

## **Dr. sc. Mihaela Mikić**

Docentica  
Ekonomski fakultet u Zagrebu  
E-mail: mmikic@efzg.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3966-2530>

## **Dr. sc. Dinko Primorac**

Izvanredni profesor  
Sveučilište Sjever  
E-mail: dinko.primorac@unin.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6845-9529>

## **Tin Horvatinović, univ. spec. oec.**

Asistent  
Ekonomski fakultet u Zagrebu  
E-mail: thorvatinovic@net.efzg.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7447-9913>

# **PROBLEM RACIONALNOSTI U KAUZALNOM I EFEKTUALNOM PRISTUPU PODUZETNIŠTVU**

UDK / UDC: 005.34

JEL klasifikacija / JEL classification: L26

DOI: 10.17818/EMIP/2021/1.11

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 28. rujna 2020. / September 28, 2020

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 25. svibnja 2021. / May 25, 2021

## ***Sažetak***

*Kauzalni i efektivni pristupi poduzetništvu najviše su istraživani pristupi u objašnjavanju načina iskorištavanja poduzetničkih prilika od strane poduzetnika. U istraživanjima koja se bave tematikom kauzalnog i efektivnog pristupa poduzetništvu uočeno je učestalo doticanje koncepta racionalnosti tih dvaju pristupa. Odnosno, mnogobrojni autori iznose stavove vezane za racionalnost odabira između navedenih dvaju pristupa poduzetništvu te racionalnu usklađenost njihovih temeljnih principa. Cilj je ovog rada kritički analizirati razne poglede koji su predloženi u literaturi o temi racionalnosti u kontekstu kauzalnog i efektivnog pristupa poduzetništvu. Iz analize proizlazi kako se većina autora koristi racionalnošću kao apsolutnim konceptom te analizira unutarnju koherentnost kauzalnog i efektivnog pristupa poduzetništvu. Međutim, nijedan autor nije definirao pojam racionalnosti kojim se koristi, a primjetno je i kako se u literaturi nedovoljno rigorozno pristupa tom konceptu te kako se neprimjereno koriste sinonimi za racionalnost. Završno, na temelju provedene analize donose se prijedlozi za buduća istraživanja.*

***Ključne riječi: kauzalnost, efektivacija, racionalnost.***

## 1. UVOD

U prvim godinama 21. stoljeća istraživanja u okviru discipline poduzetništva doživjela su nagli rast, pogotovo u usporedbi s ostalim granama ekonomije, kao što su, primjerice, menadžment ili financije (Klein, 2008). Jedan od razloga porasta izučavanja poduzetništva jest postizanje određene suglasnosti među istraživačima o njegovu temeljnom i jedinstvenom konceptu. Drugim riječima, većina istraživača slaže se kako koncept poduzetničkih prilika izdvaja poduzetništvo od drugih grana ekonomije i čini ga zasebnom disciplinom. Iako su se poduzetničke prilike i njihova povezanost s poduzetnikom izučavale i u ranijim istraživanjima – primjerice, Schumpeter (1939) – tek nakon objave rada Shane & Venkataramana (2000) one počinju zauzimati središnje mjesto. Glavna pitanja u domeni poduzetništva postaju: „1. zašto, kad i kako nastaju poduzetničke prilike za stvaranje dobra i usluga; 2. zašto, kad i kako neki ljudi otkrivaju i iskorištavaju poduzetničke prilike; 3. zašto, kad i kako se koriste različite aktivnosti za iskorištavanje poduzetničkih prilika“ (Shane & Venkataraman, 2000: 218). Već od 2010. uočava se nagli porast u istraživanjima vezanima uz primjenu koncepta poduzetničkih prilika u postupcima osnivanja novih poduzeća (Short, Ketchen, Shook & Ireland, 2010).

Postoji više pristupa o načinima iskorištavanja poduzetničkih prilika, a u ovom će se radu analizirati kauzalni i efektualni pristup. Kauzalna i efektualna teorija poduzetništva utemeljene su u članku autorice Sarasvathy (2001), iako su njihovi principi bili osmišljeni i prije same objave tog rada. Kauzalna i efektualna teorija mogu se smatrati poduzetničkim logikama, gdje se pod logikom podrazumijeva „konzistentan skup ideja koji stvara podlogu za akcije i ponašanje“ (Sarasvathy, 2008: 17). Stoga navedene dvije logike daju teorijske okvire s pomoću kojih je moguće predvidjeti i opisati poduzetničko djelovanje u svrhu iskorištavanja poduzetničkih prilika. U usporedbi s ostalim modelima koji nastoje postići isti cilj, kauzalnost i efektaucija pokazali su se prevladavajućim pristupima u istraživanju poduzetništva. Tome svjedoči najveći broj citata članka u kojemu su one utemeljene (Sarasvathy, 2001) u usporedbi s drugim člancima koji su razvili drugačije perspektive (Perry i sur., 2012).

Može se stoga zaključiti kako su kauzalnost i efektaucija najviše analizirane i razvijene znanstvene teorije koje se dotiču problematike poduzetničkih prilika kao temeljnog koncepta izučavanja poduzetništva. Jedan od učestalo korištenih pojmova u takvim istraživanjima jest pojam racionalnosti koji se upotrebljava u teorijski i empirijski usmjerenim člancima o temi kauzalnosti i efektaucije. Takva učestalost ne začuđuje jer je racionalnost jedan od temeljnih koncepata koji se koristi u društvenim znanostima (Staubmann & Lidz, 2018). Usprkos učestalosti i važnosti upotrebe, u znanstvenoj literaturi i dalje ne postoji općeprihvaćena definicija pojma racionalnosti i općeprihvaćen način uklapanja tog pojma u razvijene modele unutar društvenih znanosti (Staubmann & Lidz, 2018).

Prema svemu navedenome, u istraživanjima vezanima za dva temeljna načina iskorištavanja poduzetničkih prilika, odnosno istraživanjima koja se dotiču same srži istraživanja poduzetništva, koristi se jedan od najrasprostranjenijih

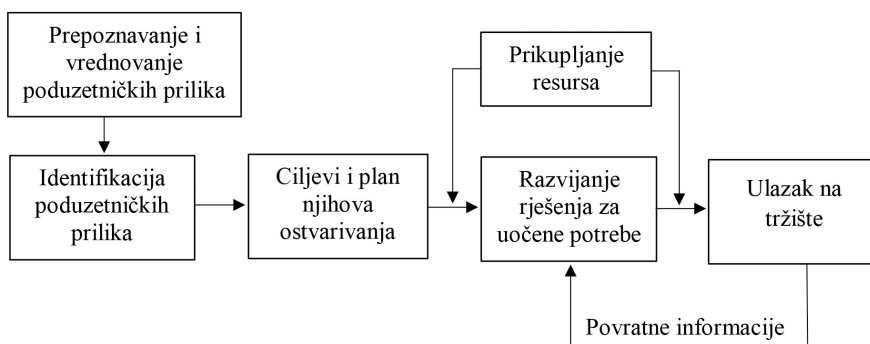
konceptata u svim društvenim znanostima. S obzirom na važnost kauzalnosti i efektivacije za granu poduzetništva te važnost koncepta racionalnosti za društvene znanosti, potrebno je sagledati način na koji se racionalnost kao koncept predstavlja i analizira u istraživanjima vezanima za kauzalnost i efektivaciju.

Doprinos ovog rada leži u analizi sjecišta tih dviju poduzetničkih logika s konceptom racionalnosti, u ukazivanju na određene nedostatke u načinu upotrebe koncepta racionalnosti te, slijedom toga, davanju prijedloga za daljnja istraživanja. Nadalje, cilj ovog preglednog rada jest napraviti kritički osvrt upotrebe racionalnosti u dosadašnjim istraživanjima, odnosno sagledati način na koji se koristi taj pojam. Konkretno, namjerava se ispitati gdje i zašto dolazi do oprečnih zaključaka vezanih uz racionalnost te potom pružiti prijedloge za unapređenje upotrebe tog pojma.

U sljedećem poglavlju prikazat će se kauzalni i efektivni pristup poduzetništvu sagledavanjem njihovih procesa. Radi povećane važnosti procesnog pristupa poduzetništvu (McMullen & Dimov, 2013), objasnit će se i principi koji stvaraju teorijsku potporu tim procesima. U trećem poglavlju prikazuje se metodologija prikupljanja radova, kao i sami radovi koji povezuju racionalnost s kauzalnim i efektivnim pristupom poduzetništvu. U četvrtom poglavlju ti se radovi kritički analiziraju, dok se u petom iznose zaključci na temelju provedene analize.

## 2. PRIKAZ KAUZALNOG I EFEKTUALNOG PRISTUPA PODUZETNIŠTVU

Za početak prikazat će se osnovni principi kauzalnog pristupa poduzetništvu, čija osnovna teza glasi: „U mjeri do koje možemo predvidjeti budućnost, možemo je kontrolirati“. Stoga se može reći kako je kauzalni pristup ciljno usmjeren pristup poduzetništvu, odnosno s pomoću kauzalnog pristupa poduzetnik najprije kreće od vlastitih zadanih ciljeva prema prikupljanju resursa za ostvarenje tih ciljeva. Razrađeni kauzalni proces prikazan je na Slici 1.



Slika 1. Proces kauzalnog pristupa poduzetništvu

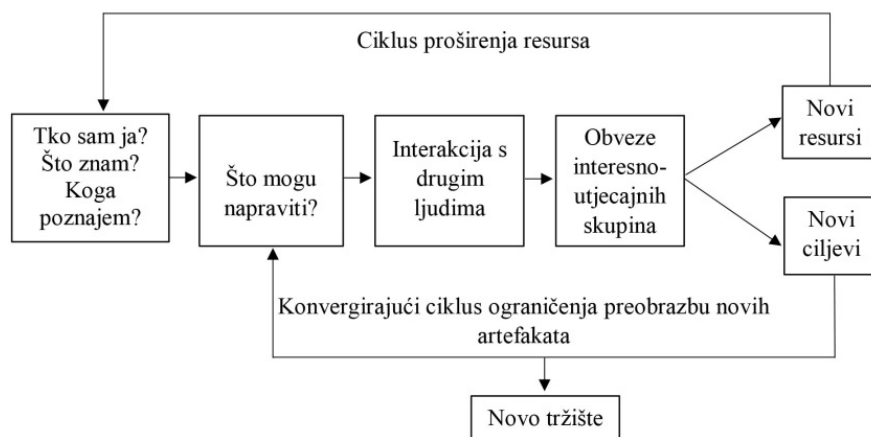
Izvor: Fisher (2012).

Dakle, prvi korak u kauzalnom procesu jest prepoznavanje i vrednovanje poduzetničke prilike na tržištu, što vodi do njezine identifikacije. Poduzetnik nastoji ući na tržište svojim proizvodima ili uslugama te, nakon identifikacije prilike, postavlja ciljeve i razvija planove za njihovo buduće ostvarenje. Iz planova proizlaze rješenja za uočene potrebe kupaca. Završni je korak konkretno uobličavanje tih rješenja, tj. izlazak na tržište s razvijenim proizvodom ili uslugom. Važnu ulogu u cijelom procesu ima postupak prikupljanja nužnih resursa. Završno, nakon izlaska na tržište poduzetnik nužno dobiva nove (povratne) informacije s tržišta koje mu omogućuju daljnje unapređenje rješenja koje nudi svojim kupcima. Iz navedenog procesa mogu se izvesti principi kauzalne logike: očekivani povrat, strategija konkurentske prednosti, korištenje ranije stečenim znanjem i predviđanje neizvjesne budućnosti (Sarasvathy, 2001).

Prema prvom principu, poduzetnik u sadašnjosti maksimizira očekivani povrat izborom između različitih mogućnosti djelovanja. Poštujući drugi princip, poduzetnik gleda na mogućnosti stvaranja održive konkurentske prednosti kojom se određuju buduće aktivnosti poduzeća, pri čemu druga poduzeća smatra svojim konkurentima. Kad poduzetnik koristi se prijašnjim znanjima za stvaranje i održavanje konkurentske prednosti izbjegavanjem nepredviđenih okolnosti na tržištu ili ostvarivanjem ciljeva unatoč neželjenim pojavama, a tada se koristi trećim principom kauzalnosti. Zadnji princip sadržan je u temeljnoj tezi kauzalnosti, odnosno poduzetnik nastoji predvidjeti buduća kretanja u okruženju kako bi se poduzeće moglo brže i jednostavnije prilagoditi novonastalim promjenama (Sarasvathy, 2001). Proces donošenja odluka u kauzalnom modelu najčešće se temelji na maksimizaciji krivulje korisnosti, gdje poduzetnik prikuplja obavijesti te ih analizira s pomoću raznih alata za donošenje poslovnih odluka (Alvarez & Barney, 2007; Sarasvathy, 2001; Sarasvathy & Dew, 2005b).

Dodatno, kauzalnost pretpostavlja – što je vidljivo iz prvog koraka procesa – postojanje poduzetničkih prilika koje poduzetnik otkriva. Drugim riječima, poduzetnik nastoji iskoristiti poduzetničke prilike koje postoje neovisno o njemu, nastale na temelju vanjskih šokova na tržištu. Takva teorija naziva se „teorija otkrivanja“ (engl. *Discovery Theory*) (Alvarez & Barney, 2007).

Mogući nedostatak takvog pristupa poduzetništvu jest teškoća njegove primjenjivosti u uvjetima neizvjesnosti na tržištu, zbog čega će poduzetnici često odabrati drugi, efektivniji pristup. Temeljna teza efektivnog pristupa glasi: „U mjeri do koje možemo kontrolirati budućnost, ne moramo je predvidjeti“. Ona upućuje na činjenicu kako je poduzetnik koji upotrebljava efektuaciju usmjeren prema resursima. Drugim riječima, resursi dolaze prije ciljeva, dok je pri kauzalnosti obratno. Temeljni proces efektuacije nalazi se na Slici 2.



Slika 2. Proces efektivnog pristupa poduzetništvu

Izvor: Sarasvathy & Dew (2005a).

Dakle, proces efektuacije kreće stvarnim resursom, poduzetnikom. Taj proces započinje pitanjima: tko je poduzetnik (ukusi i preferencije), što poduzetnik zna (iskustvo i obrazovanje) i koga poduzetnik poznaje (veličina društvene i poslovne mreže ljudi s kojima je poduzetnik povezan). Nakon što poduzetnik utvrdi odgovore na navedena pitanja, radi popis stvari koje može napraviti, a koji mu pomaže pri ulasku u interakciju s drugim ljudima. U interakciju ulazi i s potencijalnim interesno-utjecajnim skupinama (engl. *Stakeholders*), s kojima može započeti pregovore oko njihove uloge u poduzeću. Završetkom pregovora pokreću se dva međusobno neovisna ciklusa. Jedan je proširenje resursa poduzeća, dok je drugi konkretizacija ciljeva poduzeća. Oba navedena ciklusa proizašla su iz pregovora s interesno-utjecajnim skupinama. Konkretizacijom ciljeva stvara se novo tržište, odnosno umjetna tvorevina, zvana tržište. Dakle, procesom efektuacije stvaraju se tržišta i poduzetničke prilike te konačni ishod efektivnog procesa nije moguće predvidjeti na njegovu početku (Fisher, 2012; Read & Sarasvathy, 2005; Sarasvathy & Dew, 2005a). Cjelokupan proces temelji se na onome što Simon (1959) zove ograničena racionalnost (engl. *Bounded Rationality*) (Sarasvathy, 2001). Pri tom procesu poduzetnik ne uzima poslovno okruženje kao dano, već svojim djelovanjem, na temelju predodžbi raznih elemenata, retrospektivno daje smisao svojim postupcima te stvara i mijenja svoje okruženje (Sarasvathy, 2001; Weick, 1979).

Principi efektuacije mogu se iščitati iz navedenog procesa poduzetničkog ponašanja, a to su: dopušteni gubitak, strateški savezi, iskorištavanje kontingentnih pojava i kontroliranje neizvjesne budućnosti (Sarasvathy, 2001). Prema efektivnoj logici, poduzetnik gleda dopušteni gubitak. Naime, upotrebom efektivne logike on unaprijed određuje iznos novčanih sredstava koji može izgubiti te eksperimentira sa što većim brojem strategija unutar okvira zadanoga dopuštenoga gubitka. Drugim riječima, poduzetnik će radije izabrati veći broj mogućih opcija nego maksimizirati očekivani povrat. Sljedeći je princip strateških saveza, gdje poduzetnik stavlja naglasak na suradnju

s interesno-utjecajnim skupinama u svrhu smanjivanja neizvjesnosti u okruženju. Princip iskorištavanja kontingentnih pojava podrazumijeva poduzetnikovo shvaćanje neočekivanih događaja prilikama za unapređenje poslovanja jer nema unaprijed zacrtane ciljeve. Zadnji je princip kontroliranje budućnosti koji proizlazi iz temeljne teze efektuacije. Dakle, naglasak je na aspektima budućnosti koji se mogu kontrolirati, što je posebno značajno u situacijama u kojima budući događaji ovisе o postupcima pojedinaca (Sarasvathy, 2001).

Premda proces efektuacije ne započinje prepoznavanjem poduzetničke prilike, to ne znači da one nemaju svoju ulogu u cijelom procesu. Osim što poduzetničke prilike mogu biti otkrivene, kao što je slučaj u kauzalnom procesu, one mogu biti i stvorene (engl. *Creation Theory*) (Alvarez & Barney, 2007). Prema tom pogledu, poduzetničke prilike ovisе o samom poduzetniku koji ih svojim djelovanjem stvara s pomoću proizvodnje novih proizvoda ili pružanja novih usluga. U efektualni proces načelno je moguće uključiti teoriju stvaranja i teoriju otkrivanja poduzetničkih prilika (Sarasvathy & Dew, 2005a). Međutim, teorija stvaranja poduzetničkih prilika teoretski je usklađenija (Alvarez & Barney, 2007) i praktično primjenjivija (Randerson, Degeorge & Fayolle, 2016) s efektualnim procesom.

Sarasvathy (2008) zaključuje kako je primjerenije koristiti se efektualnim pristupom poduzetništvu kada nije moguće brojčano izraziti vjerojatnost nastanka budućih događaja, kada preferencije nisu dane te kada nije moguće jasno utvrditi koje obavijesti poduzetnik treba iskoristiti, a koje zanemariti. Obrnuto vrijedi za kauzalni pristup poduzetništvu.

Nakon prikaza osnovnih principa te procesa kauzalnog i efektualnog pristupa poduzetništvu, slijedi sagledavanje načina upotrebe koncepta racionalnosti u istraživanjima o temi tih pristupa.

### **3. RACIONALNOST U ISTRAŽIVANJU KAUZALNOG I EFEKTUALNOG PRISTUPA PODUZETNIŠTVU**

Za potrebe analize prikupljeni su radovi indeksirani u relevantnim bazama znanstvenih radova, točnije u *Web of Science*, *Scopus* ili *Google Scholar* bazi. U tim trima bazama provedeno je pretraživanje s pomoću ključnih riječi „kauzalnost“ i „efektuacija“. Potom je svaki od tako prikupljenih radova pregledan kako bi se utvrdilo sadrži li riječ „racionalnost“. Radovi koji su sadržavali riječ „racionalnost“ dalje su se analizirali, dok su ostali isključeni iz uzorka radova. Sljedeći korak bio je utvrditi koji od preostalih radova udovoljava dodatno postavljenim kriterijima. Odnosno, u ovom su istraživanju u obzir uzeti radovi u kojima se racionalnost na izričit ili prešutan način povezuje s kauzalnim ili efektualnim pristupom poduzetništvu te radovi koji izričito analiziraju racionalnost u kontekstu tih pristupa. Dodatno, uzeti su u obzir radovi koji povezuju osnovne pretpostavke obaju pristupa s konceptom racionalnosti. Prema tome, radovi koji su indeksirani u minimalno jednoj od triju navedenih baza i udovoljavaju jednom od prikazanih kriterija odabrani su za krajnju analizu.

Kratak pregled odabranih radova donosi se u Tablici 1. Radovi su poredani kronološki kako bi se jasno uočio razvoj korištenja pojmom racionalnosti.

Tablica 1.

## Opis korištenih radova

Članak	Vrsta članka	Istraživačko pitanje	Stav o racionalnosti	Vrsta koherentnosti
Sarasvathy (2001)	Teorijski	Razvoj teorija efektivacije i kauzalnosti	Poduzetnik nije nužno racionalan ili neracionalan, već bira kauzalnost ili efektivaciju ovisno o okruženju u kojem se nalazi.	Vanjska koherentnost
Sarasvathy & Dew (2005a)	Teorijski	Proces stvaranja novih tržišta	Stvaranje tržišta na temelju efektivacije ne ovisi o ljudskoj racionalnosti.	Unutarnja koherentnost
Fisher (2009)	Teorijski	Razvoj modela utjecaja osobnosti poduzetnika na poslovanje na temelju kauzalnosti i efektivacije	Efektivacija je udaljena od racionalnog izbora. Efektivna teorija i njezini principi preokreću predviđenu racionalnost.	Unutarnja koherentnost
Perry i sur. (2012)	Teorijski	Pregled radova vezanih za područje efektivacije	Kauzalnost je racionalan proces orijentiran na ciljeve, a koristi se u istraživanju neoklasične ekonomije.	Unutarnja koherentnost
Read & Sarasvathy (2012)	Teorijski	Povezivanje efektivacije s uslužno dominantnom (engl. <i>service dominant</i> ) logikom	Efektivacija je proceduralno racionalna.	Unutarnja koherentnost
Forster & Ramesh (2013)	Teorijski	Analiza i mogućnosti razvoja mehanizama za osnivanje poduzeća	Efektivni model ne zahtijeva pretpostavku racionalnosti. Poduzetnik može biti racionalan, ali i neracionalan.	Unutarnja i vanjska koherentnost
Randerson i sur. (2016)	Empirijski	Kako poduzetnici shvaćaju poduzetničke prilike	Kauzalnost je racionalna, dok teorija efektivacije tvrdi da je racionalnost iluzija.	Unutarnja koherentnost
Ye (2016)	Teorijski	Utjecaj efektivnog procesa na ishode poduzetništva	Kauzalnost je usklađena s racionalnim modelom donošenja odluka. Efektivacija je više intuitivan proces koji ne mora biti neracionalan, ali nije usklađen s racionalnim modelom izbora.	Unutarnja koherentnost

Matalamäki (2017)	Teorijski	Utvrđivanje stadija razvoja istraživanja efektuacije	Kauzalnost je sinonim za racionalnu školu planiranja.	Unutarnja koherentnost
Matalamäki i sur. (2017)	Empirijski	Utjecaj efektuacije i kauzalnosti na rast poduzeća	Kauzalnost je sinonim za racionalnu školu planiranja.	Unutarnja koherentnost
Ripollés & Blesa (2017)	Empirijski	Analiza faktora koji utječu na odabir načina ulaska na strana tržišta	Kauzalnost je usklađena s racionalnim modelima donošenja odluka.	Unutarnja koherentnost
Vershina i sur. (2017)	Empirijski	Analiza upotrebe kauzalnog i efektnog pristupa u kriznim razdobljima poslovanja poduzeća	Kauzalnost je racionalni proces donošenja odluka, dok je efektuacija usklađena s intuitivnom racionalnošću.	Unutarnja koherentnost
Pfeffer & Khan (2018)	Empirijski	Razina upotrebe kauzalnog i efektnog pristupa kod poduzetnika	Efektuacija je preinaka racionalnog normativnog modela koji se još naziva i kauzalnost.	Unutarnja koherentnost
Servantie & Rispal (2018)	Empirijski	Upotreba kauzalnosti i efektuacije tijekom životnog ciklusa razvoja poduzeća u kontekstu društvenog poduzetništva	Unutar kauzalnog procesa pojedinac radi racionalne izbore na temelju svih dostupnih relevantnih obavijesti potrebnih za njegovu odluku te očekivane korisnosti za svaku opciju.	Unutarnja koherentnost
Jiang & Tornikoski (2019)	Empirijski	Utjecaj percepcije nesigurnosti okruženja i logika odlučivanja na proces osnivanja poduzeća.	Poduzetnikse koristi racionalnim postupcima otkrivanja poduzetničkih prilika u procesu kauzalnosti.	Vanjska koherentnost

Iz članka koji se dotiču pojma racionalnosti prikazanih u Tablici 1 vidljiv je smjer prijelaza s teorijske na empirijsku prirodu samog članka. Takav trend ne začuđuje jer se u početku razvoja teorije očekuju teorijski doprinosi, koji su kasnije potvrđeni i/ili promijenjeni s pomoću empirijskih alata (Edmondson & Mcmanus, 2007). Dalje, razvidna je velika širina istraživačkih pitanja u kojima se spominje pojam racionalnosti. Drugim riječima, pojam racionalnosti upotrebljava se u različitim kontekstima primjene kauzalnog i efektnog pristupa poduzetništvu.

Niti jedan od spomenutih radova nema problematiku racionalnosti kao svoje glavno istraživačko pitanje, već joj najviše posvećuje nekoliko odlomaka, što ukazuje na malu zastupljenost te problematike. U skladu s time, niti jedan članak nije empirijski testirao postavke racionalnosti unutar kauzalnog i



efektualnog pristupa poduzetništvu. Međutim, izostanak empirijskih istraživanja nije problematičan jer se u kontekstu ovog rada analiziraju isključivo teorijski doprinosi.

Prije analize novijih znanstvenih radova treba naglasiti što se o racionalnosti pisalo u člancima koji su utemeljili teoriju efektuacije, a posljedično i kauzalnosti. U članku u kojem su prvi put predloženi pojmovi kauzalnosti i efektuacije Sarasvathy (2001) tvrdi kako poduzetnik nije nužno racionalan ili neracionalan pri izboru između primjene kauzalnosti ili efektuacije. On će izabrati jedan od tih dvaju pristupa ovisno o razini nesigurnosti koja vlada u njegovu okruženju. Odnosno, što je veća nesigurnost, veća je mogućnost odabira efektualnog pristupa. S druge strane, što je manja nesigurnost, kauzalnost će se pokazati kao ispravan odabir. Iz toga Sarasvathy (2001) zaključuje kako se na temelju primjene kauzalnog ili efektualnog pristupa od strane poduzetnika može donijeti sud o tome što je poduzetnik prvotno mislio o svojem okruženju. Drugi izrazito važan članak za razvoj teorije efektuacije puno manje prostora posvećuje temi racionalnosti. Točnije, Sarasvathy & Dew (2005a) samo napominju kako proces nastanka tržišta s pomoću primjene efektualnog pristupa poduzetništvu ne ovisi o ljudskoj racionalnosti.

Od preostalih članaka, ni u jednom ne postoji detaljno prikazana analiza povezivanja pojma racionalnosti s kauzalnom i efektualnom teorijom. Neki radovi povezuju ih tek u nekoliko rečenica. Servantie & Rispoli (2018: 315) tvrde kako „unutar kauzalnog procesa pojedinac radi racionalne izbore na temelju svih dostupnih važnih obavijesti potrebnih za njegovu odluku te očekivane korisnosti svake opcije“. Matalamäki (2017) te Matalamäki i sur. (2017) koriste se kauzalnošću kao sinonimom za školu racionalnog planiranja. Sličan stav zauzimaju Ripollés & Blesa (2017), prema kojima je kauzalnost usklađena s racionalnim modelom donošenja odluka, dok isto ne vrijedi za efektuaciju. Ta je teza neizravno sadržana u radu autora Forster & Ramesh (2013), koji tvrde kako se efektuacija za svoje uporište ne koristi temeljnim pretpostavkama *homo economicusa*, među kojima je i racionalnost. Isti autori zaključuju kako se efektualni pristupom poduzetništvu mogu koristiti racionalni ili neracionalni ljudi.

Kauzalnost je racionalna i prema Randersonu i sur. (2016), dok iz teorije efektuacije proizlazi da je racionalnost iluzija. Racionalnost kauzalnog pristupa potvrđuju i Perry i sur. (2012), koji dodatno naglašavaju kako se taj pristup koristi u neoklasičnim modelima.

Od karakteristika ljudi koje utječu na odabir između tih dvaju pristupa jest i osobnost (Pfeffer & Khan, 2018). Prema Pfeffer & Khan (2018), pragmatični poduzetnici koristit će se racionalnim procesom kauzalnosti (nazvanim još i racionalnim normativnim modelom), dok će se karizmatični poduzetnici koristiti efektuacijom. Može se reći kako proces kauzalnosti započinje racionalnim otkrivanjem poduzetničkih prilika (Jiang & Tornikoski, 2019).

Sličan pristup nalazi se u radu Ye (2016), ali s drugačijim zaključkom. Racionalni model donošenja odluka podrazumijeva njihovo donošenje na temelju

distribucije vjerojatnosti u svrhu povećanja očekivane korisnosti. U suprotnosti je s tim efektuacija kojom se pretpostavlja prilagodljiviji pristup poslovanju. Nadalje, efektualni pristup ne smatra se neracionalnim procesom, već procesom kojim se odmiče od racionalnog izbora raznih opcija, iako ne mora nužno biti optimalan proces (Ye, 2016).

Ostali radovi zauzimaju drugačiji pristup proučavanju racionalnosti, odnosno oni osim temeljne debate o postojanju racionalnosti, povezuju kauzalnu i efektualnu teoriju s različitim pristupima i oblicima racionalnosti. Tako je, primjerice, efektuacija povezana s intuitivnom racionalnošću (Vershina i sur., 2017), gdje su odluke o ljudskim postupanjima vođene intuicijom, odnosno svjesnim ili nesvjesnim željama i osjećajima. Zanimljivo je kako autori nazivaju kauzalni pristup racionalnim pristupom, dok efektuaciju zovu intuitivnim pristupom. Slično tome, kauzalne principe nazivaju racionalnim principima, dok efektualne jednostavno oslovljavaju efektualnim principima.

Nadalje, proceduralna racionalnost u uskoj je vezi s efektualnim pristupom poduzetništvu (Read & Sarasvathy, 2012). Pod proceduralnom racionalnošću podrazumijeva se djelotvornost odabranih postupaka, odnosno poduzetnik je proceduralno racionalan ako je njegovo djelovanje rezultat prikladnog razmišljanja i pažljivog odlučivanja (Simon, 1976). Naglasak se stavlja na način dolaska do odabranog djelovanja. Završno, Fisher (2009) tvrdi kako efektuacija u određenom smislu preokreće predviđenu racionalnost i kako nije usklađena s racionalnim odabirom.

Iz navedenih stajališta o racionalnosti kauzalnog i efektualnog procesa postavlja se pitanje: jesu li kauzalnost i efektuacija racionalni? Uzimajući u obzir samo navedene radove, dolazi do velikih poteškoća pri pronalasku odgovora na to pitanje. U nastavku iznosi se analiza teza o racionalnosti sadržanih u prethodno prikazanim radovima.

#### **4. RASPRAVA**

Nijedan ovdje analizirani rad ne definira jasno pojam racionalnosti. Zbog raznolikosti definicije tog pojma i kriterija za odlučivanje postojanja racionalnosti, nužno je jasno iznijeti što se točno pod tim pojmom podrazumijeva. Racionalnost je sinonim za promišljanje ili prosuđivanje, odnosno mogućnost upotrebe promišljanja (Alexander, 2000). Međutim, definicija se može proširiti na primjereno ili pravilno promišljanje ili prosuđivanje. Takva se definicija odnosi na ljudska bića, ali ne i na sudove i principe u logici, gdje se racionalnost drugačije definira. Racionalan sud u logici jest onaj koji je logično ispravan, dok je princip racionalan ako proizlazi iz logično ispravnih sudova (Salmon, 1974).

Naglašavajući društvenu dimenziju racionalnosti, Brubaker (2010) tvrdi kako se racionalnost „daje“, tj. ljudi, principi, izjave ili ponašanja sami po sebi nisu racionalni, već ih je potrebno razmatrati iz određenog kuta gledišta. Prema

tom pogledu, jedan od nužnih uvjeta racionalnosti djelovanja ili izjave osobe jest mogućnost njihova opravdanja, odnosno obrane od kritika (Giddens, 1994).

Problem nastaje kada se uzme u obzir postojanje različitog poimanja racionalnosti u društvenim znanostima, odnosno više pravila na temelju kojih se može argumentirati je li određeno ponašanje pojedinca racionalno ili ne. Tako ponašanje može biti racionalno ako: a) pojedinac ima namjeru za određeno ponašanje prije provedbe samog ponašanja; b) pojedinac ima konzistentno posložene subjektivne preferencije; c) pojedinac je ispravno odabrao resurse za ostvarivanje svojih ciljeva; d) pojedinac učinkovito slijedi svoje vlastite interese (Demeulenaere, 2014). Prva dva pravila nemaju normativni sud o racionalnoj ispravnosti ponašanja, dok ga druga dva sadrže. Slična problematika može se uočiti u prvim dvjema navedenim definicijama racionalnosti autora Alexandra (2000) i Salmona (1974).

Dodatnu nejasnoću stvara mogućnost upotrebe racionalnosti kao apsolutnog koncepta. Drugačije rečeno, postoje li varijacije u racionalnosti i može li se u teorijama racionalnosti govoriti o stupnjevima racionalnosti? Je li osoba isključivo racionalna ili ne, ili osoba može ostvariti različite razine racionalnosti? Nadalje, ako se zauzme stav prema kojemu je racionalnost nedostatak neracionalnosti, mogu se razviti i teorije neracionalnosti (Sorensen, 1991).

Dakle, već se u samom početku nailazi na problem definiranja racionalnosti i prihvaćanja različitih pristupa. Stoga, kad se u radovima o kauzalnom i efektivnom pristupu nalaze tvrdnje ili zaključci autora o racionalnosti tih pristupa, nužno je potkrijepiti zauzeti stav o racionalnosti.

Uzevši u obzir sve navedeno, u radovima treba napraviti razliku i naglasiti: a) analizira li se racionalnost poduzetnika u odabiru kauzalnog ili efektivnog pristupa (u Tablici 1 naznačeno kao vanjska koherentnost), ili racionalnosti tih samih pristupa (u Tablici 1 naznačeno kao unutarnja koherentnost); b) koji se pristup racionalnosti primjenjuje u analizi racionalnosti; c) zauzima li se stav o racionalnosti koji u sebi sadrži normativni sud ili ne; d) analiziraju li se stupnjevi racionalnosti ili se zauzima apsolutni stav o racionalnosti. U Tablici 1 navedene su samo unutarnja i vanjska koherentnost jer se one mogu neizravno iščitati iz radova, dok se stavovi pod točkama b), c) i d) ne mogu sa sigurnošću ni iščitati iz svih radova, što dodatno ukazuje na ozbiljan manjak preciznosti pri analizi racionalnosti u literaturi.

Sljedeće, većina je radova sagledavala unutarnju koherentnost kauzalnog i efektivnog pristupa, tj. racionalnost samog pristupa, dok je malen broj radova u obzir uzimao racionalnost poduzetnika u odabiru kauzalnog ili efektivnog pristupa. Autori koji su govorili o vanjskoj koherentnosti jesu Sarasvathy (2001), Forster & Ramesh (2013) te Jiang & Tornikoski (2019). Prema navedenim autorima, racionalnost se nalazi u osobi, a ne u procesu, stoga se na njega mogu primijeniti principi racionalnosti koji su navedeni i objašnjeni u početku ovog poglavlja. Ti autori zauzimaju stav kako su kauzalni i efektivni pristupi racionalni, osim Jianga & Tornikoskog (2019) koji govore o otkrivanju

poduzetničkih prilika unutar kauzalnog procesa (pa se ne može iščitati njihov stav). Na taj zaključak navodi pretpostavka kako racionalni pojedinac ne bi svojevrijem odabrao korištenje suštinski neracionalnim procesom.

Nadalje, zanimljivo je kako autorica članka (Sarasvathy, 2001) kojim su utemeljene teorije kauzalnosti i efektuacije smatra obje teorije racionalnima, dok racionalnost njihova odabira ovisi o uvjetima na tržištu, slično kao i u Forster & Ramesha (2013). Kasniji radovi govore o unutarnjoj koherentnosti pa se postavlja pitanje razloga promjene te perspektive uslijed povećanja istraživanja jer nisu jasno izložene teorijske podloge i/ili empirijski rezultati koji bi pružali potporu takvoj promjeni. Kao što je već napomenuto, Sarasvathy (2010) smatra kako se iz primjene kauzalnog i efektualnog pristupa može iščitati što je poduzetnik mislio o razini nesigurnosti svojeg okruženja. Ta izjava, međutim, ne mora nužno biti ispravna te ona zasigurno ne upućuje na racionalnost poduzetnikova odabira pristupa svojem poslovanju. Takav zaključak u sebi sadrži pretpostavku kako poduzetnik ima primjereno znanje o razlozima upotrebe kauzalnog i efektualnog pristupa poduzetništvu. Međutim, navedena pretpostavka može biti narušena, a posljedično i takav zaključak. Moguće je zamisliti scenarij u kojemu poduzetnik, zbog neprimjerenog znanja, odabere kauzalni pristup u uvjetima visoke neizvjesnosti ili efektualni pristup u uvjetima visoke izvjesnosti. Zaključak Sarasvathy (2001), koji zalazi u empirijsku domenu, dodatno usložnjuje činjenica primjene principa obiju teorija istovremeno od strane poduzetnika u praksi (Villani i sur., 2018).

Kako bi se uočilo zašto takav zaključak ne podrazumijeva racionalan odabir pristupa poslovanju od strane poduzetnika, korisno je napraviti razliku između teorijske i praktične racionalnosti. Teorijska racionalnost odnosi se na reguliranje različitih vjerovanja pojedinca, dok se praktična racionalnost odnosi na reguliranje različitih postupaka, djelovanja ili ponašanja pojedinaca (Audi, 2004). Ovdje se radi o praktičnoj racionalnosti, koja u sebi sadrži određene pretpostavke, a među kojima je prikladno prosuđivanje (Svavarsdttir, 2008). Problem nastaje u situacijama kada neracionalno promišljanje vodi prema poželjnim rezultatima (Nickerson, 2008), a to je situacija koja je moguća pri odabiru kauzalnog i efektualnog pristupa poduzetništvu. Drugim riječima, poduzetnik može s pomoću neracionalnog procesa razmišljanja odabrati ispravan pristup poslovanju. Stoga se u takvoj situaciji javlja praktična neracionalnost koja ima poželjne ishode.

Sljedeći mogući problem leži u preciznosti izražavanja većine autora navedenih u Tablici 1. Naime, iako većina upotrebljava izraz „racionalnost“, vjerojatno misle na teoriju racionalnog odabira, što ne predstavlja istoznačnicu pojmu racionalnosti. Pravilnu nomenklaturu, u tom smislu, upotrebljavaju Fisher (2009) i Ye (2016) koji tvrde kako efektuacija nije u skladu s racionalnim modelom odabira, ali ne navode zašto ona nije racionalna. Sličan je stav prešutno zauzela Sarasvathy (2001). Ukratko, teorija racionalnog odabira instrumentalna je teorija koja se upotrebljava u neoklasičnim ekonomskim modelima, gdje izbori pojedinaca proizlaze iz njegovih stabilnih i konzistentnih preferencija te

očekivanja budućih događaja s ciljem maksimizacije subjektivne očekivane korisnosti. Takve preferencije zadovoljavaju aksiome tranzitivnosti, kontinuiteta i nezavisnosti (Graziano & Schilirò, 2011; Townley, 2008). Preciznije je reći kako je efektuacija neusklađena s teorijom racionalnog odabira nego da je neracionalna, iako ni takva izjava ne mora nužno biti ispravna. Naime, moguće je zauzeti višedimenzionalnu perspektivu teorije racionalnog odabira i tvrditi kako se radi o cijeloj skupini teorija s lakšim ili težim zahtjevima za racionalnost (Goldthorpe, 1998). Prema toj perspektivi, ograničena racionalnost (Simon, 1959) dio je teorije racionalnog odabira, gdje su dodana ograničenja na maksimizaciju funkcije korisnosti. Stoga efektuacija može biti u skladu s teorijom racionalnog odabira, gdje su blaži zahtjevi za racionalnost.

Iako je češće spominjana racionalnost samih teorija (unutarnja koherentnost), tom je pojmu teorijski jednako malo posvećena pozornost kao i racionalnosti odabira tih pristupa poduzetništvu (vanjska koherentnost). Većina radova samo iznosi unutarnju racionalnost ili neracionalnost tih teorija, bez daljnjih obrazloženja zauzetog stava. Za daljnji teorijski napredak potrebno je unaprijediti argumente iz kojih proizlaze principi tih teorija, kao i njihov proces.

Dalje, predlaže se razrada razloga koherentnosti principa teorija kauzalnosti i efektuacija jer iz članaka koji razvijaju teorijske pretpostavke tih pristupa koherentnost nije razvidna. Nije u potpunosti objašnjena koherentnost između različitih principa, primjerice, dopuštenog gubitka i strateških saveza s drugim poduzećima pri efektivnom pristupu poduzetništvu ili između stavljanja naglasaka na iskorištavanje prijašnjeg znanja i analize konkurencije pri kauzalnom pristupu poduzetništvu. Takvom analizom, osim učvršćivanja teorijske povezanosti principa tih dvaju pristupa, moguće je i otkrivanje racionalne nekoherentnosti principa. Taj bi rezultat za posljedicu mogao imati odbacivanje određenih principa i/ili dodavanje novih u kauzalnu ili efektivnu teoriju poduzetništva. Neovisno o rezultatima, tj. hoće li doći do učvršćivanja veza između principa, dodavanja novih ili odbacivanja starih, filozofski temelji kauzalne ili efektivne teorije bit će čvršći i pouzdaniji.

To je smjer u kojemu bi se radovi koji se bavi tematikom unutarnje koherentnosti principa kauzalnosti i efektuacije trebali razvijati, a ne smjerom opravdavanja racionalnosti pojedinih pristupa, iznoseći različite podjele racionalnosti u koje se kauzalni i efektivni pristupi nastoje uklopiti.

## 5. ZAKLJUČAK

Istraživanje poduzetništva razdvojilo se od ostalih područja istraživanja ekonomije s pomoću koncepta poduzetničkih prilika, a jedno od središnjih pitanja istraživanja poduzetništva postaje način na koji poduzetnik iskorištava poduzetničke prilike. Različiti su pristupi predloženi kao odgovor na to pitanje, a kauzalni i efektivni pristup najviše su istraživani u literaturi te su stoga bili odabrani kao predmet izučavanja ovog rada. Konkretno, tema je ovog rada

analiza upotrebe koncepta racionalnosti, kao jednog od temeljnih koncepata u društvenim znanostima, u istraživanjima kauzalnog i efekturnog pristupa poduzetništvu.

Uočava se kako se pojam racionalnosti učestalo koristi u istraživanjima kauzalnog i efekturnog pristupa poduzetništvu. Pojam se koristio u teorijskim, ali također i u empirijskim istraživanjima. Unatoč čestoj upotrebi pojma racionalnosti, pronađene su određene manjkavosti tih istraživanja, a koje mogu poslužiti kao podloga za unapređenje daljnjih istraživanja. Prvo, nijedan od analiziranih radova nema kao svoju glavnu problematiku upotrebu racionalnosti u kauzalnom i efekturnom pristupu poduzetništvu, što začuđuje s obzirom na važnost pojma racionalnosti u područjima društvenih znanosti. Drugo, ni u jednom analiziranom radu nije pronađena definicija pojma racionalnosti, tj. što autori rada podrazumijevaju pod pojmom racionalnosti. Budući da postoje različite perspektive definiranja racionalnosti, nužno je najprije naglasiti koja se definicija racionalnosti upotrebljava prije nego što se kauzalnost i/ili efektuacija proglaše racionalnim ili neracionalnim pristupom. Treće, pozornost je potrebno posvetiti i pravilnoj upotrebi pojmova vezanih za koncept racionalnosti u istraživanju kauzalnosti i efektuacije. Točnije, autori bi trebali napraviti jasnu razliku između racionalnosti i teorije racionalnog odabira jer su to različiti pojmovi koji se prešutno upotrebljavaju kao sinonimi.

Sagledavajući tijek istraživanja odabranih radova, primjećuje se postupni prijelaz s analize racionalnosti poduzetnikova odabira kauzalnog ili efekturnog pristupa poduzetništvu (vanjska koherentnost) na racionalnost tih samih pristupa (unutarnja koherentnost). Iz pregleda radova nije jasan razlog tog prijelaza te se isto pitanje može analizirati u budućim istraživanjima. Također, većina autora uzima racionalnost kao apsolutni koncept bez obrazloženja. Daljnja istraživanja mogu razviti teorije racionalnosti unutar kauzalnog i efekturnog pristupa, prema kojima postoje različite razine racionalnosti. U slučaju da se u budućim istraživanjima i dalje većinom bude upotrebljavao apsolutni koncept racionalnosti, predlaže se razvijanje teorija iracionalnosti za pristup koji se tako okarakterizira.

Potrebno je biti oprezan i pri retroaktivnom zaključivanju o racionalnosti odabira kauzalnog ili efekturnog pristupa jer postoje scenariji u kojima poduzetnik s pomoću neracionalnog procesa promišljanja dođe do zaključka koji ga vodi k ponašanju s poželjnim ishodom.

Završno, postoji velika mogućnost daljnjeg unapređenja teorijske podloge unutarnje koherentnosti, tj. koherentnosti principa kauzalnosti i efektuacije jer u trenutku pisanja ovog rada nijedan autor nije napravio detaljnu analizu, a mogući su doprinosi izrazito značajni za daljnji razvoj tih teorija.

## LITERATURA

- Alexander, E. (2000). „Rationality Revisited: Planning Paradigms in a Post-Postmodernist Perspective“. *Journal of Planning Education and Research*, Vol. 19, No. 3, str. 242-256. <https://doi.org/10.1177/0739456x0001900303>
- Alvarez, S., Barney, J. (2007). „Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action“. *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 1, No. 1-2, str. 11-26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Audi, R. (2004). „Theoretical rationality“. U: Mele, A., Rawling, P. (ur.), *The Oxford handbook of rationality*. Oxford – New York: Oxford University Press, str. 17-44. <https://doi.org/10.1093/0195145399.003.0002>
- Brubaker, R. (2010). *The limits of rationality: An essay on the social and moral thought of Max Weber* (First issued in paperback). London: Routledge.
- Demeulenaere, P. (2014). „Are there many types of rationality?“. *Papers. Revista de Sociologia*, Vol. 99, No. 4, str. 515-528. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2114>
- Edmondson, A., Mcmanus, S. (2007). „Methodological fit in management field research“. *Academy of Management Review*, Vol. 32, No. 4, str. 1246-1264. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.26586086>
- Fisher, G. (2009). „Personality, uncertainty and logic: impact on entrepreneurial outcomes“. *Academy of Management Proceedings*, Vol. 1, str. 1-6. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Fisher, G. (2012). „Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research“. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, No. 5, str. 1019-1051.
- Forster, W., Ramesh, A. (2013). „From Goldilocks to Gump: A Research Agenda for Entrepreneurial Mechanisms Design“. *Academy of Management Proceedings*, Vol. 1, str. 16996. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2013.220>
- Giddens, A. (1994). „Reason Without Revolution“. U: Bernstein, R. (ur.), *Habermas and Modernity*. Cambridge, MA: MIT Press, str. 95-124.
- Goldthorpe, J. (1998). „Rational Action Theory for Sociology“. *The British Journal of Sociology*, Vol. 49, No. 2, str. 167-192. <https://doi.org/10.2307/591308>
- Graziano, M., Schilirò, D. (2011). „Rationality and choices in economics: Behavioral and evolutionary approaches“. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*, Vol. 2, str. 183-196.
- Jiang, Y., Tornikoski, E. (2019). „Perceived uncertainty and behavioral logic: Temporality and unanticipated consequences in the new venture creation process“. *Journal of Business Venturing*, Vol. 34, No. 1, str. 23-40. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.002>
- Klein, P. (2008). „Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization“. *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 2, No. 3, str. 175-190. <https://doi.org/10.1002/sej.50>
- Matalamäki, M. (2017). „Effectuation, an emerging theory of entrepreneurship- towards a mature stage of the development“. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.

24, No. 4, str. 928-949. <https://doi.org/10.1108/jsbed-02-2017-0030>

Matalamäki, M., Vuorinen, T., Varamäki, E., Sorama, K. (2017). „Business Growth in Established Companies; Roles of Effectuation and Causation“. *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 25, No. 2, str. 123-148. <https://doi.org/10.1142/s0218495817500054>

McMullen, J., Dimov, D. (2013). „Time and the Entrepreneurial Journey: The Problems and Promise of Studying Entrepreneurship as a Process“. *Journal of Management Studies*, Vol. 50, No. 8, str. 1481-1512.

Nickerson, R. (2008). *Aspects of rationality: Reflections on what it means to be rational and whether we are*. New York: Psychology Press.

Perry, J., Chandler, G., Markova, G. (2012). „Entrepreneurial Effectuation: A Review and Suggestions for Future Research“. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, No. 4, str. 837-861. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00435.x>

Pfeffer, L., Khan, M. (2018). „Causation and Effectuation: An Exploratory Study of New Zealand Entrepreneurs“. *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol. 13, No. 1, str. 27-37. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242018000100027>

Randerson, K., Degeorge, J., Fayolle, A. (2016). „Entrepreneurial opportunities: How do cognitive styles and logics of action fit in?“ *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 27, No. 1, str. 19-39. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2016.073353>

Read, S., Sarasvathy, S. (2005). „Knowing What to Do and Doing What You Know: Effectuation as a Form of Entrepreneurial Expertise“. *The Journal of Private Equity*, Vol. 9, No. 1, str. 45-62. <https://doi.org/10.3905/jpe.2005.605370>

Read, S., Sarasvathy, S. (2012). „Co-creating a course ahead from the intersection of service-dominant logic and effectuation“. *Marketing Theory*, Vol. 12, No. 2, str. 225-229. <https://doi.org/10.1177/1470593112444381>

Ripollés, M., Blesa, A. (2017). „Entry mode choices in the international new ventures context. A study from different theoretical perspectives“. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 13, No. 2, str. 465-485. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0410-y>

Salmon, W. (1974). „Rejoinder to Barker and Kyburg“. U: Swinburne, R. (ur.), *The justification of induction*. London: Oxford University Press, str. 66-73.

Sarasvathy, S. (2001). „Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency“. *The Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 2, str. 243-263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>

Sarasvathy, S. (2008). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Northampton, MA: Edward Elgar.

Sarasvathy, S., Dew, N. (2005a). „New market creation through transformation“. *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 15, No. 5, str. 533-565. <https://doi.org/10.1007/s00191-005-0264-x>

Sarasvathy, S., Dew, N. (2005b). „Entrepreneurial logics for a technology of foolishness“. *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 21, No. 4, str. 385-406. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2005.09.009>

Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the Capitalist process*. New York: McGraw-Hill.



- Servantie, V., Rispal, M. (2018). „Bricolage, effectuation, and causation shifts over time in the context of social entrepreneurship“. *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 30, No. 3-4, str. 310-335. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1413774>
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). „The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research“. *The Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, str. 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Short, J., Ketchen, D., Shook, C., Ireland, R. (2010). „The Concept of ‘Opportunity’ in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges“. *Journal of Management*, Vol. 36, No. 1, str. 40-65. <https://doi.org/10.1177/0149206309342746>
- Simon, H. (1959). „Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science“. *The American Economic Review*, Vol. 49, No. 3, str. 253-283.
- Simon, H. (1976). „From substantive to procedural rationality“. U: Kastelein, T., Kuipers, S., Nijenhuis, W., Wagenaar, G. (ur.), *25 Years of Economic Theory*. Boston, MA: Springer US, str. 65-86. [https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4367-7\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4367-7_6)
- Sorensen, R. (1991). „Rationality as an Absolute Concept“. *Philosophy*, Vol. 66, No. 258, str. 473-486. <https://doi.org/10.1017/s0031819100065128>
- Staubmann, H., Lidz, V. (2018). „Editors’ Introduction: The Harvard Rationality Seminar“. U: Staubmann, H., Lidz, V. (ur.), *Rationality in the Social Sciences The Schumpeter-Parsons Seminar 1939-40 and Current Perspectives*. Cham: Springer International Publishing, str. 1-28. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-62377-1\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-62377-1_1)
- Svavarsdttir, S. (2008). „The Virtue of Practical Rationality“. *Philosophy and Phenomenological Research*, Vol. 77, No. 1, str. 1-33. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2008.00174.x>
- Townley, B. (2008). *Reason’s neglect: Rationality and organizing*. Oxford – New York: Oxford University Press.
- Vershinina, N., Barrett, R., McHardy, P. (2017). „Logics and rationalisations underpinning entrepreneurial decision-making“. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24, No. 1, str. 158-175. <https://doi.org/10.1108/jsbed-06-2016-0092>
- Villani, E., Linder, C., Grimaldi, R. (2018). „Effectuation and causation in science-based new venture creation: A configurational approach“. *Journal of Business Research*, Vol. 83, str. 173-185. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.041>
- Weick, K. (1979). *The social psychology of organizing*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: McGraw-Hill.
- Ye, Q. (2016). „Effectual approaches and entrepreneurship outcome: From a perspective of behavioral biases“. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, Vol. 28, No. 5, str. 401-411. <https://doi.org/10.1080/08276331.2016.1209028>

***Mihaela Mikić, PhD***

Assistant Professor  
Faculty of Economics and Business in Zagreb  
E-mail: mmikic@efzg.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3966-2530>

***Dinko Primorac, PhD***

Associate Professor  
University North  
E-mail: dinko.primorac@unin.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6845-9529>

***Tin Horvatinović, univ. spec. oec.***

Assistant  
Faculty of Economics and Business in Zagreb  
E-mail: thorvatinovic@net.efzg.hr  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7447-9913>

## **THE ISSUE OF RATIONALITY IN CAUSAL AND EFFECTUAL APPROACHES TO ENTREPRENEURSHIP**

***Abstract***

*Causal and effectual approaches to entrepreneurship are the most researched approaches in explaining how entrepreneurs take advantage of business opportunities. In research dealing with the topic of causal and effectual approach to entrepreneurship, the topic of the rationality of the two approaches has frequently come up. That is, many authors present views on the rationality of choosing between these two approaches and the rational harmonization of their basic principles. The aim of this paper is to critically analyze the various views proposed in the literature on the topic of rationality in the context of a causal and effectual approach to entrepreneurship. The analysis shows that most authors use rationality as an absolute concept and that they analyze the internal coherence of a causal and an effectual approach to entrepreneurship. However, no author clearly defined the concept of rationality thoroughly, they did not rigorously adhere to the concept and they made misleading use of the term rationality. Finally, based on the conducted data analysis, suggestions for future research are put forward.*

***Keywords: causality, effectuality, rationality***

***JEL classification: L26***