA: Duxbury.
- Otuya, R., Kibas, P., Gichira, R. i Martin, W. (2013). Entrepreneurship education: Influencing students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Innovative Research & Studies*, 2(4), 132-148
- Pfeifer, S., Šarlija, N., i Zekić Sušac, M. (2013). Shaping the Entrepreneurial Mindset: Entrepreneurial Intentions of Business Students in Croatia. *Journal of Small Business Management*, Special Issue "Measuring the Impact of Entrepreneurship Education", 51(2).
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Roxas, B., Panizales, R. i De Jesus, R. (2008), Entrepreneurial Knowledge and its Effects on Entrepreneurial Intentions: Development of a Conceptual Framework. *Asia Pacific Social Science Review* 8(2), 61-77.
- Sagiv, L. (2002). Vocational interests and basic values. *Journal of Career Assessment*, 10(2), 233-257.

- Sarri, K., i Trihopoulou, A., (2004). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. *Women in Management Review* 20(1), 24- 36.
- Schrouf, P.E. i Bolger, N. (2002) Mediation in Experimental and Nonexperimental Studies: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422-445.
- Schumacker, R. E., i Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*, Second edition. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25, 1-65.
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education plus training*, 55 (7), 624-640.
- Shane, S., Locke, E. A. i Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13 (1), 257–279.
- Shapiro, A., i Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Shea-Van Fossen R. J. i Vredenburg D. J. (2014). Exploring differences in work's meaning: An investigation of individual attributes associated with work orientations. *Institute of Behavioral and Applied Management*, 15(2), 101-120.
- Smith, G. T., McCarthy, D. M. i Anderson, K. G. (2000). On the sins of short-form development. *Psychological Assessment*, 12, 102-111.
- Stanton, J. M., Sinar, E. F., Balzer, W. K. i Smith, P. C. (2002). Issues and strategies for reducing the length of self-report scales. *Personnel Psychology*, 55, 167-194.
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assesment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 893-898.
- Turner, D. i Selcuk S. (2008). Which factors affect entrepreneurial intentions of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2).
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. i Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of economic psychology*, 33, 325-341.
- Wilson, F., Kickul, J. i Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 387-406.

- Wrzesniewski, A., McCauley, C. R., Rozin, P. i Schwartz, B. (1997). Jobs, careers, and callings: People's relations to their work. *Journal of Research in Personality*, 31, 21-33.
- 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*, 25(5), 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*, 90(6), 1265-1272.
- Zubić, N. (2016). *Efekti edukacije o poduzetništvu na poduzetničku samoefikasnost, poželjnost i namjere studenata*. Diplomski rad. Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci, Odsjek za Psihologiju.