

Povezanost postmaterijalističkih vrijednosti sa stavovima mladih o poduzetništvu

Tadić, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2025

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:883762>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru
Odjel za sociologiju
Sveučilišni preddiplomski studij
Sociologija



Karla Tadić

**Povezanost postmaterijalističkih vrijednosti sa
stavovima mladih o poduzetništvu**

Završni rad

Zadar, 2025

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Preddiplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

**Povezanost postmaterijalističkih vrijednosti sa
stavovima mladih o poduzetništvu**

Završni rad

Student/ica:
Karla Tadić

Mentor/ica:
izv. prof. dr. sc. Željka Tonković

Zadar, 2025



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Karla Tadić**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom „**Povezanost postmaterijalističkih vrijednosti sa stavovima mladih o poduzetništvu**“ rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz ne citiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 11. veljače 2025. godine

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Ciljevi i svrha	2
3. Teorijska koncepcija rada.....	2
3.1 Pregled literature o poduzetništvu mladih	2
3.2 Definicija vrijednosti	4
4. Istraživačka pitanja i hipoteze	7
4.1 Istraživačka pitanja	7
4.2 Hipoteze	7
5. Metodologija istraživanja	7
6. Rezultati istraživanja	9
6.1. Sociodemografski profil uzorka	9
6.2. Vrijednosti studenata	11
6.3. Stavovi studenata o poduzetništvu: deskriptivni prikaz rezultata	12
6.4. Testiranje hipoteza	17
6. Rasprava	20
8. Zaključak	22
9. Literatura	23
10. Prilozi	25

Povezanost postmaterijalističkih vrijednosti sa stavovima mladih o poduzetništvu

Sažetak

Cilj ovoga rad je bio opisati ulogu postmaterijalizma u formiranju stavova studenata o poduzetništvu. Definicija i koncepcija postmaterijalizma je građena prema teorijskom okviru Ronalda Ingleharta. Istraživanje je provedeno pomoću online ankete, na studentima Sveučilišta u Zadru (N=152). Uzorak se sastojao pretežito od studentica (N=105) i manjeg udjela studenata (N=45). Utvrđeno je da veliki postotak studenata zanima pokretanje vlastitog posla (71%). Glavna motivacija studenata za pokretanje vlastitog posla je mogućnost zarade. Studenti ističu odsutnost početnog kapitala kao najveću prepreku pri otvaranju vlastitog posla. Centralni nalaz ovog istraživanja jest izostanak povezanosti postmaterijalističkih vrijednosti sa interesom za pokretanje vlastitog posla. Prema dobivenim podacima, studenti koji više vrednuju materijalističke vrijednosti su značajno više zainteresirani za pokretanje vlastitog posla. Ovaj nalaz upućuje na veći fenomen koji definira odnos između mladih i poduzetništva. Točnije, upućuje da mladi imaju materijalističko shvaćanje poduzetništva.

Ključne riječi: mladi, poduzetništvo, vrijednosti, postmaterijalizam,

The connection between postmaterialist values and youths attitudes towards entrepreneurship

Summary

The aim of this paper was to describe the role of postmaterialism in shaping students attitudes towards entrepreneurship. The definition and concept of postmaterialism is built according to Ronald Inglehart's theoretical framework. The research was conducted using an online survey, that was distributed among students of the University of Zadar (N=152). The sample consisted mainly of female students (N=105) and a smaller proportion of male students (N=45). It was found that a large percentage of students are interested in starting their own company (71%). The main motivation of students for starting their own company is the possibility of earning money. Students find lack of initial capital as their biggest obstacle to starting their own business. The central finding of this research is the lack of influence of postmaterialist values on interest in starting their own company. According to the obtained data, students who value materialist values more are significantly more interested in starting their own company. This finding indicates at a larger phenomenon that shapes the relationship between youth and entrepreneurship. More precisely, it indicates that youth has a materialistic view of entrepreneurship.

Key words: youth, entrepreneurship, values, postmaterialism

1. Uvod

Poduzetništvo je u posljednjem desetljeću sve popularnije, što je naročito vidljivo u mlađoj populaciji. Prema podacima GEM-a (Global Entrepreneurship Monitor) iz 2013. godine, oko 30% mladih je vidjelo dobre prilike u samozapošljavanju, unatoč tome broj samozaposlenih mladih bio je ispod 10%. U novijim istraživanjima, samozaposlenost postaje još privlačnija iz perspektive mladih. Prema podacima Eurobarometra iz 2023. godine, 46% mladih razmatraju mogućnost pokretanja vlastitog posla. Iako se stav o samozapošljavanju promijenio, samozaposlenost još ostaje ispod 10% (Eurobarometar, 2023).

Dollinger (2008:9) u svojem udžbeniku poduzetništvo definira kao: „kontrolu i raspoređivanje resursa za stvaranje inovativne gospodarske organizacije (ili mreže organizacija) u svrhu dobiti ili rasta u uvjetima rizika i neizvjesnosti“. Uz moderno poduzetništvo se često veže inovacija i kreativnost; stvaranje unikatnog proizvoda ili realizacija ideje. Prema Dollingeru (2008) poduzetničke aktivnosti impliciraju osnivanje novog poslovnog subjekta (obrta ili tvrtke), time preuzimanje ili kupovanje već aktivne tvrtke ne spada pod poduzetničke aktivnosti. Jokić (1992) također naglašava u poduzetničkim aktivnostima neophodnost postojanja novog tipa, novih struktura i novog stila menadžmenta.

Prema podacima iz Eurobarometra (2023), mladi u Hrvatskoj ponajviše preferiraju (57%) biti samozaposlenima, no još nisu poduzeli korake prema ostvarivanju toga. Gotovo polovica mladih smatra da je, pri pokretanju vlastitog posla, najvažnije pratiti svoje strasti. Ponajviše ih zanima poduzetništvo u području informatičkih tehnologija. Među glavnim razlozima za nepokretanje vlastitog posla su: financijska nesigurnost, manjak sredstava za pokretanje vlastitog posla te zabrinutost za administracijske poslove.

Ovaj rad, osim što istražuje stavove mladih o poduzetništvu, nastoji istražiti koliko vrijednosti igraju ulogu u formiranju stavova o poduzetništvu. Vrijednosti su u ovom radu definirane na temelju Inglehartove teorije modernizacije. Inglehart (1971) zaključuje kako je ekonomski napredak popraćen kulturološkom promjenom, što se najbolje očituje u promjeni vrijednosti. Točnije, što je država više ekonomski prosperitetna, vrijednosti njenih građana će bi više orijentirane oko nematerijalističkih potreba. Postmaterijalističke vrijednosti obuhvaćaju vrijednosti poput samoizražavanja i samoaktualizacije, koje promoviraju ljudski napredak.

Poveznica između poduzetništva i postmaterijalističkih vrijednosti jest upravo potreba za samoizražavanjem. Glavna namjera otvaranja vlastitog posla je realizacija vlastitih ideja.

2. Ciljevi i svrha

Cilj ovog rada je istražiti stavove studenata o poduzetništvu te njihovu povezanost sa postmaterijalističkim vrijednostima.

Ciljevi rada:

1. Istražiti u kojoj su mjeri studenti zainteresirani za poduzetništvo.
2. Ispitati povezanost vrijednosti sa stavovima studenata o poduzetništvu.
3. Istražiti da li postoji razlika u stavovima o poduzetništvu među ispitanicima s obzirom na postmaterijalizam.

3. Teorijska koncepcija rada

3.1 Pregled literature o poduzetništvu mladih

Literatura o poduzetništvu se može podijeliti s obzirom na to stavlja li se fokus istraživanja na unutarnje ili vanjske čimbenike koje oblikuju stavove mladih o poduzetništvu. Unutarnji čimbenici se ponajviše odnose na osobne motivacije i vještine koje mladi posjeduju. Primjerice, Juračak i Tica (2016) fokus svog istraživanja o poduzetništvu stavljaju na stvaranje poduzetničkih tendencija kod studenata. Autori svoju tipologiju razrađuju prema modelu McStayove studije (2008) koji prijašnje iskustvo sa poduzetništvom stavlja kao početnu točku k stvaranju poduzetničkih tendencija. Prema navedenom modelu, iz iskustva s poduzetništvom se dalje stvara percepcija poduzetničke samo-učinkovitosti i percepcija želje za samozapošljavanjem, što u konačnici vodi do stvaranja poduzetničkih tendencija. Autori nadalje navode kako mali broj studenata (27%) ima prijašnje iskustvo sa poduzetništvom, a time i mali broj studenata posjeduje poduzetničke tendencije.

Veliki broj istraživanja koja se bave poduzetništvom mladih se fokusira na utjecaj obrazovanja i obrazovnih programa na poduzetništvo. Cilj tih istraživanja je ispitati koliko edukacija o poduzetništvu utječe na stavove o poduzetništvu i na poduzetničku namjeru. Wilson

(2008) navodi kako edukacija o poduzetništvu može na koncu promijeniti i stavove o poduzetništvu. Europski sustav općeg zdravstva i obrazovanja, kako dalje navodi autorica, potiče studente da posežu za sigurnijim poslovima, zbog čega su europski studenti značajno manje ambiciozni u pogledu samozapošljavanja i poduzetništva. Klepić, Klepić, Mabić (2021) u svojem istraživanju nastoje opisati kako studijske grupe utječu na poduzetničke namjere. Autori se također dotiču mnogobrojnih financijskih potpora koje EU-a nudi malim poduzetnicima. Programi poput *Small Business Act-a*, *Horizonta 2020* and *COSME* za cilj imaju potaknuti i stvoriti kompetitivnost među malim poduzećima kroz financiranje. Europska unija također je pokrenula *Akcijski plan razvoja poduzetništva 2020*, koji se fokusirao na uključivanje poduzetništva u obrazovne programe. Istraživanje je provedeno na Sveučilištu u Mostaru, na studentima različitih studijskih grupa. Čak 74,5% studenata može sebe vidjeti kao poduzetnika u budućnosti. Studenti tehničkih (87,8%) te društvenih i humanističkih znanosti (73,6%) su značajno više naklonjeni otvaranju vlastitih poduzeća te planiraju dalje se usavršavati u području poduzetništva. Studenti prirodnih znanosti (71%) se također u velikoj mjeri smatraju budućim poduzetnicima.

Ranija istraživanja također potvrđuju visoku zainteresiranost studenata za pokretanje vlastitog obrta ili poduzeća. Primjerice, Raguž i Matić (2011) su provele istraživanje o percepcijama i namjerama studenata prema poduzetništvu. Istraživanje je provedeno na studentima iz Hrvatske i Bosne i Hercegovine. Raguž i Matić percepcije i namjere studenata prema poduzetništvu ispituju kroz nekoliko dimenzija: poslovna ideja i njena realizacija, vrsta potencijalnog posla, motivacije za poduzetništvo, financijski aspekti poslovanja te izvor informacija potrebnih za generiranje poslovne ideje. Najveći udio studenata (70%) želi otvoriti svoje poduzeće kao realizaciju svoje originalne ideje te bi 56,7% studenata htjelo direktno upravljati poduzećem. Studentima najpoželjnije sfere poslovanja su poslovne usluge (34,2%) i turizam (33,3%). Postizanje samostalnosti je najčešći motiv (33,3%) za pokretanje vlastitog poduzeća, dok su najveće prepreke nesigurnost tržišta (25%) i visoko davanje poreza (24,2%). Najvažniji financijski cilj poslovanja jest zaraditi za pristojan život (69,2%). Istraživanje tržišta (56,7%) i Internet (45,8%) su studentima najčešći izvor informacija potrebnih za generiranje poslovnih ideja.

Istraživanja koja se bave odnosom poduzetništva i postmaterijalizma najčešće analiziraju podatke nacionalnoj na razini. Često se istraživanja temelje na analizi već postojećih baza podataka poput *Worlds Values Surveya* ili *GEM-a* (*Global Entrepreneurship Monitor*).

Uhlaner i Thurik (2006) su istražili utjecaj postmaterijalizma na poduzetničku aktivnost na uzorku od 27 zemalja. Oni polaze od pretpostavke da će postmaterijalističke države imati nižu poduzetničku aktivnost od materijalističkih država. Uhlaner i Thurik tvrde kako su materijalisti skloniji pokretanju vlastitog posla ili obrta, zbog toga što prioritet daju materijalnim potrebama. Istraživanje je ustvrdilo da postoji negativna povezanost između postmaterijalizma i poduzetničke aktivnosti, odnosno da će postmaterijalističke države imati nižu poduzetničku aktivnost. S druge strane Morales (2008) temelji svoje istraživanje na suprotnoj tezi. On pretpostavlja da će postmaterijalisti biti skloniji pokretanju vlastitog posla ili obrta od materijalista, time što postmaterijalisti teže zadovoljavanju nematerijalističkih potreba poput samoaktualizacije i autonomije. Morales analizu provodi na podacima iz četvrtog vala (1999-2004) World Values Surveya. Rezultati analize su ukazali da postmaterijalizam ne utječe poduzetništvo. Morales zaključuje da se postmaterijalističke vrijednosti poput samoaktualizacije i autonomije ne odražavaju na poslovnu sferu.

3.2 Definicija vrijednosti

Sociološka definicija vrijednosti se značajno mijenjala kroz povijest. Definiciju vrijednosti je najviše promijenilo mijenjanje fokusa u sociologiji sa, gotovo u potpunosti, teorijske znanosti na empirijsku znanost, time što se nastojalo učiniti koncept vrijednosti mjerljivim. Samo shvaćanje koncepta vrijednosti se pojednostavilo te su se isticale manje apstraktne vrijednosti. Američki sociolozi su bili skloniji empirijskim istraživanjima, dok su se europski sociolozi ponajviše fokusirali na opisivanje vrijednosti kroz teorijske okvire. Sredinom prošlog stoljeća u SAD-u koncept vrijednosti u sociologiji postaje široko zastupljen, sa primarnom ulogom definiranja tadašnjih društvenih promjena (Wuthnow, 2008). Rane definicije vrijednosti opisuju kao materijalne i nematerijalne objekte (Spates, 1983). Thomas i Znaniecki, u svojoj knjizi "Poljski seljak u Europi i Americi", pružaju prvu sociološku definiciju vrijednosti: „bilo koji podatak koji ima empirijski sadržaj dostupan članovima neke društvene skupine i značenje s obzirom na to koji jest ili može biti predmet djelovanja“ (1921: 21). Ova koncepcija vrijednosti opisuje kao fizičke stvari ili umotvorine kojima je dodijeljeno zajedničko značenje. Daljnja razmatranja ubrzo odbacuju takvo shvaćanje vrijednosti. Prema Spatesu (1983), sociološko poimanje vrijednosti se temelji na funkcionalističkom shvaćanju vrijednosti koje su ponajviše oblikovali Parsons i Shils. Spates (1983) navodi nekoliko karakteristika vrijednosti koje su Parsons i Shils definirali. Temeljna definicija od koje polaze

Parsons i Shils; nalaže kako su vrijednosti ideje koje su kulturološki uvjetovane. Time ujedno vrijednosti postaju striktno kolektivne, proizlazeći iz zajedničkih ideala koje dijeli određena grupa ljudi. Nadalje, Parsons i Shils naglašavaju važnost vrijednosti u održavanju društvenog života. Vrijednosti održavaju koheziju društvenog života kroz društvene norme. Društvene norme mogu se promatrati kao odraz vrijednosti, odnosno društvene norme su oličenje ideala koje vrijednosti predstavljaju (Haralambos i Holborn, 2000). Parsons i Shils također definiraju vrijednosne orijentacije; kao organizirane sisteme vrijednosti. Iako je interpretacija vrijednosti Parsonsa i Shilsa pružila jasan kategorički prikaz, ne ostavlja prostor za istraživanje vrijednosti. Prvotno, istraživanja vrijednosti su ponajviše rezultirala samo deskriptivnom analizom dobivenih podataka, bez primjene teorijskih okvira (Spates, 1983). Milton Rokeach među razvija upitnik o vrijednostima koji istražuje povezanost između vrijednosti i uzroka promjene vrijednosti. Upitnik je mjerio dvije skupine vrijednosti: krajnje i instrumentalne vrijednosti. Krajnje vrijednosti se odnose na ciljeve koje pojedinac želi postići, dok se instrumentalne vrijednosti odnose na vrijednosti koje vode k željenom cilju (Maltašić, 2011). Na Rokeachov upitnik kasnije se nadovezuje Ronald Inglehart.

Inglehart svoje istraživanje također organizira oko dvije skupine vrijednosti, u ovom slučaju tradicionalne naspram sekularno-racionalnih vrijednosti te vrijednosti opstanaka nasuprot ekspresivnih vrijednosti (Ronald i Baker, 2000). Ovi pojmovi će kasnije biti detaljnije objašnjeni. Cilj Inglehartovih istraživanja jest opisati kulturološku promjenu vrijednosti. Metodologija Ingleharta je usko povezana sa njegovom teorijom modernizacije, koju predstavlja u knjizi "Tiha revolucija", 1977. godine. Inglehart tvrdi kako nakon Drugog svjetskog rata, za vrijeme blagostanja, dolazi to postepene promjerne vrijednosti. Točnije, do promjene dolazi zbog razlike u osobnim potrebama. Inglehart tu koncepciju vrijednosti temelji na Maslowljevoj (1954) teoriji hijerarhije potreba, prema kojoj postoje 5 razina ljudskih potreba koje moraju biti zadovoljene. Na samom dnu hijerarhije nalaze se osnovne fiziološke potrebe poput gadi i žeđi te sigurnosne potrebe poput fizičke sigurnosti i zdravlja, iznad njih se nalaze potrebe ljubavi i priznanja, zatim potreba za samopoštovanjem te na vrhu potreba za samoaktualizacijom. Dok je Maslow svojom teorijom htio opisati unutarnje motivacije ljudskog djelovanja, Inglehart se fokusirao na vanjske čimbenike koji su oblikovali vrijednosti. Inglehart vrijednosti svrstava u dvije grupe: materijalističke i postmaterijalističke vrijednosti. Konkretno, materijalističke vrijednosti naglašavaju fizičku i ekonomsku sigurnost, dok se postmaterijalističke vrijednosti okupljaju oko vrijednosti samoaktualizacije i slobode odabira. Inglehart predstavlja dvije hipoteze na kojima temelji svoju terminologiju: hipoteza oskudice i

hipoteza socijalizacije. Prema hipotezi oskudice prioriteta pojedinca reflektiraju socioekonomsko okruženje, odnosno kako pojedinac žudi za onime što mu najviše nedostaje (Inglehart, 1981). Generacija koja je živjela tokom ratnog razdoblja, upoznata sa životom u teškim životnim uvjetima, daje prioritet materijalističkim ciljevima. Poslijeratna generacija, čije su materijalne potrebe zadovoljene, daje prednost postmaterijalističkim ciljevima (Inglehart, 2006). Hipoteza socijalizacije tvrdi kako vrijednosti odražavaju životne uvjete u kojima je netko odrastao (Inglehart, 1981). Time Inglehart želi naglasiti kako je promjena vrijednosti generacijska te se može zapaziti tek tada, kada mlađa generacija zamjeni stariju. Najznačajniji Inglehartov doprinos empirijskoj sociologiji jest World Values Survey, najveća baza podataka stavova, vrijednosti i uvjerenja (Inglehart i Baker, 2000). World Values Survey prikuplja podatke pomoću anketnog istraživanja koji se provodi u valovima sa razmacima od nekoliko godina. Istraživanje se temelji na Inglehartovoj tezi modernizacije; naglašavajući povezanost ekonomskog napretka i određenih vrijednosnih orijentacija. Točnije, Inglehart i Welzel (2009) smatraju kako ekonomski i tehnološki napredak se odražava na kulturu i političku sferu. Povezanost ekonomskog i tehnološkog napretka i promjene u kulturi i političkoj sferi, Inglehart i Welzel analiziraju pomoću dvaju setova vrijednosti: tradicionalnih i sekularno-racionalnih vrijednosti te vrijednosti opstanaka i ekspresivne vrijednosti. Tradicionalne vrijednosti se povezuju sa poštivanjem autoriteta, netolerancijom abortusa, patrijarhatom, važnosti obitelji te nacionalizmom, dok se sekularno-racionalne vrijednosti povezuju sa suprotnim vrijednostima. Inglehart i Welzel tradicionalne vrijednosti povezuju sa preindustrijskim društvom, a sekularno-racionalne vrijednosti povezuju sa industrijskim društvom. Vrijednosti opstanaka daju prioritet fizičkoj i ekonomskoj sigurnosti te konformističkim normama (Inglehart i Welzel, 2009). Ekspresivne vrijednosti se fokusiraju na samoaktualizaciju pojedinca te slobodu izražavanja. Glavna hipoteza World Values Surveya pretpostavlja da će u državama lošijeg ekonomskog statusa, prevladati tradicionalne vrijednosti i vrijednosti opstanaka, dok će u prosperitetnijim državama prevladati sekularno-racionalne i ekspresivne vrijednosti. Pomoću ove tipologije, Inglehart i Welzel razrađuju grafički prikaz odnosa među skupovima vrijednosti u obliku svojevrsnog koordinatnog sustava. Na x pravcu se nalaze vrijednosti opstanaka i ekspresivne vrijednosti, a na y pravcu se nalaze tradicionalne i sekularno-racionalne vrijednosti. Prema tome, s obzirom na rezultat, države će zauzeti određeno mjesto u koordinatnom sustavu. Države koje se nalaze u trećem kvadrantu će najčešće biti države lošijeg ekonomskog statusa, imajući najizraženije tradicionalne vrijednosti i vrijednosti opstanaka. Prosperitetne države će zauzeti mjesto u prvom kvadrantu.

4. Istraživačka pitanja i hipoteze

4.1 Istraživačka pitanja

1. Postoji li statistički značajna razlika u motivima za pokretanje vlastitog posla na obzirom na postmaterijalizam?
2. Postoji li statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam?
3. Postoji li statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na učestalost pohađanja religijskih obreda?
4. Postoji li statistički značajna razlika u stavovima prema poduzetništvu s obzirom postmaterijalizam?
5. Postoji li statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na to poznaju li studenti osobno nekog poduzetnika?

4.2 Hipoteze

H1 Postoji statistički značajna razlika u motivima za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

H2 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

H3 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom učestalost pohađanja religijskih obreda.

H4 Postoji statistički značajna razlika u stavovima o poduzetništvu s obzirom na postmaterijalizam.

H5 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na to poznaju li studenti osobno nekog poduzetnika.

5. Metodologija istraživanja

Ovim istraživanjem se nastojao istražiti stavove studenata o poduzetništvu te na koji način vrijednosti utječu na njihove stavove. Istraživanje se provelo pomoću internetske ankete

koja je bila podijeljena preko društvenih mreža. Anketa je bila objavljena na službenim Facebook stranicama različitih odjela Sveučilišta u Zadru te je dijeljena i metodom snježne grude, odnosno anketu su dalje međusobno studenti prosljeđivali kroz poruke. Uzorak se sastoji od studenata Sveučilišta u Zadru, pretežito studenata društvenih i humanističkih studija.

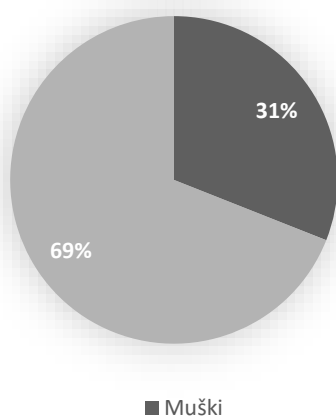
Anketa je napravljena pomoću alata za online anketiranje, Limesurveya, gdje su i pohranjeni podaci ispunjenih anketa. Pitanja su podijeljena na nekoliko tematskih jedinica; sociodemografska pitanja, stavovi o poduzetništvu, vrijednosti, kulturne preference i žene u poduzetništvu. Ovaj rad koristi samo tri navedene grupe pitanja; sociodemografska pitanja, stavovi o poduzetništvu te vrijednosti. Sociodemografska pitanja su ispitivala osnovne sociodemografske podatke. Interes studenata za poduzetništvo ispitan je kroz skalu od četiri stupnja: 1-uopće me ne zanima, 2-uglavnom me ne zanima, 3-donekle me zanima te 4-jako me zanima. Poduzetnička motivacija studenata ispitan je skalom poduzetničke motivacije. Kako bi se ispitale prepreke pri pokretanju vlastitog posla studenti su morali odabrati tri od osam ponuđenih tvrdnji. Stavovi studenata o poduzetništvu su ispitan skalom samoprocjene: od 1- u potpunosti se ne slažem do 5- u potpunosti se slažem. Religioznost studenta je ispitan je skalom samoprocjene: 1 - uvjereni sam vjernik/ca i prihvaćam sve što moja vjera uči, 2 - religiozan/na sam premda ne prihvaćam sve što moja vjera uči, 3 - dosta razmišljam o tome, ali nisam siguran/na vjerujem li ili ne, 4 - prema religiji sam ravnodušan/na, 5 - nisam religiozan premda nemam ništa protiv religije, 6 - nisam religiozan i protivnik sam religije. Učestalost pohađanja religioznih obreda je ispitan Likertovom skalom od pet stupnjeva: 1 – nikad, 2 – rijetko, 3 – ponekad, 4 – često, 5 – vrlo često. Vrijednosti studenata su ispitan pomoću Inglehartovog indeksa postmaterijalističkih vrijednosti od dvanaest čestica. Inglehartov indeks postmaterijalističkih vrijednosti mjeri jesu li ispitanici skloniji materijalizmu ili postmaterijalizmu. Studentima su bile ponuđene četiri tvrdnje koje su sadržavale dva postmaterijalistička cilja i dva materijalistička. Studenti su od četiri ponuđena cilja morali odabrati dva koje smatraju najvažnijim. Materijalistički ciljevi nose vrijednost 0, dok postmaterijalistički ciljevi nose vrijednost 1. Najviši rezultat koji su ispitanici mogli postići jest 6, a najmanji 0. Ispitanici sa rezultatima od 0 do 2 su označeni kao materijalisti, ispitanici koji su ostvarili rezultat od 3 do 4 označeni su kao mješoviti te ispitanici koji su ostvarili rezultat od 5 do 6 označeni su kao postmaterijalisti. Čestice iz postmaterijalističkog indeksa su preuzete iz anketnog upitnika koji se koristio tokom sedmog vala istraživanja World Values Surveya. Za ispunjavanje ankete bilo je potrebno 10 minuta.

U ovom istraživanju su korištene metode analize deskriptivne i inferencijalne statistike. Dobiveni podaci su obrađeni u programu SPSS Statistics. Pri testiranju hipoteza su se koristili t test i analiza varijance (ANOVA). Statistička značajnost razlike u ovom istraživanju izražena je na razini $p < 0,05$.

6. Rezultati istraživanja

6.1. Sociodemografski profil uzorka

U istraživanju je sudjelovalo 152 ispitanika, od čega je 105 ispitanica i 47 ispitanika. Spolna struktura odražava strukturu populacije, time što Sveučilište u Zadru pohađa znatno više studentica nego studenata (Slika 1). Dob studenata (Tablica 1) varira u rasponu od 18 do 36 godina, najbrojniji su studenti od 21 godinu (21.7%).



Slika 1. Spolna struktura uzorka

Tablica 1. Dobna struktura uzorka

<i>Dob</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
18	1	0,7
19	21	13,8
20	26	17,1
21	33	21,7
22	25	16,4
23	18	11,8
24	9	5,9
25 do 36	19	1,25

Tablica 2 prikazuje veličinu naselja gdje su ispitanici odrasli. Većina studenata (37,5%) su odrasli u gradovima srednje veličine sa 30.001 do 100.000 stanovnika, dok najmanji broj studenata (11,8%) dolazi iz manjih gradova i naselja sa 10.001 do 30.000 stanovnika. Iz velikih gradova dolazi 17,8% studenata, isti udio studenata (17,8%) dolazi iz malih naselja te 15,1% dolazi iz naselja srednje veličine.

Tablica 2. Veličina naselja u kojima su studenti odrasli

Veličina naselja	N	%
<i>više od 100.000 stanovnika</i>	27	17,8
<i>30.001 do 100.000 stanovnika</i>	57	37,5
<i>10.001 do 30.000 stanovnika</i>	18	11,8
<i>od 2001 do 10.000 stanovnika</i>	23	15,1
<i>manje od 2000 stanovnika</i>	27	17,8

Najbrojniji su studenti treće godine preddiplomskog studija (Tablica 3), čineći 35,5% uzorka, dok najmanji dio uzorka (8,6%) čine studenti pete godine. Studenti koji pohađaju preddiplomske studije čine 79,6% uzorka, dok studenti koji pohađaju diplomske studije čine samo 20,3% uzorka.

Tablica 3. Godina studija koje studenti pohađaju

Godina studija	N	%
1	43	28,3
2	24	15,8
3	54	35,5
4	18	11,8
5	13	8,6

6.2. Vrijednosti studenata

Vrijednosti studenata su ispitane kroz različite dimenzije vrijednosti. Ponajprije je ispitana religioznost studenata, njihovi religiozna samoidentifikacija te koliko učestalo posjećuju religiozne obrede. Samoidentifikacija studenata ispitana je skalom religioznosti. Studentima je bilo ponuđeno šest tvrdnji koje su odražavale različite stupnjeve religioznosti te studenti su morali odabrati sa kojom se tvrdnjom najviše slažu. Najviše studenata (39,2%) sebe smatra religioznima, no ne prihvaćaju sve što ih vjera uči. Studenti koji nisu religiozni i protive se religiji čine najmanji dio uzorka, samo 3,3%. Većina studenata (63,8%) sebe smatra religioznima, bar u nekoj mjeri. Tablica 5 prikazuje učestalost posjećivanja religijskih obreda. Veći dio studenata (37,5%) često posjećuje religijske obrede, dok manji dio studenata (26,3%) nikada ne posjećuje religijske obrede.

Tablica 4. Samoprocjena religioznosti

	N	%
Uvjereni sam vjernik/ca i prihvaćam sve što moja vjera uči	42	27,6
Religiozan/na sam premda ne prihvaćam sve što moja vjera uči	55	36,2
Dosta razmišljam o tome, ali nisam siguran/na vjerujem li ili ne	18	11,8
Prema religiji sam ravnodušan/na	10	6,6
Nisam religiozan premda nemam ništa protiv religije	22	14,5
Nisam religiozan i protivnik sam religije	5	3,3

Tablica 5. Učestalost posjećivanja religioznih obreda

<i>Osim vjenčanja, pogreba i krštenja, koliko često pohadate vjerske obrede?</i>	N	%
Nikada	40	26,3
Rijetko	55	36,2
Često	57	37,5

Vrijednosti studenata su se mjerile pomoću postmaterijalističkog indeksa (Inglehart, 1994). Studenti su morali odabrati dvije od četiri ponuđene tvrdnje. Ovisno o tome koju su tvrdnju odabrali, studenti su mogli ostvariti na svakom pitanju od 0 do 2 boda. Studentima je bilo ponuđeno tri pitanja takvog tipa. Najveći mogući rezultat koji su studenti mogli ostvariti jest šest bodova. Studenti koji su ostvarili od 0 do 2 boda smatraju se materijalistima, studenti koji su ostvarili 3 boda smatraju se mješovitim tipom te studenti koji su ostvarili od 4 do 6 bodova se smatraju postmaterijalistima. Najveći broj studenata (36,18%) je ostvario rezultat od 3 boda te se time smatraju mješovitim tipom. Najmanji broj studenata (26,31%) je ostvario 4 do 6 bodova, time najmanji broj studenata se smatra postmaterijalistima.

Tablica 6. Postmaterijalistički indeks studenata

	N	%
<i>Materijalisti</i>	55	36,1
<i>Mješoviti</i>	57	37,5
<i>Postmaterijalisti</i>	40	26,3

6.3. Stavovi studenata o poduzetništvu: deskriptivni prikaz rezultata

Percepcija poduzetništva od strane studenata je ispitana kroz nekoliko dimenzija. Prvo se ispitaao interes studenata za pokretanje vlastitog obrta ili poduzeća (Tablica 7). Većinu studenata (41,1%) donekle zanima pokretanje vlastitog obrta ili poduzeća, dok mali broj studenata (4,6%) uopće ne zanima pokretanje vlastitog obrta ili poduzeća. Tablica 8 prikazuje

koliko studenata poznaje osobno poduzetnika. Većina studenata poznaje poduzetnika (81%), uglavnom su im to prijatelji (21,1%) ili članovi šire obitelji (18,4%).

Tablica 7. Interes studenata za pokretanje vlastitog posla

Koliko Vas općenito interesira mogućnost pokretanja vlastitog posla (poduzetništvo ili samozapošljavanje)?	N	%
1-uopće me ne zanima	7	4,6
2-uglavnom me ne zanima	37	24,3
3-donekle me zanima	63	41,4
4-jako me zanima	45	29,6

Tablica 8. Poznanstvo poduzetnika

Poznajete li osobno nekoga tko je pokrenuo vlastiti posao?	N	%
Da	123	80,9
Ne	29	19,1

Tablica 9. Odnos ispitanika i poduzetnika

Odnos ispitanika i poduzetnika	N	%
član uže obitelji	20	13,2
član šire obitelji	28	18,4
prijatelj	32	21,1
poznani	2	1,3
kolega sa studija	5	3,3
susjed	6	3,9
netko drugi	28	18,4

Tablica 10. Motivi za pokretanje vlastitog posla.

Motivi za pokretanje vlastitog posla	1	2	3	4	5	<i>M ± s</i>
<i>financijska neovisnost</i>	N	1	5	7	40	99
	%	0,7	3,3	4,6	26,3	65,1
<i>stjecanje društvenog utjecaja</i>	N	9	23	39	53	28
	%	5,9	15,1	25,7	34,9	18,4
<i>mogućnost realizacije vlastitih potencijala</i>	N	0	2	13	38	99
	%	0,0	1,3	8,6	25,0	65,1
<i>postizanje slave</i>	N	31	54	43	14	10
	%	20,4	35,5	28,3	9,2	6,6
<i>fleksibilnost radnog vremena</i>	N	1	1	15	42	93
	%	0,7	0,7	9,9	27,6	61,2
<i>neograničeni potencijal prihoda</i>	N	3	8	29	47	65
	%	2,0	5,3	19,1	30,9	42,8
<i>nedostatak atraktivnih prilika za pronalaženje zaposlenja</i>	N	12	14	58	43	25
	%	7,9	9,2	38,2	28,3	16,4
<i>nastavljanje obiteljskog posla</i>	N	54	27	35	21	15
	%	35,5	17,8	23,0	13,8	9,9
<i>doprinos društvu</i>	N	5	12	33	56	46
	%	3,3	7,9	21,7	36,8	30,3
<i>mogućnost da se radi nešto "svoje"</i>	N	2	5	11	45	89
	%	1,3	3,3	7,2	29,6	58,6

Sljedeće je ispitana poduzetnička motivacija studenata (Tablica 10). Studentima je bilo ponuđeno deset motiva, za koje su trebali procijeniti na skali od 1 -u potpunosti nevažno do 5 - izrazito važno, koliko su im važni pri za otvaranju vlastitog poduzeća ili obrta. Financijska neovisnosti i mogućnost realizacije vlastitih potencijala su najvažniji motivi za studente pri za otvaranju vlastitog poduzeća ili obrta, čak 65,1% studenata te motive označavaju kao izrazito važne. Nešto manje studenata smatra fleksibilnost radnog vremena (61,2%) i mogućnost da se radi nešto „svoje“ (58,6%) izrazito važnima. Najviše studenata (35,5%) označuje u potpunosti

nevažnim nastavljajući obiteljskog posla i postizanje slave (20,4%). U istraživanju Bračuna i Horvata (2021) najčešće odabrani motivi su: mogućnost veće zarade (36%), mogućnost biti sam svoj šef (30%), mogućnost da rade što žele (27%) te samozapošljavanje (7%).

Tablica 11. Stavovi studenata o poduzetništvu

Stavovi o poduzetnicima		1	2	3	4	5	M ± s
<i>Svatko tko se prihvatio rizika pokretanja vlastitog posla zaslužuje poštovanje i potporu</i>	N	2	8	13	49	80	4,3±0,93
	%	1,3	5,3	8,6	32,2	52,6	
<i>Sposobnost i znanje glavni su razlog uspjeha svakog pojedinca</i>	N	11	13	41	47	40	3,6±1,17
	%	7,2	8,6	27	30,9	26,3	
<i>Uspjeti se može samo uz puno sreće, puno sposobnih ljudi nije dobilo svoju priliku</i>	N	10	30	48	43	21	3,2±1,12
	%	6,6	19,7	31,6	28,3	13,8	
<i>Biti uspješan poduzetnik uglavnom znači imati dobre veze</i>	N	12	23	51	54	12	3,2± 1,05
	%	7,9	15,1	33,6	35,5	7,9	
<i>Poduzetnik se treba suočiti s teškim zadaćama sa sigurnošću da će ih riješiti</i>	N	3	1	31	68	49	4,0±0,86
	%	2	0,7	20,4	44,7	32,2	
<i>Poduzetnik bi trebao biti spreman preuzeti rizike</i>	N	2	1	2	55	92	4,5± 0,69
	%	1,3	0,7	1,3	36,2	60,5	

Tablica 11 prikazuje stavove studenata o poduzetništvu. Studentima je bilo ponuđeno šest tvrdnji. Studenti se najviše (60,5%) slažu sa tvrdnjom „poduzetnik bi trebao biti spreman preuzeti rizike“, nešto manje studenata (52,6%) se slažu sa tvrdnjom „svatko tko se prihvatio rizika pokretanja vlastitog posla zaslužuje poštovanje i potporu“. Najviše studenata (7,9%) se ne slaže sa tvrdnjom „biti uspješan poduzetnik uglavnom znači imati dobre veze“. Studenti se također većoj mjeri ne slažu sa tvrdnjama „sposobnost i znanje glavni su razlog uspjeha svakog pojedinca“ (7,2%) te „uspjeti se može samo uz puno sreće, puno sposobnih ljudi nije dobilo svoju priliku“ (6,6%).

Tablica 12. Prepreke pri otvaranju vlastitog posla.

Prepreke pri otvaranju vlastitog posla	N	%
<i>odsutnost početnog kapitala</i>	112	73,7
<i>rizičnost poduzetništva</i>	81	53,3
<i>nedostatak jasne poduzetničke ideje ili vizije</i>	38	25
<i>visoka porezna davanja</i>	52	34,2
<i>nedostatak poslovnog prostora</i>	29	19,1
<i>nedostatak jasnih informacija za mlade poduzetnike</i>	63	41,4
<i>predrasude o poduzetnicima u društvu</i>	7	4,6
<i>strah od preuzimanja odgovornosti</i>	55	36,2

Uz motive za pokretanje vlastitog poduzeća ispitane su i prepreke pri otvaranju vlastitog poduzeća ili obrta. Studenti su morali izabrati tri od osam mogućih odgovora. Najčešće odabrani odgovor je odsutnost početnog kapitala (73,7%), nakon toga studenti su najviše odabirali rizičnost poduzetništva (53,3%) te nedostatak jasnih informacija za mlade poduzetnike (41,4%). Najmanje odabiran odgovor jest predrasude o poduzetnicima u društvu (4,6%). U svojem istraživanju Raguž i Matić (2011) također istražuju prepreke pri otvaranju vlastitog poduzeća ili obrta, no one nude samo četiri odgovora: nedovoljna ekonomska razvijenost, visoka porezna davanja, nesigurnost tržišta te osobni razlozi. Najčešće prepreke pri otvaranju vlastitog poduzeća ili obrta su nesigurnost tržišta (25%) te visoka porezna davanja (24,2%). U istraživanju Bračuna i Horvata(2021) najistaknutije prepreke su nesigurna ekonomska situacija (25%), nedostatak poduzetničkih znanja (17%) te strah od neuspjeha (16%).

6.4. Testiranje hipoteza

H1 Postoji statistički značajna razlika u motivima za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

Tablica 13. Motivi za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

Motivi za pokretanje vlastitog posla		$M \pm s$	F	p
<i>financijska neovisnost</i>	Materijalisti	4,4±0,91	2,132	0,122
	Mješoviti	4,6±0,54		
	Postmaterijalisti	4,3±0,86		
<i>stjecanje društvenog utjecaja</i>	Materijalisti	3,5±1,11	1,063	0,348
	Mješoviti	3,5±1,08		
	Postmaterijalisti	3,2±1,20		
<i>mogućnost realizacije vlastitih potencijala</i>	Materijalisti	4,4±0,69	2,767	0,066
	Mješoviti	4,7±0,53		
	Postmaterijalisti	4,3±0,89		
<i>postizanje slave</i>	Materijalisti	2,4±1,16	0,353	0,703
	Mješoviti	2,5±1,10		
	Postmaterijalisti	2,3±1,07		
<i>fleksibilnost radnog vremena</i>	Materijalisti	4,3±0,92	2,219	0,112
	Mješoviti	4,5±0,65		
	Postmaterijalisti	4,65±0,58		
<i>neograničeni potencijal prihoda</i>	Materijalisti	4,1±0,93	1,675	0,191
	Mješoviti	4,1±1,00		
	Postmaterijalisti	3,8±1,083		
<i>nedostatak atraktivnih prilika za pronalaženje zaposlenja</i>	Materijalisti	3,4±1,0	0,053	0,948
	Mješoviti	3,3±1,15		
	Postmaterijalisti	3,3±1,14		
<i>nastavljanje obiteljskog posla</i>	Materijalisti	2,5±1,24	0,923	0,399
	Mješoviti	2,5±1,5		
	Postmaterijalisti	2,2±1,28		
<i>doprinos društvu</i>	Materijalisti	3,9±1,12	0,443	0,643
	Mješoviti	3,8±1,00		
	Postmaterijalisti	3,7±1,03		
<i>mogućnost da se radi nešto "svoje"</i>	Materijalisti	4,5±0,74	1,607	0,204
	Mješoviti	4,4±0,94		
	Postmaterijalisti	4,2±0,89		

Ova hipoteza je testirana testom analize varijance. Hipotezom se nastojalo utvrditi da li postoji statistički značajna razlika u motivima za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam. Provedbom analize varijance nije ustvrđeno da je razlika u motivima za pokretanje vlastitog posla statistički značajna, time je ova hipoteza odbačena.

H2 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

Tablica 14. Interes za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam.

<i>Koliko Vas općenito interesira mogućnost pokretanja vlastitog posla (poduzetništvo ili samozapošljavanje)?</i>	N	M ± s	F	p
<i>Materijalisti</i>	55	3,1±0,78	3,303	0,039
<i>Mješoviti</i>	57	3,0±0,79		
<i>Postmaterijalisti</i>	40	2,6±0,97		

Testom analize varijance nastojala se ispitati razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam. Testom analize varijance je potvrđena hipoteza. Postoji statistički značajna razlika ($p < 0,05$) u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na postmaterijalizam. Scheffe testom je ustanovljeno da značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla postoji samo između postmaterijalista i materijalista. Materijalisti imaju viši prosječni rezultat ($M= 3,11$), dok postmaterijalisti imaju niži rezultat ($M= 2,68$), što ukazuje da su postmaterijalisti manje zainteresirani za pokretanje vlastitog posla od materijalista.

H3 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na učestalost pohađanja religijskih obreda.

Tablica 15 Interes za pokretanje vlastitog posla s obzirom na učestalost pohađanja religijskih obreda.

<i>Osim vjenčanja, pogreba i krštenja, koliko često pohađate vjerske obrede?</i>	N	M±s	F	p
<i>Nikada</i>	40	2,6± 0,97	3,92	0,022
<i>Rijetko</i>	55	2,9±0,77		
<i>Često</i>	57	3,1±0,85		

Testom analize varijance se nastojalo istražiti da li postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na pohađanje obreda. Testirane su varijable interes za poduzetništvo i učestalost pohađanja religijskih obreda. Analiza varijance se pokazala statistički značajnom ($p < 0,05$). Najznačajnija razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla se nalazi između studenata koji često pohađaju religijske obrede ($M=3,16$) i studenata koji nikada ne pohađaju religijske obrede ($M=2,68$).

H4 Postoji statistički značajna razlika u stavovima o poduzetništvu s obzirom na postmaterijalizam.

Tablica 16. Stavovi o poduzetnicima s obzirom na postmaterijalizam.

Stavovi o poduzetnicima		N	$M \pm s$	F	p
<i>Svatko tko se prihvatio rizika pokretanja vlastitog posla zaslužuje poštovanje i potporu</i>	Materijalisti	55	4,4±0,89	1,162	0,316
	Mješoviti	57	4,3±0,98		
	Postmaterijalisti	40	4,1±0,88		
<i>Sposobnost i znanje glavni su razlog uspjeha svakog pojedinca</i>	Materijalisti	55	3,8±1,15	2,078	0,129
	Mješoviti	57	3,5±1,19		
	Postmaterijalisti	40	3,3±1,14		
<i>Uspjeti se može samo uz puno sreće, puno sposobnih ljudi nije dobilo svoju priliku</i>	Materijalisti	55	3,0±1,08	1,5	0,226
	Mješoviti	57	3,2±1,11		
	Postmaterijalisti	40	3,4±1,15		
<i>Biti uspješan poduzetnik uglavnom znači imati dobre veze</i>	Materijalisti	55	3,1±1,11	0,951	0,389
	Mješoviti	57	3,1±1,08		
	Postmaterijalisti	40	3,4±0,9		
<i>Poduzetnik se treba suočiti s teškim zadaćama sa sigurnošću da će ih riješiti</i>	Materijalisti	55	4,1±0,95	1,045	0,354
	Mješoviti	57	3,9±0,86		
	Postmaterijalisti	40	4,0±0,67		
<i>Poduzetnik bi trebao biti spreman preuzeti rizike</i>	Materijalisti	55	4,5±0,85	0,014	0,986
	Mješoviti	57	4,5±0,6		
	Postmaterijalisti	40	4,5±0,55		

Ova hipoteza je testirana analizom varijance. Ona nastoji utvrditi postojanje statistički značajne razlike u stavovima o poduzetništvu s obzirom na postmaterijalizam. Provedbom analize varijance nije ustvrđeno da je razlika u stavovima o poduzetništvu s obzirom na postmaterijalizam statistički značajna, time je ova hipoteza odbačena.

H5 Postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na to poznaju li studenti osobno nekog poduzetnika.

Tablica 17. Rezultati t-testa.

	F	p	t
<i>Koliko Vas općenito interesira mogućnost pokretanja vlastitog posla (poduzetništvo ili samozapošljavanje)?</i>	0,199	0,656	1,422

Tablica 18. Interes za pokretanje vlastitog posla s obzirom na poznavanje poduzetnika

Poznajete li osobno nekoga tko je pokrenuo vlastiti posao?	<i>N</i>	<i>M ± s</i>
<i>Da</i>	123	3,0± 0,86
<i>Ne</i>	29	2,7±0,78

Ova hipoteza je testirana pomoću t-testa. Cilj je bio utvrditi da li poznavanje poduzetnika utječe na interes studenata za poduzetništvo. Provedbom T-testa, ustvrđeno je da ne postoji statistički značajna razlika u interesu za pokretanje vlastitog posla s obzirom na poznavanje poduzetnika te time se ova hipoteza odbacuje.

6. Rasprava

Cilj ovoga rada je bio ispitati stavove studenata o poduzetništvu te odrediti koliko postmaterijalističke vrijednosti mogu utjecati na stavove o poduzetništvu. Postmaterijalističke vrijednosti (Inglehart, 1971) su odabrane kao dodatna jedinica analize jer one odražavaju poželjne karakteristike poduzetnika. Prema Dollingeru (2008) poduzetništvo zahtjeva inovaciju i preuzimanje rizika, što direktno odražava postmaterijalističke vrijednosti poput samoaktualizacije i kreativnosti. Time se može pretpostaviti da će postmaterijalisti biti zainteresiraniji za pokretanje vlastitog posla te da će njihovi stavovi o poduzetništvu biti pozitivniji od materijalista. Dodatno tome, materijalizam odražava suprotne vrijednosti. Materijalisti prioritziraju financijsku sigurnost i stabilnost u životu, time bi njih trebao zanimati posao koji će donositi konstantne prihode i osigurati dugotrajnu zaposlenost. Unatoč pretpostavkama zasnovanim na teoriji, dobiveni rezultati su se pokazali drukčijim.

Prvenstveno, ustvrđeno je da su materijalisti zainteresiraniji za pokretanje vlastitog posla od postmaterijalista. Dobiveni podatci odražavaju rezultate prijašnjih istraživanja. Uhlaner i Thurik (2006) su istraživali utjecaj postmaterijalizma na ukupnu poduzetničku aktivnost na nacionalnoj razini. Njihova početna teza je polazila od negativne korelacije postmaterijalizma i ukupne poduzetničke aktivnosti. Oni zaključuju da materijalističke države imaju višu stopu poduzetničke aktivnosti nego postmaterijalističke zemlje. Morales i Holtschlag (2013) istražuju

utjecaj postmaterijalizma na poduzetništvo na pojedinačnoj razini. Oni također dolaze do istog rezultata; postmaterijalisti su manje skloni pokretanju vlastitog poduzeća. Morales i Holtschlag (2013) time zaključuju da karakter poduzetništva primarno materijalistički. Prema tome, glavni cilj pokretanja vlastitog posla jest stjecanje bogatstva, a ne mogućnost da se ostvare vlastite ideje ili realizira vlastiti potencijal. Ova teza se može primijeniti i na rezultate u ovom istraživanju.

Iako je utvrđeno da ne postoji statistički značajna razlika između postmaterijalista i materijalista u odabiru motiva za pokretanje vlastitog posla, dobiveni rezultati reflektiraju već zapaženu pojavu. Među najodabranijim motivima bio je materijalistički motiv financijska sigurnost, zatim slijede postmaterijalistički motivi poput mogućnosti realizacije svojih potencijala i fleksibilnost radnog vremena. Time se opet naglašava percepcija poduzetništva kao načina za postizanje bogatstva. Bračun i Horvat (2021) dolaze do sličnih rezultata u svojem istraživanju. Najučestaliji motiv jest mogućnost veće zarade, nakon čega dolaze motivi: „biti svoj gazda“ te „stvarati ono što ih veseli i zanima“.

Učestalost posjećivanja religijskih obreda utječe na interes za pokretanje vlastitog posla. Ispitanici koji često posjećuju religijske obrede su najviše zainteresirani za pokretanje vlastitog posla, dok ispitanici koji rijetko posjećuju religijske obrede pokazuju najmanji interes. Sousa i dr. (2020) u svojem istraživanju također dolaze do sličnog rezultata. Oni razliku u interesu za pokretanje vlastitog posla povezuju sa razlikom u osobnim vrijednostima, nalažući da intrinzične religijske vrijednosti potiču veći interes za pokretanje vlastitog posla kod religioznih ispitanika. U ovom istraživanju analiza osobne religioznosti ispitanika i interesa za pokretanje vlastitog obrta služila je kao dodatno mjerilo odnosa materijalističkih vrijednosti i poduzetništva. Ovo se nadovezuje na teorijski okvir Ingleharta, prema kojemu se materijalističke vrijednosti povezuje sa religioznošću. Odnosno, materijalisti su najčešće i religiozni.

Statistički značajna razlika ne postoji u stavovima o poduzetništvu. Ispitanici su ponajviše slagali sa tvrdnjama u kojima je fokus na samo djelovanje poduzetnika. Ispitanici se najviše slažu sa tvrdnjom „poduzetnik bi trebao biti spreman preuzeti rizike“, zatim sa tvrdnjom „svatko tko se prihvatio rizika pokretanja vlastitog posla zaslužuje poštovanje i potporu“ te „poduzetnik se treba suočiti s teškim zadacima sa sigurnošću da će ih riješiti“.

Prijašnje poznavanje poduzetnika ne utječe na interes za pokretanje vlastitog obrta, ispitanici koji poznaju poduzetnika jesu nešto više zainteresirani za pokretanje vlastitog obrta, no razlika

ipak nije statistički značajna. Ovaj rezultat se ne poklapa sa prijašnjim istraživanjima. Bračun i Horvat (2021) tvrde da studenti koji osobno poznaju poduzetnika imaju značajno izraženiji interes za pokretanje vlastitog posla.

8. Zaključak

Ovo istraživanje je pružilo uvid u stavove studenata o poduzetništvu te koliko osobne vrijednosti mogu utjecati na te stavove. Vrijednosti studenata su analizirane kroz teorijski okvir Inglehartove teorije modernizacije, odnosno ovaj rad istražuje povezanost postmaterijalističkih i materijalističkih vrijednosti sa stavovima o poduzetništvu. Na temelju dobivenih rezultata je ponajprije utvrđeno da veliki broj studenata na Sveučilištu u Zadru zanima pokretanje vlastitog posla. Osobno poznanstvo poduzetnika ne utječe na interes za pokretanje vlastitog posla, studenti koji poznaju osobno poduzetnika ne pokazuju veći interes za pokretanje vlastitog posla. Prema vrijednosnoj orijentaciji, najveći broj studenata je mješoviti tip, odnosno ne pripadaju niti postmaterijalistima niti materijalistima. Sljedeća najbrojnija skupina studenata spada pod materijaliste.

Razlika između postmaterijalista i materijalista se ponajviše primjećuje u interesu za pokretanje vlastitog poduzeća. Unatoč pretpostavkama baziranim na teoriji, materijalističke vrijednosti značajno više utječu na interes za pokretanje vlastitog posla od postmaterijalističkih vrijednosti. Pozitivan utjecaj religioznosti na interes za pokretanje vlastitog poduzeća ili obrta, dodatno potvrđuje odnos materijalističkih vrijednosti i interesa za pokretanje vlastitog posla. Povezanost materijalističkih vrijednosti i interesa za pokretanje vlastitog posla se provlači kroz gotovo sve aspekte poduzetničke aktivnosti. Studenti su ponajviše motivirani materijalističkim motivima, točnije, studenti su najviše motivirani sa mogućnošću zarade. Glavna prepreka pri pokretanju vlastitog posla je manjak financijskih sredstava. Ovime se može zaključiti da studenti poduzetništvo ne vide kao mogućnost za ostvarivanje vlastitih potencijala, već da je u njihovom fokusu postizanje financijskih ciljeva. Takvo poimanje poduzetništva se proturječi standardnim udžbeničkim definicijama poduzetništva, koja najčešće navode inovaciju kao centralnu aktivnost poduzetništva.

9. Literatura

Bakotić, D. i Kružić, D. (2010). „Students perceptions and intentions towards entrepreneurship: the empirical findings from Croatia“, *The Business Review*, 14, (2): 209-215.

Bračun, S. i Horvat, D. (2021). „Poduzetničke namjere, motivi i prepreke studenata u realizaciji poslovne ideje“. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 11 (2):67-81.
<https://doi.org/10.38190/ope.11.2.8>

Eurobarometer (2023). „Social entrepreneurship and youth“, *Social entrepreneurship and youth - ožujak 2023 - - Eurobarometer survey (europa.eu)*
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

Dollinger, Marc (2008). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Illinois: Marsh Publications, 7-12

Haralambos, M. and Holborn, M. (2000). *Sociology themes and perspectives*. Fifth Edition, London: Harper Collins.

Maltašić, Ivan (2011). "Tipologija organizacijskih vrijednosti" *Ekonomski pregled*, 62, (7-8):421-442. <https://hrcak.srce.hr/73039>. .

Inglehart, Ronald i Wayne E. Baker (2000). “Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values.” *American Sociological Review*, 65, (1):19–51. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/2657288>.

Inglehart, Ronald (1971). “Ronald Inglehart.. „The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies“ *American Political Science Review* 65 (December): 991-1017.” *The American Political Science Review*, vol. 100, no. 4, 2006, pp. 685–685. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/27644415>. Accessed 28 Aug. 2024.

Inglehart, Ronald (1981). “Post-Materialism in an Environment of Insecurity”, *The American Political Science Review*, 75, (4): 880–900. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/1962290>

Inglehart, R. i C. Welzel (2009). “How Development Leads to Democracy: What We Know About Modernization.”, *Foreign Affairs*, 88, (2): 33–48. JSTOR, <http://www.jstor.org/stable/20699492>.

Jokić, Božena (1992).”Poduzetništvo i društvo (socioekonomska analiza)”, *Revija za sociologiju*, 23, (1-2): 5-9.

Juračak, Josip i Tica, Marko (2016). *Graduate students' opinions about entrepreneurship as an employment opportunity*, 10, (1): 23-30.

Klepić, I., Klepić, Z. i Mabić, M. (2021). „Razlike u namjerama i percepciji poduzetničke karijere među studentima“, *South Eastern European Journal of Communication*, 3 (2): 47-47.

Maslow, Abraham. H. (1943). „A theory of human motivation“. *Psychological Review*, 50, 370–396.

Morales, Carlos (2008). „Entrepreneurship and Postmaterialist Values. An individual level approach“, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19 (3).

19. 10.1108/13552551311330174.

Morales, Carlos i Holtschlag, Claudia (2013). „Post materialist values and entrepreneurship: A multilevel approach.“ *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 19. 10.1108/13552551311330174

Thomas, I. William i Znaniecki, Florian (1921). *The Polish Peasant in Europe and America*. Chicago: University Chicago Press.

Uhlener, Lorraine i Thurik, Roy (2007). „Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations“. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2):161-185. 10.1007/s00191-006-0046-0.

Raguž, Ivona i Matić, Matea (2011). „Students perceptions and intentions towards entrepreneurship: the empirical findings from the University of Dubrovnik-Croatia“. *International Journal of Management Cases*. 13. 10.5848/APBJ.2011.00038.

Sousa, Evangelina Da Silva i dr. (2020). „A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado“. *Cadernos EBAPE.BR*, 18 ,(1)200–215 <https://doi.org/10.1590/1679-395175983>

Wilson, Karen E. (2008). „Chapter 5: Entrepreneurship Education in Europe“. u: Potter, J (ur.). *Entrepreneurship and higher education*. Paris: OECD Publishing, 119-136 <https://ssrn.com/abstract=1392369>

Wuthnow, R. (2008). „The Sociological Study of Values“, *Sociological Forum*, 23(2): 333–343. <http://www.jstor.org/stable/20110269>

World value survey Haerper, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.). (2020). *World Values Survey: Round Seven – Country-Pooled Datafile*. Madrid, Spain & Vienna, Austria: JD Systems Institute & WWSA Secretariat. doi.org/10.14281/18241.1

OECD/European Commission (2020). "Policy brief on recent developments in youth entrepreneurship", *OECD SME and Entrepreneurship Papers*,. 19. <https://doi.org/10.1787/5f5c9b4e-en>.

10. Prilozi

Stavovi studenata o poduzetništvu

Poštovani,

pred vama se nalazi upitnik koji je sastavljen u svrhu provođenja istraživanja na temu stavova studenata o poduzetništvu. Istraživanje se provodi u sklopu završnog rada. Molimo Vas da iskreno odgovorite na navedena pitanja. Sudjelovanje u istraživanju je dobrovoljno te su odgovori anonimni. Unaprijed zahvaljujemo na suradnji!

A1.Spol: a) Muški b) Ženski

A2. Koliko imate godina? Molimo upišite broj:

A3. Navedite Vaš studijski program. Ukoliko studirate dvopredmetni studij, molimo navedite obje grupe:

A4. Godina studija:

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

A5. Veličina mjesta u kojem ste odrasli:

- a)više od 100.000 stanovnika (Zagreb, Split, Rijeka, Osijek)
- b)30.001 do 100.000 stanovnika
- c)10.001 do 30.000 stanovnika
- d)od 2001 do 10.000 stanovnika
- e)manje od 2000 stanovnika

B1.Koliko Vas općenito interesira mogućnost pokretanja vlastitog posla (poduzetništvo ili samozapošljavanje)? Molimo procijenite koliko ste zainteresirani na skali od 1- uopće me ne zanima do 5-jako me zanima.

- 1-uopće me ne zanima
- 2-uglavnom me ne zanima
- 3-donekle me zanima
- 4-jako me zanima

B2. Bez obzira na to planirate li se baviti poduzetništvom ili ne, molimo procijenite koliko bi vam osobno bili važni različiti motivi za pokretanje vlastitog obrta ili poduzeća (na skali od 1 -u potpunosti nevažno, 5 - izrazito važno)?

financijska neovisnost	1	2	3	4	5
stjecanje društvenog utjecaja	1	2	3	4	5
mogućnost realizacije vlastitih potencijala	1	2	3	4	5
postizanje slave	1	2	3	4	5
fleksibilnost radnog vremena	1	2	3	4	5
neograničeni potencijal prihoda	1	2	3	4	5
nedostatak atraktivnih prilika za pronalaženje zaposlenja	1	2	3	4	5
nastavljanje obiteljskog posla	1	2	3	4	5
doprinos društvu	1	2	3	4	5
mogućnost da se radi nešto "svoje"	1	2	3	4	5

B3. Dolje su navedene neke tvrdnje koje opisuju različite osobne karakteristike. Molimo Vas da označite od 1- u potpunosti se ne slažem do 5- u potpunosti se slažem koliko se slažete sa navedenim tvrdnjama.

Vjerujem u svoje sposobnosti i mogućnosti	u potpunosti se ne slažem	ne slažem se	ni se slažem ni se ne slažem	slažem se	u potpunosti se slažem
Nastojim preuzeti kontrolu	1	2	3	4	5
Kada se ukaže prilika želim preuzeti odgovornost	1	2	3	4	5
Uvijek sam spreman/spremna za timski rad	1	2	3	4	5
Nastojim postići više nego drugi	1	2	3	4	5
Nastojim biti najbolji/najbolja u onome što radim	1	2	3	4	5

Imam potrebu za dominacijom nad drugima	1	2	3	4	5
Imam strah od neuspjeha	1	2	3	4	5
Nisam previše motiviran/motivirana za uspjeh	1	2	3	4	5

B4. Postoje različita mišljenja o poduzetnicima. Molimo da na ljestvici od 1- u potpunosti se ne slažem do 5- u potpunosti se slažem, procijenite u kojoj se mjeri slažete s dolje navedenim tvrdnjama

Svatko tko se prihvatio rizika pokretanja vlastitog posla zaslužuje poštovanje i potporu	1	2	3	4	5
Sposobnost i znanje glavni su razlog uspjeha svakog pojedinca	1	2	3	4	5
Uspjeti se može samo uz puno sreće, puno sposobnih ljudi nije dobilo svoju priliku	1	2	3	4	5
Biti uspješan poduzetnik uglavnom znači imati dobre veze	1	2	3	4	5
Poduzetnik se treba suočiti s teškim zadaćama sa sigurnošću da će ih riješiti	1	2	3	4	5
Poduzetnik bi trebao biti spreman preuzeti rizike	1	2	3	4	5

B5. Poznajete li osobno nekoga tko je pokrenuo vlastiti posao?

- a) da
- b) ne

B6. Ako je odgovor na prethodno pitanje da, je li ta osoba vaš:

- a) član uže obitelji (majka, otac, brat, sestra)
- b) član šire obitelji (rodbina)
- c) prijatelj
- d) poznanik

e) kolega sa studija

f) susjed

g) netko drugi

B7. Postoje različiti razlozi zbog kojih se mlade osobe ne usude pokrenuti vlastiti posao. Molimo odaberite najviše tri razloga koja smatrate najvažnijima.

1. odsutnost početnog kapitala
2. rizičnost poduzetništva
3. nedostatak jasne poduzetničke ideje ili vizije
4. visoka porezna davanja
5. nedostatak poslovnog prostora
6. nedostatak jasnih informacija za mlade poduzetnike
7. predrasude o poduzetnicima u društvu
8. strah od preuzimanja odgovornosti

B8. Gdje se vidite nakon završenog visokog obrazovanja?

1. u državnom (javnom) sektoru (npr. državne tvrtke, ministarstva, obrazovne institucije, kulturne ustanove)
2. u privatnom sektoru (privatni obrti i privatne tvrtke)
3. želim nastaviti obiteljski posao
4. želim pokrenuti vlastiti posao

U nastavku se pitanja odnose na osobne vrijednosti. Ispitivanje vrijednosti je nužno kako bismo bolje razumjeli kako osobne vrijednosti utječu na poduzetništvo.

C1. Osim vjenčanja, pogreba i krštenja, koliko često pohađate vjerske obrede?

- 1) Nikada ili gotovo nikada
- 2) Rjeđe od jednom godišnje
- 3) Jednom godišnje
- 4) Samo za vjerske blagdane
- 5) Jednom mjesečno
- 6) Jednom tjedno
- 7) Više nego jednom tjedno

C2: Neovisno o tome idete li u crkvu ili ne, kako biste opisali svoj odnos prema religiji:

- 1) Uvjereni sam vjernik/ca i prihvaćam sve što moja vjera uči
- 2) Religiozan/na sam premda ne prihvaćam sve što moja vjera uči
- 3) Dosta razmišljam o tome, ali nisam siguran/na vjerujem li ili ne
- 4) Prema religiji sam ravnodušan/na
- 5) Nisam religiozan premda nemam ništa protiv religije

6) Nisam religiozan i protivnik sam religije

C3. Ponekad se govori o tome što bi trebali biti glavni ciljevi u Hrvatskoj u sljedećih deset godina. Ponuđena su četiri različita cilja. Molimo odaberite dva cilja koja smatrate najvažnijima.

- Visoka stopa ekonomskog rasta.
- Imati snažne oružane snage.
- Osigurati da ljudi imaju više utjecaja na radnom mjestu i u svojoj zajednici.
- Nastojati uljepšati naše gradove i sela.

C4. Ovdje su navedena još četiri cilja. Ponovno molimo odaberite dva koja smatrate najvažnijima.

- Održavanje reda u zemlji.
- Omogućiti ljudima veći utjecaj na važne odluke vlasti.
- Boriti se protiv rasta cijena.
- Štititi slobodu govora.

C5. Ovdje je još jedna lista. Koja su dva cilja najvažnija?

- Stabilna ekonomija.
- Napredak prema manje otuđenom i humanijem društvu.
- Napredak prema društvu u kojem se znanje i pamet cijene više od novca.
- Borba protiv zločina.