Povezanost proaktivnosti i sklonosti poduzetništvu kod srednjoškolaca

Ilakovac, Mirna

Master's thesis / Diplomski rad

2013

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:449017

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište J. J. Strossmayera Osijek
Filozofski fakultet
Odsjek za psihologiju

POVEZANOST PROAKTIVNOSTI I SKLONOSTI PODUZETNIŠTVU KOD SREDNJOŠKOLACA

Diplomski rad

Mirna Ilakovac

Mentor: dr. sc. Zoran Sušanj, izv. prof.

Osijek, 2013.

SADRŽAJ

UVOD……..... 1

Osnovni pojmovi poduzetništva.....1

Osobine poduzetnika.....3

Proaktivnost..... 5

Odgoj za poduzetništvo - razvoj temeljnih kompetencija.....7

CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE…… ..…….....9

METODA…… ..…….....10

Sudionici……..…….....10

Instrumenti……..…….....11

Postupak……..…….…... 12

REZULTATI.……...……..... 12

RASPRAVA……...…….....16

ZAKLJUČAK……...…….....23

LITERATURA……..... 24

PRILOZI……..... 27

Povezanost proaktivnosti i poduzetničkih sklonosti kod srednjoškolaca

Cilj je ovoga istraživanja provjeriti povezanost proaktivnosti i sklonosti poduzetništvu kod srednjoškolaca, utvrditi doprinos navedenih varijabli objašnjenju poduzetničkih namjera srednjoškolaca, kao i ispitati postoje li razlike u mjerenim varijablama s obzirom na usmjerenje srednje škole. Podaci su prikupljeni na uzorku učenika srednjih strukovnih škola i gimnazija u Osijeku. Rezultati ukazuju na pozitivnu povezanost proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće te proaktivnosti i povjerenja u vlastite mogućnosti. Proaktivnost nije statistički značajno povezana s prihvaćanjem rizika i nekonvencionalnošću. Usmjerenost na postignuće se od mjerenih varijabli pokazala jedinim značajnim prediktorom poduzetničke namjere. Očekivanje da među učenicima različitih usmjerenja ne postoji statistički značajna razlika u faktoru proaktivnosti samo je djelomično potvrđeno. Rezultati su također pokazali da ne postoji statistički značajna razlika niti u jednom faktoru poduzetničkih sklonosti među učenicima različitih usmjerenja. Statistički značajno veću poduzetničku namjeru iskazuju učenici strukovnih škola u odnosu na gimnazijalce.

Correlation between proactivity and entrepreneurial tendencies among high school students

The aim of this study was to examine the relationship between proactivity and entrepreneurial tendencies among high school students, to determine the contribution of these variables explaining entrepreneurial intentions of high school students, as well as to examine whether there are differences in measured variables due to the orientation of high school. The research involved students of vocational high schools and high schools in Osijek. The results indicate the existence of positive correlation between proactivity and achievement tendency and proactivity and confidence in one own abilities. There is no significant correlation between proactivity and risk acceptance and unconventionality. Achievement tendency is only significant predictor of entrepreneurial intention. The assumption that there is no statistically significant difference in proactivity between students of different orientations is partially confirmed. The results have also shown that there is no statistically significant difference in any factor of entrepreneurial tendencies among students of different orientations. Students of vocational schools have expressed statistically higher entrepreneurial intention compared to high school students.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničke sklonosti, proaktivnost, učenje za poduzetništvo

Key words: entrepreneuership, entrepreneurial tendencies, proactivity, learning for enterpreneurship

Uvod

Osnovni pojmovi poduzetništva

Riječ *poduzetništvo* dolazi od riječi *poduzeti*, što znači ne čekati da se nešto dogodi samo od sebe, nego sam krenuti u akciju (Brusić i sur., 2005; prema Miljković, 2006). Jedna od brojnih definicija opisuje poduzetništvo kao «*bilo koji pokušaj pokretanja novog poslovnog pothvata, kao što je samozapošljavanje, nova poslovna organizacija ili ekspanzija postojećeg poslovnog pothvata od strane pojedinca, timova ili već postojećih organizacija*» (Singer i sur., 2003). Po klasifikaciji znanstvenih disciplina poduzetništvo spada u društvene znanosti, područje ekonomije, polje menadžment, grana poduzetništvo (Brusić i sur., 2005; prema Miljković, 2006).

Poduzetništvo se smatra značajnim faktorom ekonomskog razvoja svake zemlje te načinom kreiranja novih poslova, smanjivanja nezaposlenosti, razvoja pojedinih regija i ostvarenja nacionalne dobrobiti (Leon i Gorgievski, 2007). Sve bi zemlje trebale voditi računa o razvoju poduzetništva kao načinu poticanja ekonomskog razvoja (Luca i Cazan, 2011). Razvoj poduzetništva smatra se dobrim načinom revitaliziranja ekonomije pojedine zemlje te smanjivanja nezaposlenosti (Yusof i sur., 2007). Ekonomska teorija razvijenih zemalja ističe poduzetništvo kao kamen temeljac gospodarskog sustava i gospodarskog razvoja. Zadatak mu je na najpovoljniji način kombinirati i koordinirati proizvodne faktore i time maksimizirati čisti profit (Škrtić, 2011). U Hrvatskoj se sve više razvija svijest o poduzetništvu; ono postaje filozofija napretka, a poduzetnici ti koji uvode nove tehnologije, prije svega stvaraju nova radna mjesta te na taj način omogućuju svestrani društveni, kulturni, socijalni i osobni razvoj (Singer i sur., 2003).

Ipak, poduzetništvo u Hrvatskoj čekalo je svoju ekspanziju sve do devedesetih godina prošlog stoljeća. Prema podacima međunarodnog projekta *«Global Entrepreneurship Monitor»* (GEM), provedenog 2002., Hrvatska bilježi Indeks poduzetničke aktivnosti (TEA) od 3,36, što je zapravo stopa novih poslovnih projekata ili poduzeća, ne starijih od 42 mjeseca, na 100 stanovnika u dobi od 18 do 64 godine. U usporedbi sa zemljama sličnog socio-kulturalnog nasljeđa (kao što su Slovenija ili Mađarska), Hrvatska zaostaje za prosjekom od 6,86 dobivenog na 37 zemalja članica GEM projekta. Pritom je opća slika današnjeg hrvatskog poduzetnika ovakva: *poduzetnik je tri puta češće muškarac nego žena, u dobi od 25 do 34 godine, sa srednjom školom i s višim prihodima. To je češće osoba koja poznaje druge poduzetnike, koja prepoznaje poslovne prilike, posjeduje vještine za vođenje posla i nema strah od poslovnog promašaja. Poduzetnik je najčešće iz područja Istre i Zagreba*... (Singer i sur., 2003).

Poduzetništvo predstavlja složen fenomen, pa je i njegovo proučavanje izrazito multidisciplinarnog karaktera. U skladu s time, empirijski se podaci o poduzetništvu interpretiraju iz različitih znanstvenih perspektiva te se primjenjuju različite razine analize (Pavić, 2010). Općenito se može reći da postoje tri istraživačka smjera kojima se može krenuti pri proučavanju nastanka i trajanja poduzetničkog djelovanja (Cuervo i sur., 2007). Prvi poduzetničko djelovanje objašnjava nizom individualnih psihičkih karakteristika poduzetnika, poput sklonosti riziku, toleranciji prema neizvjesnim okolnostima ili jače izraženim motivom za postignućem. Poduzetnik je osoba koja se razlikuje od ostatka populacije i koja upravo zbog svojega posebnog psihološkog profila djeluje inovativno, kombinirajući resurse na nove i nepredvidive načine, stvarajući nove vrijednosti putem iskorištavanja novih poslovnih prilika. Dakle, poduzetnik je osoba koja vidi prilike tamo gdje ih drugi ne vide i koja je spremna podnijeti rizik i neizvjesnost iskorištavanja tih poslovnih prilika. Drugi je smjer istraživanja institucionalno-ekonomski, budući da poduzetničko djelovanje objašnjava eksternim čimbenicima poput veličine i strukture tržišta, stupnja i tipa tehnološkog razvoja, demografskih i prostornih klastera, industrijske dinamike i sl. Prisustvo ili odsustvo ovakvih čimbenika može djelovati poticajno ili inhibirajuće na razvoj poduzetništva na nekom području. Trećim smjerom poduzetništvu se pristupa pomoću varijabli kao što su društvene norme i vrijednosti, odnosno kulture. Kulturalne teorije fenomen poduzetništva u određenom vremenu i prostoru stavljaju u određeni sociokulturni kontekst, tj. razvoj poduzetništva i "poduzetničkog duha" na određenom području objašnjavaju postojanjem društvenih normi i vrijednosti koje potiču pojedinca da se bavi poduzetništvom (individualizam, tolerancija prema riziku i neizvjesnosti i sl.) te omogućavaju stvaranje društvenih mreža utemeljenih na kulturalnoj sličnosti koje omogućavaju bolju cirkulaciju resursa (novca, informacija), čineći poduzetničke poduhvate uspješnijim. Sociološke teorije naglašavaju važnost društvenih uloga utemeljenih na društvenim normama i procesima (Pavić, 2010).

Dok se ekonomisti usredotočuju na indekse poduzetništva i ostale statističke parametre, interes psihologa usmjeren je na osobine i ponašanja poduzetnika, motive i načine donošenja odluka o bavljenju poduzetništvom te, nešto rjeđe, faktorima uspješnosti i održivosti poduzetnika (Miljković, 2006). Za pojedine je autore poduzetnik isto što i vlasnik poduzeća, dok ih drugi kvalitativno i kvantitativno razlikuju (Miljković, 2008). Različite su definicije poduzetništva i poduzetnika, međutim, zajedničko im je tretiranje poduzetnika kao osobe koja ostvaruje profit, upravljajući resursima na vlastiti rizik (Miljković, 2006).

Osobine poduzetnika

U području istraživanja osobina poduzetnika, najcitiraniji su radovi Davida McClellanda (Miljković, 2006), koji je razvijajući svoju teoriju motivacije pretpostavio da su poduzetnici osobe koje imaju izraženiji **motiv za postignućem**. Pritom, visoka potreba za postignućem nije izolirana osobina, već se odnosi na ponašanja poput postavljanja zahtjevnih ciljeva, proaktivnosti, ustrajnosti, preuzimanja odgovornosti za zadatak, planiranja i kontroliranja događaja, traženja konkretne povratne informacije o uratku i razmišljanje o poboljšanju istog (McClelland i Burnham, 2003; prema Miljković, 2006).

Inovativnost se odnosi na opažanje i djelovanje u vezi s poduzetničkim aktivnostima na nov i jedinstven način (Robinson i sur., 1991; prema Yusof, 2007). Jedna je od najistaknutijih značajki suvremenog poduzetništva.

Sljedeća osobina jest **sklonost riziku**. Razlog za to je činjenica da poduzetnik, za razliku od nepoduzetnika, radi u manje strukturiranim ili izvjesnim uvjetima, te je i odgovornost za opstanak posla kod njega veća. Za poduzetnike je vjerojatno da će izbjegavati poslove u kojima su mali izgledi za uspjeh, ali neće ih ni motivirati poslovi koji su posve sigurni jer u tom je slučaju vjerojatno riječ o poznatim pothvatima i sigurnim rezultatima. Rezultati istraživanja na ovom području također variraju s obzirom na definiciju rizika, ali i na uzorak poduzetničke i nepoduzetničke populacije. Uslijed navedenih dilema, u radovima ove vrste postavilo se pitanje jesu li poduzetnici skloniji riziku na način da ga aktivno traže ili im on samo „nije mrzak“. Danas se uglavnom smatra kako poduzetnici zapravo bolje procjenjuju rizik, dok u poslovanju preferiraju srednju razinu rizika (Brockhaus, 1980).

Tolerancija na neizvjesnost nerazdvojiva je od sklonosti riziku, a odnosi se na sposobnost efikasnog nošenja sa situacijama o kojima imamo nepotpune, nejasne ili nesigurne informacije (Norton, 1975; prema Miljković, 2006). Osobe niske tolerancije na neizvjesnost bit će sklone percipirati takve situacije kao potencijalno opasne ili neugodne. Ova je osobina dobila empirijsku potvrdu svoje važnosti u diferenciranju poduzetnika od nepoduzetnika u mnogim radovima (Koh, 1996; Schere, 1982; Sexton i Bowman, 1985; prema Miljković, 2006).

Lokus kontrole, konstrukt koji označava stupanj uvjerenja u mogućnost kontrole događaja u vlastitom životu, također je osobina kojom su psiholozi pokušali okarakterizirati poduzetnike. Pretpostavka da će poduzetnici iskazivati viši stupanj internog lokusa kontrole (tzv. internalnosti) od nepoduzetnika, pokazala se točnom u mnogim radovima (Cromie i Johns, 1983; Cromie, 2000; Brockhaus 1980; Borland, 1975; prema Miljković, 2006), no u nekima i netočnom (Hull i sur. 1980; prema Miljković, 2006). Uspoređujući skupine uspješnih i neuspješnih poduzetnika, Brockhaus (1980; prema Miljković, 2006) je utvrdio da oni uspješni

iskazuju znatno višu internalnost. Pitanje je, međutim, je li niža internalnost kod neuspješnih poduzetnika uzrok ili posljedica poslovnog neuspjeha.

Neki su autori napustili ideju o lokusu kontrole i okrenuli se srodnom konstruktu **poduzetničke samoefikasnosti.** Općenito, samoefikasnost se odnosi na uvjerenje da smo sposobni izvršiti neku akciju ili se ponašati na određeni način, te se smatra najsnažnijim prediktorom u izboru zanimanja (Bandura, 1986; prema Miljković, 2006). Chen i sur. (1988; prema Miljković, 2006) su utvrdili da je poduzetnička samoefikasnost bolja mjera razlikovanja poduzetnika od nepoduzetnika od potrebe za postignućem ili lokusa kontrole.

Kreativnost se smatra okosnicom poduzetništva i još jednim faktorom razlikovanja poduzetnika od nepoduzetnika (Drucker, 1985; Chen i sur., 1998; Cromie, 2000; prema Miljković, 2006). U radu Hulla i sur. (1980; prema Miljković, 2006) kreativnost se povezuje s vjerojatnošću započinjanja vlastitog posla. S druge strane, Utsch i Rauch (2000) kreativnost smatraju medijatorom odnosa između orijentiranosti na postignuće i učinka poduzeća.

Rukovodeći se idejom da poduzetnik funkcionira unutar specifičnih radnih uvjeta, Allinson i suradnici (2000; prema Miljković, 2006) željeli su ispitati razlikuju li se poduzetnici od menadžera prema preferiranom **kognitivnom stilu**. Pretpostavka da će poduzetnici biti skloniji korištenju **intuicije**, koju opisuju kao sintetički, induktivni i divergentni način razmišljanja, pokazala se točnom. Pritom je ova razlika najviše izražena u usporedbi poduzetnika s neiskusnijim menadžerima, odnosno s menadžerima na nižim pozicijama.

Potreba za neovisnošću odnosi se na potrebu da činimo i govorimo što želimo, unatoč konvencionalnim očekivanjima, odnosno na želju da autonomno upravljamo vlastitim životom (Caird, 1988; prema Miljković, 2006). Cromie (2000) navodi kako je ova potreba snažna motivacijska komponenta pri započinjanju vlastitog posla, a Hornaday i About (1971) utvrđuju kako poduzetnici imaju više izraženu potrebu za neovisnošću, te niže izraženu potrebu za podrškom (Miljković, 2006).

Proaktivnost je osobina koja se tek u novije vrijeme dovodi u vezu s poduzetništvom, a odnosi se na stupanj angažmana koji osoba ulaže kako bi djelovala na okolinu. U radu Cranta (1996) ova se osobina pokazala značajnim korelatom poduzetničke namjere. Budući da je proaktivnost jedna od varijabli ovoga istraživanja, detaljnije će biti obrađena u idućem poglavlju.

Na poduzetništvo se gleda kao na rezultat kombinacije osobnih i okolinskih faktora. Potreba za sve preciznijim i kompleksnijim sagledavanjem ove problematike navela je istraživače na stvaranje kompleksnih modela poduzetničkog ponašanja (npr. Baum, Locke i Smith, 2001; Herron i Sapienza, 1992; Krueger i Braezel, 1994; Moore, 1986; prema Miljković, 2008). Složeni modeli poduzetničkog ponašanja nastoje objasniti i predvidjeti kako i zašto netko

postaje i ostaje poduzetnikom. Pritom, pojedini modeli opisuju unutarnje i vanjske faktore koji utječu na pojedine faze razvoja poduzeća, dok se drugi modeli usmjeravaju na proces donošenja poduzetničke odluke. Međutim, u svojoj analizi metodologije ključnih radova na području poduzetništva, Chandler i Lyon (2001, prema Miljković, 2008) zaključuju kako još uvijek ne postoji dovoljno kompleksan i sveobuhvatan model poduzetničkog ponašanja s jasnim kauzalnim vezama.

Proaktivnost

Kada je riječ o doživljavanju određenih situacija, i stručnjaci i laici slažu se da će se svaki pojedinac ponašati drugačije. Na radnome mjestu, primjerice, pojedini radnici stalno pružaju nove inicijative i teže konstruktivnim rješenjima, dok se drugi priklanjaju mišljenju većine i jednostavnijim rješenjima (Bateman i Crant, 1993). Istraživanja proaktivnog ponašanja zadnjih su godina privukla pažnju stručnjaka, no još uvijek nema jedinstvene definicije, teorije i mjere, već su istraživači usvojili veći broj različitih pristupa u identifikaciji uzroka i posljedica proaktivnog ponašanja (Zarevski i sur., 2001). Bateman i Crant (1993) u istraživanju organizacijskog ponašanja kažu da se uobičajeno za opis takve vrste ponašanja rabe termini „proaktivno“ i „pasivno“ te su na temelju toga definirali proaktivnost kao dispoziciju koja određuje razlike između ljudi u onoj mjeri u kojoj oni poduzimaju aktivnosti kojima bi utjecali na svoju okolinu i mijenjali ju.

Tipična proaktivna ličnost relativno je otporna na situacijske pritiske, pronalazi nove mogućnosti i prilike, pokazuje inicijativu, preuzima akciju i ustrajna je unatoč zaprekama na koje nailazi ili koje donose promjene (Bateman i Crant, 1993). S druge strane kontinuuma nalaze se pasivni ljudi koji se prilagođavaju i "oblikuju" prema okolini, propuštajući iskoristiti prilike kojima mogu promijeniti postojeću situaciju. Takve osobe pokazuju malo inicijative i oslanjaju se na tuđe snage. Pasivno se prilagođavaju, pa čak i trpe okolnosti kojima nisu zadovoljni. Autori, nadalje, smatraju da visokoproaktivni pojedinci anticipiraju događaje iz okoline i usmjereni su na konstruktivne promjene, a manje se proaktivni ljudi ponašaju u skladu s okolinom radije nego da je mijenjaju, tj. radije prihvaćaju status quo.

Pitt i suradnici (2002; prema Wawoe, 2010) navode da postoje tri vrste ljudi: oni koji (o)stvaraju sve što se događa, oni koji promatraju što se događa te oni koji se pitaju što se dogodilo. Ljude iz prve kategorije nazivamo proaktivnima.

Analizom literature o proaktivnom ponašanju identificirano je preko trideset različitih oblika proaktivnog ponašanja, a moguće ih je grupirati u sedam dimenzija: ispomoć, pozitivan

pristup, lojalnost, disciplinirano st, individualna inicijativa, kolektivni aktivizam te samo-razvoj (Podrug i sur., 2010).

U preglednom je radu o proaktivnom ponašanju u organizacijama Crant (2000; prema Zarevski, 2002) naveo istraživanja koja potvrđuju povezanost proaktivnosti i individualnoga uspjeha u radu, uspješnosti u karijeri, vodstva, organizacijske inovativnosti, ekipnoga postignuća te poduzetništva. Nadalje, u većem je broju istraživanja potvrđena povezanost proaktivne ličnosti i poduzetništva. Crant je (1996; prema Zarevski, 2002), kontrolirajući spol, naobrazbu i druge relevantne faktore, utvrdio visoku pozitivnu povezanost između proaktivnosti i poduzetničkih namjera pokretanja vlastitoga biznisa.

Implikacije proaktivnog ponašanja zaposlenika mogu se analizirati u dvjema skupinama: kao djelovanje na ocjenu uspješnosti samog zaposlenika te cjelokupne organizacije. Proaktivno ponašanje može doprinijeti organizacijskoj uspješnosti na slijedeće načine: osnažujući produktivnost suradnika i menadžera; preusmjeravanjem resursa ka produktivnijoj svrsi; reduciranjem potrošnje ograničenih resursa za održavanjem postojećih funkcija organizacije; boljom koordinacijom aktivnosti unutar i između radnih grupa; većoj mogućnosti privlačenja i zadržavanja najboljih zaposlenika; većoj stabilnosti poslovnih rezultata; efektivnijom prilagodbom organizacije na promjene iz okoline (Podrug i sur., 2010).

Također, neka su istraživanja pokazala da je proaktivnost pozitivno povezana i sa samim poduzetničkim ponašanjem. Crant (1996) je objavio rezultate istraživanja provedenog na uzorku 181 studenta koje je potvrdilo pozitivnu povezanost proaktivnosti i namjere da osoba pokrene vlastiti posao. Skala proaktivnosti objasnila je značajno više varijance poduzetničke namjere sudionika u odnosu na spol, obrazovanje ili odrastanje u poduzetničkom okruženju (roditelji poduzetnici) (Wawoe, 2010).

Poduzetničke namjere ključne su za proces pokretanja organizacije, stvarajući prve u nizu radnji za osnivanje pojedine organizacije (Bird, 1988; prema Lee, Wong, Foo i Leung, 2011). Namjere prema određenom ponašanju mogu biti snažni pokazatelji tog ponašanja (Fishbein i Ajzen, 1975; prema Lee i sur., 2011).

Poduzetnička namjera odnosi se na aktivnost koja uključuje stavove pojedinca prema toj aktivnosti i samoefikasnosti pojedinca (Douglas and Fitzsimmon, 2008; prema Zain, Akram i Ghani, 2010). Shapero (1982; prema Zain i sur., 2010) navodi da je poduzetnička namjera povezana s percepcijom poželjnosti i izvedivosti aktivnosti te sklonošću djelovanja u skladu s mogućnostima. Ajzen (1991) u okviru teorije planiranog ponašanja navodi da namjere predviđaju ponašanje, a te namjere su predviđene stavovima prema ponašanju, subjektivnim

normama i percipiranom bihevioralnom kontrolom. Ponašanje koje uključuje pokretanje novog posla planirano je i uključuje namjeru (Lee i sur., 2011).

Odgoj za poduzetništvo - razvoj temeljnih kompetencija

Važnost obrazovanja u odgoju poduzetnika ne odražava se samo na razini obrazovanja nego i u tome što ono nastavlja igrati glavnu ulogu u pomaganju poduzetnicima u nošenju s problemima koji nailaze. Iako formalno obrazovanje nije nužno za pokretanje poslovanja, ono ipak pruža dobru podlogu, osobito u području poduzetničkog pothvata. U skladu s istraživanjima, obrazovanje je jedan od ključnih faktora koji razlikuje poduzetnike od nepoduzetnika (Lee i sur., 2005; prema Aghazamani i Roozikhah, 2010). Obrazovni sustav ima značajnu ulogu u otkrivanju i jačanju poduzetničkih karakteristika. Cho (1988; prema Aghazamani i Roozikhah, 2010) navodi da poduzetničko obrazovanje potiče poduzetničke pothvate, budući da adekvatna znanja i vještine motiviraju pojedinca da nešto poduzme.

Obrazovanje za poduzetništvo je i temelj za stjecanje određenih vještina i znanja potrebnih poduzetnicima koji započinju društvenu ili gospodarsku djelatnost. Stoga rad na jačanju kapaciteta obrazovnog sustava (kurikulum, osposobljavanje nastavnika, menadžmenta škole i dr.) zahtijeva koordinaciju i podršku strukturiranom dijalogu svih relevantnih dionika hrvatskog gospodarstva i obrazovnog sustava sa ciljem podizanja poduzetničkog kapaciteta i jačanja konkurentnosti, a konkurentska prednost gospodarstva temelji se na razvoju poduzetništva (Tafra, 2011).

Znanje, kompetencije, uspjeh i konkurentnost strateške su smjernice Republike Hrvatske. Uzimajući u obzir promjene u svijetu tržišnoga gospodarstva, europskoga suživota, interkulturalnih odnosa, kao i utjecaj informacijskih tehnologija, znanstvenih postignuća te globalizacijskih procesa, potrebno je učinkovitije prilagođavanje pojedinca i društva. Ostvarivanje tih ciljeva moguće je postići sustavnim i dugoročnim promjenama sustava odgoja i obrazovanja (Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj, opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje, 2010). Godine 2005. objavljena je Preporuka Europskog Parlamenta i Vijeća u kojoj su predstavljene zajedničke europske preporuke za ključne kompetencije. Rezultat dogovora Komisije i Parlamenta Europske unije (EU) o okviru ključnih kompetencija je „Europski okvir za ključne kompetencije“ (Posavec, 2011).

Prema Nacionalnom okvirnom kurikulumu (2010), temeljne kompetencije koje se trebaju razvijati tijekom cjeloživotnog obrazovanja su: komunikacija na materinskom jeziku, komunikacija na stranom jeziku, matematička kompetencija i osnovne kompetencije u prirodoslovlju i tehnologiji, digitalna kompetencija, učiti kako učiti, socijalna i građanska

kompetencija, inicijativnost i poduzetnost te kulturna svijest i izražavanje. Kompetencija inicijativnost i poduzetnost odnosi se na sposobnost pojedinca da ideje pretvori u djelovanje, a uključuje stvaralaštvo, inovativnost i spremnost na preuzimanje rizika te sposobnost planiranja i vođenja projekata radi ostvarivanja ciljeva. Temelj je za vođenje svakodnevnog profesionalnog i društvenog života pojedinca. Osnovni cilj razvoja poduzetničke kompetencije učenika jest razvoj osobina ličnosti te znanja, vještina, sposobnosti i stavova potrebnih za djelovanje pojedinca kao uspješne poduzetne osobe (Nacionalni okvirni kurikulum, 2010).

U školama, mladi ljudi razvijaju kompetencije kako bi bili odgovorni i motivirani za donošenje odluka koje će imati pozitivan utjecaj na njih, ali i na druge. Odgoj i obrazovanje za poduzetništvo započinje u primarnom obrazovanju i nastavlja se u srednjoj školi. Ono pruža mogućnost da učenici povezuju svoje učenje sa stvarnim životnim situacijama, kombinira učenje u školi i sudjelovanje u radu šire zajednice, uključujući i poslovni svijet, te učvršćuje relevantnost i vrijednost onoga što se uči u nastavnom programu. Prema Gardneru (2000; Posavec, 2011), ključni element uspješnog obrazovanja jest put koji određuje ishode poučavanja, ali i načine kako doći do postavljenih ciljeva. Dogovorene smjernice i standardi čine školu uspješnom, a škole koje uključuju roditelje, lokalnu zajednicu i vanjske partnere u upravljanje školom imaju ogroman utjecaj na standarde, dok brzi razvitak znanosti i tehnologije, razvitak proizvodnje, novi proizvodni i društveni odnosi danas traže odgoj za poduzetništvo.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) je proveo istraživanje o poduzetništvu u svijetu od 1999. godine. U izvješću skupine autora (2010), utvrđeno je da je 80% poduzetničkog obrazovanja i osposobljavanja pruženo kroz formalne kanale, kao što su primarna i sekundarna razina školovanja, te putem sveučilišnih studija. Najviša razina obrazovanja za poduzetništvo pronađena je u Finskoj i u Čileu, zemljama s državnim inicijativama usmjerenim na poticanje pojedinaca i pripremu za početak poslovanja. Obrazovanje za poduzetništvo, čini se, ima najveći utjecaj u ranoj fazi poduzetničke aktivnosti u bogatim zemljama s povoljnim institucionalnim okvirima.

U formalnom sustavu naobrazbe više se razvijaju tehnička, ekonomska i pravna znanja dok se u neformalnim oblicima socijalizacije razvijaju hrabrost i kreativnost potencijalnih poduzetnika. U svom radu Cingula i Veselica (2008) navode četiri dimenzije poduzetništva za koje se mogu promatrati posebni sadržaji i posebni oblici edukacije. To su ekonomska, upravljačka, inovativna i etička dimenzija.

Pivac (2009) ističe da poduzetništvo danas prožimlje svekoliki život i rad čovjeka. Utječe na njegove oblike socijalnog organiziranja, karakter, položaj i uloge u međusobnim odnosima, kvalitetu življenja i uopće kulturno-civilizacijski „milje“ u kojem se nalazi. Poduzetništvo tako

doprinosi stvaranju nove klime u društvu, stvaralačkoj inicijativi, uspješnosti, životnom optimizmu, kulturi stvaralačkog rada i poduzetničkom mentalitetu.

Istraživanja provedena na američkim srednjoškolcima pokazuju da ih 85% vrlo malo zna o poduzetništvu i poslovanju, njih 80% smatra da bi poduzetništvo trebalo biti zastupljenije u programu te ih je 68% izrazilo želju naučiti više o poduzetništvu (Rasheed, 2003). Učinkovita edukacija o poduzetništvu priprema mlade ljude da budu odgovorni, poduzetni pojedinci koji će postati poduzetnici i pridonijeti ekonomskom razvoju svoje zemlje (Rasheed, 2003).

Europska unija ističe kako poduzetničke kompetencije treba razvijati već od najranije dobi pa Komisija predlaže preporuke na temelju najbolje prakse u Europi, s ciljem pomoći državama članicama (Posavec, 2011). Međutim, poduzetništvo kao jedna od osam ključnih kompetencija po preporukama Vijeća Europe, ovoga trenutka još uvijek nije cjelovito razrađena i implementirana u obrazovni sustav Republike Hrvatske. Stoga tek predstoji uvesti učenje za poduzetništvo kao ključnu kompetenciju u sve oblike, vrste i razine obrazovanja (Buljubašić Kuzmanović, 2012).

S obzirom na rastuću važnost poduzetnika i poduzetništva u današnjem svijetu, ovim se radom nastoji ustanoviti značajne aspekte poduzetništva i poduzetničkih osobina prisutnih u srednjoškolskoj populaciji. Također, nastoji se doprinijeti razumijevanju odnosa poduzetničke namjere, kao varijable važne za uključivanje u poduzetničke aktivnosti te proaktivnosti, kao jedne od ključnih osobina uspješnog poduzetnika.

Cilj, problemi i hipoteze

Cilj ovoga istraživanja bio je provjeriti postoji li povezanost između proaktivnosti i poduzetničkih sklonosti kod srednjoškolaca, postoje li razlike u mjerenim varijablama kod učenika različitih srednjih škola te ispitati odnos varijabli korištenih u istraživanju i poduzetničke namjere.

Svrha istraživanja jest utvrditi u kojoj su mjeri poduzetničke sklonosti razvijene kod srednjoškolaca. Također, nastojat će se utvrditi u kojoj je mjeri proaktivnost izražena kod učenika različitih srednjih škola te postoji li povezanost između te osobine i poduzetničkih sklonosti. U istraživanju će se provjeriti i predviđaju li mjerene varijable i u kojoj mjeri poduzetničku namjeru.

S obzirom na cilj istraživanja, formirani su sljedeći problemi:

Problem 1. Utvrditi stupanj povezanosti između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti kod srednjoškolaca te provjeriti odnos navedenih varijabli i poduzetničke namjere.

Problem 2. Utvrditi razlike između učenika različitih srednjih škola u mjerenim varijablama.

Iz navedenih problema proizlaze sljedeće hipoteze:

Hipoteza 1a: Postoji statistički značajna povezanost između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je veća između proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće nego između proaktivnosti i prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti te povjerenja u vlastite mogućnosti.

Hipoteza 1b: Tri faktora poduzetničkih sklonosti i dva faktora proaktivnosti predstavljaju značajne prediktore poduzetničke namjere.

Hipoteza 2a: Ne postoji statistički značajna razlika u proaktivnosti među učenicima različitih srednjih škola.

Hipoteza 2b: Poduzetničke sklonosti su razvijenije kod učenika srednjih strukovih škola nego kod gimnazijalaca.

Hipoteza 2c: Poduzetnička namjera je izraženija kod učenika srednjih strukovnih škola nego kod gimnazijalaca.

Metoda

Sudionici

U istraživanju su sudjelovali učenici četvrtih razreda četiri srednje škole: I. Gimnazija Osijek, Isusovačka klasična gimnazija s pravom javnosti u Osijeku, Ekonomska i upravna škola te Elektrotehnička i prometna škola Osijek, njih ukupno 309 (N=309), od toga 172 učenik/ca strukovnih škola (77 ekonomskog i 95 elektrotehničkog usmjerenja) te 137 učenik/ca gimnazija (86 općeg, a 51 klasičnog usmjerenja).

Sudjelovalo je 167 sudionika ženskoga spola i 142 sudionika muškoga spola. Raspon godina sudionika je od 17 do 21. Prosječna dob sudionika je 18 godina (M= 18,23; SD= 0,47).

Instrumenti

Upitnik poduzetničkih sklonosti (UPS; Miljković, 2006) sastoji se od 69 čestica podijeljenih u tri subskale koje mjere sljedeće osobine poduzetnika - *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost, usmjerenost na postignuće* i *povjerenje u svoje mogućnosti*. Zadatak je sudionika na skali Likertovog tipa zaokružiti jedan od pet ponuđenih odgovora (1= *u potpunosti se ne odnosi na mene,* 5= *u potpunosti se odnosi na mene*). Dio tvrdnji dan je u pozitivnom obliku (npr. *Spreman sam preuzimati visoke rizike kako bih ostvario visoke dobiti*), a dio u negativnom (npr. *Ne volim činiti neobične i neuobičajene stvari*). Kompozitni rezultat izračunat je kao zbroj procjena svih tvrdnji pojedine subskale. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj poduzetničke sklonosti. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije mjere u cjelini utvrđena je Cronbachovim α koeficijentom te iznosi ,89. Unutarnja konzistencija pojedinih faktora iznosi ,80 za *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost,* ,82 *za usmjerenost na postignuće* te ,80 za faktor *povjerenje u svoje mogućnosti*.

Upitnik proaktivnosti P1 (Zarevski, 2001) konstruiran je na Odsjeku za psihologiju Filozofskoga fakulteta u Zagrebu. Sastoji se od 28 tvrdnji koje mjere stupanj proaktivnog ponašanja. Zadatak je sudionika na skali Likertovog tipa zaokružiti jedan (1= *u potpunosti se ne odnosi na mene*) od pet (5= *u potpunosti se odnosi na mene*) ponuđenih odgovora. Kompozitni rezultat izračunat je kao zbroj procjena svih tvrdnji pojedine subskale. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj proaktivnosti. Čestice upitnika grupiraju se u dva faktora: *Sklonost promjeni* i *Sklonost planiranju*. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije za faktor *Sklonost planiranju* iznosi ,74, dok je za faktor *Sklonost promjeni* niža i iznosi ,48. Pouzdanost mjere u cjelini iznosi ,73.

Upitnik namjere uključivanja u poduzetničke aktivnosti (Liñàn i Chen, 2006) sastoji se od šest čestica kojima se procjenjuje ozbiljnost poduzetničkih namjera. Zadatak je sudionika na skali Likertovog tipa zaokružiti jedan (1= *u potpunosti se ne odnosi na mene*) od pet (5= *u potpunosti se odnosi na mene*) ponuđenih odgovora. Dio tvrdnji dan je u pozitivnom (npr. *Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik*), a dio u negativnom obliku (npr. *Čisto sumnjam da ću ikada osnovati vlastito poduzeće*). Kompozitni rezultat izračunat je kao zbroj procjena svih tvrdnji. Viši rezultati ukazuju na viši stupanj poduzetničkih namjera. Pouzdanost tipa unutarnje konzistencije utvrđena je Cronbachovim α koeficijentom te iznosi ,87.

Postupak

Istraživanje je provedeno tijekom svibnja 2012. godine; uzorak je prikupljen u četiri srednje škole u Osijeku. Nakon dobivene suglasnosti škole, dogovoren je termin provođenja istraživanja s profesorima u okviru čije nastave se istraživanje provodilo. Istraživanje je provedeno grupno, u prostorijama škole, tijekom nastave, bilo je anonimno i dobrovoljno. Sudionici su bili u mogućnosti u bilo kojem trenutku odustati. Sudionici istraživanja su prije istraživanja bili upoznati s temom istraživanja. Prije ispunjavanja upitnika im je pročitana uputa koja se nalazila na prvoj stranici, pojašnjen im je način ispunjavanja te je naglašeno da će podaci dobiveni u ovom istraživanju biti strogo povjerljivi, čuvani te korišteni isključivo u znanstvene svrhe. Sudionicima su nakon toga bili podijeljeni upitnici. Vrijeme rješavanja upitnika bilo je 15-20 minuta. Podaci prikupljeni istraživanjem objedinjeni su u jednu bazu te obrađeni statističkim paketom SPSS.

Rezultati

Prije obrade podataka u skladu s postavljenim problemima, Kolmogorov-Smirnovljevim testom provjerena je normalnost distribucija rezultata svih varijabli korištenih u istraživanju. Kolmogorov-Smirnovljev Z za varijable ukupne mjere poduzetničkih sklonosti, usmjerenosti na postignuće, povjerenja u svoje mogućnosti, proaktivnosti te sklonosti planiranju nije se pokazao statistički značajnim, čime su zadovoljni uvjeti za korištenje parametrijskih postupaka. Što se tiče varijabli prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost, sklonost promjeni te poduzetnička namjera, dobivene su distribucije koje statistički značajno odstupaju od normalne. Na temelju histograma (Prilog 1, 2 i 3) možemo utvrditi da navedeno odstupanje nije veliko, tj. da distribucije nisu asimetrične, već imaju tendenciju normalnih distribucija. Kolesarić (2006) navodi da je analiza varijance postupak koji je otporan na razumno odstupanje od normalne distribucije. Možemo pretpostaviti da razumno odstupanje od normalne distribucije neće imati značajne posljedice na dobivene rezultate. U obradi rezultata koja uključuje navedene varijable korišteni su parametrijski postupci uz primjenu Bonfferonijeve korekcije.

Također je provjerena pouzdanost korištenih upitnika i njihovih subskala. Na osnovi dobivenih alfa koeficijenata možemo zaključiti da je pouzdanost korištenih instrumenata zadovoljavajuća, osim za subskalu *sklonost promjeni*, koja je nešto niža. U Tablici 1. prikazani su koeficijenti unutarnje konzistencije te deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju.

Tablica 1. Koeficijenti unutarnje konzistencije i deskriptivna statistika varijabli korištenih u istraživanju (N=309)

Varijabla	M	SD	MIN	MAX	Cronbach α
Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS	228,32	26,14	162	309	,89
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	72,30	10,92	35	105	,80
Usmjerenost na postignuće	100,52	11,57	66	144	,82
Povjerenje u vlastite mogućnosti	55,60	10,53	27	81	,80
Proaktivnost	90,90	12,20	51	129	,73
Sklonost planiranju	54,23	9,77	25	85	,74
Sklonost promjeni	36,46	4,92	19	51	,48
Poduzetnička namjera	17,75	6,19	6	36	,87

Kao odgovor na prvi problem ovoga istraživanja *(Hipoteza 1a)*, ispitana je povezanost pojedinih faktora, kao i ukupne mjere poduzetničkih sklonosti i *proaktivnosti* koristeći Pearsonov koeficijent korelacije. Korelacijska matrica prikazana je u Tablici 2. Dobiveni rezultati djelomično su u skladu s *Hipotezom 1a*, prema kojoj postoji statistički značajna povezanost između *proaktivnosti* i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je značajna i veća između *proaktivnosti* i *usmjerenosti na postignuće* (r= ,47; p<,01), nego između *proaktivnosti* i *povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,21; p<,01), dok se povezanost između *proaktivnosti* i *prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti* nije pokazala statistički značajnom (r= ,12; p>,05). Kada promatramo dva faktora *proaktivnosti* zasebno, korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= -,09; p>,05) te *sklonost planiranju* i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (r= ,06; p>,05) nije se pokazala statistički značajnom. Međutim, dobivena je statistički značajna korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *usmjerenost na postignuće* (r= ,28; p<,01). Također su dobivene statistički značajne korelacije faktora *sklonost promjeni* sa sva tri faktora poduzetničkih skolonosti; *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= ,45; p<,01), *usmjerenost na postignuće* (r= ,61; p<,01) i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (r= ,40; p<,01).

Tablica 2. Korelacijska matrica svih varijabli korištenih u istraživanju

	Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	Usmjerenost na postignuće	Povjerenje u vlastite mogućnosti	Proaktivnost	Sklonost planiranju	Sklonost promjeni	Poduzetnička namjera
Upitnik poduzetničkih sklonosti UPS	,85**	,77**	,77**	,35**	,12	,68**	,32**
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost		,45**	,56**	,12	,09	,45**	,20**
Usmjerenost na postignuće			,34**	,47**	,28**	,61**	,38**
Povjerenje u vlastite mogućnosti				,21**	,06	,40**	,13*
Proaktivnost					,92**	,64**	,24**
Sklonost planiranju						,30**	,14**
Sklonost promjeni							,23**

** *p<,01*
* *p<,05*

Nadalje, u svrhu provjere *Hipoteze 1b*, korištena je regresijska analiza kako bi se ispitalo u kojoj mjeri varijable korištene u istraživanju predviđaju *poduzetničku namjeru*. Kriterijska varijabla bila je *poduzetnička namjera*, a prediktorske varijable tri faktora *poduzetničkih sklonosti* i dva faktora *proaktivnosti*. Rezultati regresijske analize (R=,423; R^2=,179; F(5, 218)= 9,48; p<,01) pokazali su da navedene varijable objašnjavaju 17,9 % varijance poduzetničke namjere. Značajnim prediktorima pokazao se samo faktor *usmjerenost na postignuće* (β= 0,33; p<,01). Na temelju dobivenih rezultata, prikazanih u Tablici 3., možemo zaključiti da je Hipoteza 1b djelomično potvrđena.

Tablica 3. Rezultati regresijske analize sa svim varijablama korištenim u istraživanju kao prediktorima poduzetničke namjere

Prediktori	B	β	t
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	-,01	-,10	-0,12
Usmjerenost na postignuće	,18	,33	4,04**
Povjerenje u vlastite mogućnosti	-,01	-,02	-0,29
Sklonost planiranju	,02	,03	0,42
Sklonost promjeni	,16	,13	1,53

*** p<,01; R= ,423; R^2=,179.*

LEGENDA:
B- nestandardizirani koeficijent u multiploj regresiji
β- standardizirani koeficijent u multiploj regresiji
t- vrijednost t-testa

Drugi problem istraživanja provjeren je univarijantnom analizom varijance uz primjenu Bonfferonijeve korekcije, gdje je nezavisna varijabla bila smjer obrazovanja (gimnazijski ili strukovni), a zavisne varijable dva faktora *proaktivnosti*, tri faktora *poduzetničkih sklonosti* te *poduzetnička namjera*. Najprije je opravdanost korištenja analize varijance provjerena Levenovim testom, koji je potvrdio homogenost varijanci.

Dobiveni su rezultati prikazani u Tablici 4. Suprotno očekivanjima, dobivena je statistički značajna razlika u jednom faktoru *proaktivnosti - sklonost planiranju* među učenicima različitih usmjerenja (F(1, 222)= 9,13, p<,05), uz veličinu učinka 8, 52% (η^2= ,852). Rezultati pokazuju da učenici gimnazije postižu veće rezultate (M=56,75; SD= 0,974), nego učenici srednjih strukovnih škola (M=52,74, SD= 0,899). Za faktor *sklonost promjeni* dobivena razlika nije statistički značajna (F(1, 222)= 0,51, p>,05) čime je djelomično potvrđena *Hipoteza 2a.*

Rezultati analize varijance, nadalje, pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika među učenicima različitih usmjerenja (gimnazija i strukove škole) niti za jedan faktor poduzetničkih sklonosti. *Hipoteza 2b*, dakle, nije potvrđena.

Utvrđena je statistički značajna razlika među učenicima različitih usmjerenja (F (1,222)= 15,09, p<,01) uz veličinu učinka 9,27% (η^2= ,927) s obzirom na *poduzetničku namjeru*. Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti da je *Hipoteza 2c* potvrđena, odnosno da učenici strukovnog usmjerenja (M= 18,90, SD= 0,547) imaju značajno razvijeniju poduzetničku namjeru u odnosu na učenike općeg usmjerenja (M= 15,77, SD= 0,593).

Tablica 4. Rezultati analize varijance provedene na rezultatima učenika različitih usmjerenja s obzirom na varijable korištene u istraživanju

Varijable	Srednja škola	M	F	p	η^2
Prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost	Gimnazija	78,69	0,35	,554	,091
	Strukovna škola	79,35			
Usmjerenost na postignuće	Gimnazija	100,89	0,31	,058	,085
	Strukovna škola	100,03			
Povjerenje u vlastite mogućnosti	Gimnazija	51,48	2,70	,110	,373
	Strukovna škola	53,77			
Sklonost planiranju	Gimnazija	56,75	9,13*	,003	,852
	Strukovna škola	52,74			
Sklonost promjeni	Gimnazija	36,93	0,57	,477	,109
	Strukovna škola	36,46			
Poduzetnička namjera	Gimnazija	15,77	15,09*	,001	,927
	Strukovna škola	18,90			

*$p<0,05$

LEGENDA:

Σ kvadrata- suma kvadrata

ss- stupnjevi slobode

F- rezultat F-omjera

η^2- parcijalni kvadrirani eta koeficijent

Rasprava

Poduzetništvo je tema koja je sve važnija u ekonomskom sustavu svih zemalja te zbog toga privlači pozornost istraživača iz različitih područja. Ovim se istraživanjem, s obzirom na to da su poduzetničke kompetencije uvrštene u Nacionalni okvirni kurikulum kao jedan od obrazovnih ciljeva, nastojala provjeriti razvijenost poduzetničkih sklonosti kod srednjoškolaca različitih usmjerenja. Budući da se u mnogim istraživanjima poduzetništva proaktivnost pokazala važnom karakteristikom poduzetnika, nastojalo se utvrditi u kojoj je mjeri ona izražena kod srednjoškolaca različitih usmjerenja te kakav je međusobni odnos poduzetničkih sklonosti i

proktivnosti. Također, nastojalo se utvrditi i predviđaju li i u kojoj mjeri navedene varijable poduzetničku namjeru.

Hipoteza 1a djelomično je potvrđena.

Povezanost je značajna i veća između *proaktivnosti* i *usmjerenosti na postignuće* (r= ,47; p<.01), nego između *proaktivnosti* i *povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,21; p<.01), dok se povezanost između *proaktivnosti* i *prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti* nije pokazala statistički značajnom (r= ,12; p>.05). Kad promatramo dva faktora *proaktivnosti* zasebno, korelacija između faktora *sklonost planiranju* i *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= -,09; p>,05) te *sklonosti planiranju* i *povjerenja u vlastite mogućnosti* (r= ,06; p>,05) nije se pokazala statistički značajnom. Međutim, najveća je korelacija dobivena između faktora *sklonost promjeni* i *usmjerenost na postignuće* (r= ,61; p<,01). Također su dobivene statistički značajne korelacije faktora *sklonost promjeni* sa druga dva faktora poduzetničkih skolonosti; *prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost* (r= ,45; p<,01), i *povjerenje u vlastite mogućnosti* (r= ,40; p<,01) te između faktora *sklonost planiranju* i *usmjerenost na postignuće* (r= ,28; p<,01)

Rezultati dobiveni u ovom istraživanju djelomično su u skladu s očekivanjima i prethodnim istraživanjima. U svom preglednom radu o proaktivnom ponašanju u organizacijama, Crant (2000) navodi istraživanja koja potvrđuju pozitivnu povezanost *proaktivnosti* i individualnog uspjeha u radu, uspješnosti u karijeri, vodstva, organizacijske inovativnosti, ekipnog postignuća i poduzetništva. U velikom broju istraživanja potvrđena je pozitivna povezanost proaktivne ličnosti i poduzetništva. Crant (1996) je ustanovio postojanje visoke pozitivne povezanosti između *proaktivnosti* i sklonosti pokretanju vlastitog biznisa. Becherer i Maurer (1999; prema Crant, 2000) su utvrdili povezanost proaktivne ličnosti i promjena u prodaji te asertivnog poduzetničkog stava i hrabrosti zauzimanja tržišne pozicije. Također su dobili da je *proaktivnost* više povezana s pokretanjem i otvaranjem vlastitog biznisa nego s kupovinom ili nasljeđivanjem nekih već postojećih poduzeća.

Također je, u okviru prvog problema, provjeren doprinos varijabli korištenih u istraživanju *poduzetničkim namjerama srednjoškolaca*. Pretpostavka je da bi korištene varijable, s obzirom na postojeće korelacije, mogle predviđati *poduzetničku namjeru* (*Hipoteza 1b)*. Rezultati regresijske analize (R=,423; R^2=,179; F(5, 218)=9,48; p<,01) pokazuju da navedene varijable objašnjavaju 17,9 % varijance *poduzetničke namjere*. Kada se pogleda doprinos pojedinačnih prediktorskih varijabli kriterijskoj varijabli, na temelju standardiziranih β vrijednosti vidljivo je da je jedini značajni prediktor *poduzetničke namjere* faktor *usmjerenost na postignuće* (β= 0,33; p<,01).

Dobiveni su rezultati u skladu s prethodnim istraživanjima; Okhomina (2010) je u svom istraživanju utvrdio kako su potreba za postignućem, internalni lokus kontrole i tolerancija na neizvjesnost značajni prediktori poduzetničke aktivnosti. Također, Yusof i sur. (2007) su u svome istraživanju kao značajne prediktore poduzetničke uključenosti dobili potrebu za postignućem, sklonost riziku i inovativnost te toleranciju na nejasnoće. McClelland (1961; prema Fini, Grimaldi, Marzocchi i Sobrero, 2009) navodi da pojedinci s visokom razinom potrebe za postignućem pokazuju veću spremnost za uključivanjem u poduzetničke aktivnosti.

Yusof i sur. (2007) navode kako od svih varijabli koje su značajni prediktori poduzetničke namjere, faktor *usmjerenosti na postignuće* ima najučestaliju povezanost s poduzetničkim namjerama (Shaver i Scott, 1991; McClelland, 1953, 1961; Cromie, 2000). Također, postoje brojni podatci u literaturi da na *poduzetničku namjeru* utječu sklonost preuzimanju rizika (Stewart and Roth, 2001; Weber, Blais i Betz, 2002; prema Fini i sur., 2009), tolerancija na neizvjesnost (Budner, 1982; prema Fini i sur., 2009), lokus kontrole (Evans i Leighton; 1989, Cromie i Johns, 1983; prema Fini i sur., 2009), samoefikasnost (Baum i sur., 2001; Zhao i sur., 2005; prema Fini i sur., 2009) i postavljanje ciljeva (Locke i Latham, 1990; prema Fini i sur., 2009). No, neki autori (Reynolds, 1997; prema Leon i Gorgievski, 2007) navode da, iako su pronađene povezanosti između pojedinih varijabli i poduzetništva, predviđanje kriterija pomoću različitih prediktora ima svoja ograničenja.

Crant (1996) je proveo istraživanje na studentima te ustanovio da *proaktivnost* objašnjava značajan dio varijance *poduzetničke namjere* (R^2=,17, p<,01). Međutim, u tom istraživanju kontrolirani su utjecaji spola, obrazovanja i roditeljskih faktora (roditelj koji je uključen u poduzetničku aktivnost). Luca i Cazan (2011) su u svome istraživanju ustanovili da *proaktivnost* nije značajno povezana s *poduzetničkom namjerom*. Autori su to nastojali objasniti time što je istraživanje provedeno na studentima, koji imaju jako malo ili nimalo iskustva u poduzetništvu. Općenito, većina je istraživanja o poduzetništvu provedena ili na studentima ili na samim poduzetnicima/ nepoduzetnicima, što otežava usporedbu rezultata dobivenih u ovome istraživanju s postojećima, uzimajući u obzir dob, sklonosti i iskustva ovih različitih skupina.

Što se tiče drugoga problema postavljenog u ovome istraživanju, suprotno očekivanjima, dobivena je statistički značajna razlika u faktoru *proaktivnosti - sklonost planiranju* među učenicima različitih usmjerenja (F(1, 222)= 9,13, p<,05), uz veličinu učinka 8, 52% (η^2= ,852). Za faktor *sklonost promjeni* dobivena razlika nije statistički značajna (F(1, 222)= 0,51, p>,05) čime je *Hipoteza 2a* djelomično potvrđena. Rezultati pokazuju da učenici gimnazije postižu veće rezultate u faktoru *sklonost planiranju* (M= 56,75; SD= 0,974), nego učenici srednjih strukovnih škola (M=52,74, SD= 0,899). U nedostatku alternativnih dokaza, postavljena je nul hipoteza

prema kojoj ne postoji razlika u *proaktivnosti* među učenicima različitih srednjih škola, no dobiveni rezultati nisu sasvim u skladu s očekivanjima.

Pretpostavka je bila da ne postoji statistički značajna razlika u proaktivnosti između učenika gimnazijskog i strukovnog usmjerenja jer se i jedni i drugi tijekom školovanja suočavaju sa sličnim situacijama. U tom kontekstu proaktivnost se ne mora promatrati samo kao poduzetnička osobina. Neka istraživanja navode proaktivno ponašanje kao jedan od načina suočavanja sa stresom (Rajčević, 2003). S obzirom na stresne situacije učenja i školovanja, moguće je razviti proaktivnost kao pomoć u suočavanju s izazovima koji se javljaju tijekom školovanja te studiranja.

Proaktivno suočavanje ne osniva se na negativnim procjenama, poput gubitka, štete ili prijetnje. Ono se može promatrati kao napor uložen u izgradnju općih resursa za suočavanje koji olakšavaju put osobe prema izazovnim ciljevima i razvoju svih svojih potencijala. Schwarzer i Taubert (2002; prema Rajčević, 2003) pretpostavljaju da proaktivno suočavanje postaje upravljanje ciljevima umjesto upravljanja rizikom. Prednosti proaktivnog suočavanja su što ono može smanjiti stupanj doživljenog stresa te potaknuti osobu na rješavanje za nju nepovoljne situacije. Vještine povezane s ovim ponašanjem uključuju: planiranje, postavljanje ciljeva, organizaciju i mentalnu simulaciju, te su svakako korisne tijekom procesa škoolovanja studiranja (Aspinwall i Taylor, 1997; prema Rajčević, 2003). S obzirom da je ovo istraživanje provedeno na učenicima 4. razreda srednjih škola, koji ubrzo većinom postaju studenti, ovakve je nalaze moguće primijeniti za tumačenje jednog dijela dobivenih rezultata. Faktor *sklonost planiranju* sadrži čestice koje se odnose na planiranje, organizaciju i anticipiranje budućih aktivnosti i događaja (Zarevski, 2002) što se pokazalo razvijenijim kod gimnazijalaca. Moguće je da su se učenici gimnazija tijekom svoga školovanja više poticani na planiranje rasporeda učenja i drugih školskih aktivnosti te da se suočavaju s više obaveza nego učenici strukovnih škola, zbog čega su rezultati pokazali da postoji razlika u ovome faktoru.

Rezultati analize varijance, nadalje, pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika među učenicima različitih usmjerenja (gimnazija i strukovne škole) niti za jedan faktor poduzetničkih sklonosti. *Hipoteza 2b*, dakle, nije potvrđena.

Postoji nekoliko načina na koje možemo objasniti dobivene rezultate. Postojanje razlika u poduzetničkim sklonostima s obzirom na učeničko usmjerenje očekivalo se na temelju prethodnog istraživanja *Upitnika poduzetničkih sklonosti* UPS, koji je prvi ovakav upitnik na hrvatskom jeziku (Miljković, 2006). U navedenom istraživanju, u kojem je upitnik i konstruiran, ustanovljeno je da UPS uspješno razlikuje skupinu poduzetnika od skupine nepoduzetnika. Međutim, to je istraživanje rađeno na prigodnom uzorku poduzetnika, s određenim stažom i

iskustvom, za razliku od ovoga istraživanja, gdje je riječ o učenicima srednjih škola koji još uvijek nemaju poduzetničkog iskustva, a možda niti jasno izražene radne preferencije, te je moguće da je to jedan od razloga zašto u ovom istraživanju UPS nije u potpunosti uspješno diferencirao sudionike. Također, razlika u poduzetničkim sklonostima očekivala se na temelju ishoda obrazovanja u pojedinim školama: pretpostavlja se da će gimnazijalci nastaviti školovanje na fakultetima te se tada usmjeriti u područje koje ih zanima, dok će velik broj učenika srednjih strukovnih škola svoje obrazovanje završiti srednjom školom te započeti raditi. Gimnazijalci se, moguće, još uvijek „traže“ u odnosu na učenike strukovnih škola, koji škole koje ih obrazuju za određena zanimanja uglavnom upisuju jer već imaju određenu ideju što žele raditi u životu, ili imaju roditelje (poduzetnike) u pojedinim zanimanjima pa ih planiraju naslijediti.

Nadalje, učenici srednjih strukovnih škola u nastavnim planovima i programima imaju predmete Poduzetništva, za razliku od gimnazijalaca koji ih nemaju.

Pojedini autori (Chamard, 1989; Singh, 1990; prema Gorman, Hanlon i King, 1994) navode kako tradicionalni obrazovni sustav nije previše okrenut poticanju i razvoju poduzetništva te kako se u nekim slučajevima osobine poželjne za poduzetnika čak i suzbijaju. Iz tih se razloga, ukoliko se žele obrazovati poduzetnici i razvijati svijest o poduzetništvu, neke stvari u obrazovnom sustavu moraju mijenjati. Fillon (1994; prema Gorman, Hanlon i King, 1994) govori kako je srednja škola najbolje vrijeme za prepoznavanje i razvijanje potencijalnih poduzetnika.

U pojedinim se osnovnim školama uči o osnovama poduzetništva, a srednjoškolcima se nude izborni predmeti poput pisanja poslovnog plana, analize konkurencije, nastupa na domaćem i inozemnom tržištu, prepoznavanja prilika i prijetnji itd. (Miljković, 2010). Također, istraživanja potvrđuju i da rane interakcije unutar školskog i radnog okružja igraju vitalnu ulogu u oblikovanju pojedinčevih dugoročnih karijernih interesa, osobnih vrijednosti, te radnih vještina i sposobnosti (Feldman, 2002; prema Miljković, 2010). Učenike treba uključiti u poduzetničke projekte, podučiti ih relevantnim znanjima, informirati o praktičnim aspektima (npr. o programima podrške poduzetništvu ili o procedurama otvaranja firme), itd. Iz ovakvih nalaza proizlazi zaključak da obrazovni sustav treba omogućiti učenicima direktan kontakt s poduzetništvom (Miljković, 2010).

Nadalje, tri faktora koja su korištena u ovome istraživanju (*prihvaćanje rizika i nekonvencionalnost*, *usmjerenost na postignuće* i *povjerenje u vlastite mogućnosti*) u navedenom su istraživanju dobivena postupkom faktorske analize (Miljković, 2006). „Nečisti“ faktori upućuju na manjkavosti u procesu konstrukcije upitnika, odnosno na loš izbor pojedinih tvrdnji. Čini se da se to najviše odnosi na tvrdnje iz skala kreativnost i potreba za neovisnošću, koje su se

rasporedile na sva tri faktora, dok su se tvrdnje sa skale samopouzdanje rasporedile na dva faktora. Navedeno se smatra propustom pri konstrukciji ovoga upitnika (Miljković, 2006). Moguće je da sama konstrukcija upitnika i raspoređivanje pojedinih tvrdnji predstavlja jedan od razloga što rezultati ovog istraživanja nisu u skladu s očekivanjima.

Isto tako, moguće je da bi uključivši u istraživanje neke druge dispozicije dobili veće i značajnije razlike. Skale na kojima se upitnik teoretski temelji preuzete su iz Testa općih poduzetničkih sklonosti (General Enterprising Tendency Test, Caird, 1988) i Kohova upitnika (Koh, 1996) (prema Miljković, 2008). To su: potreba za postignućem, potreba za neovisnošću, inovativnost, spremnost na preuzimanje rizika, lokus kontrole, samopouzdanje, tolerancija na neizvjesnost. Na temelju faktorske analize naknadno je odabrano spomenuta tri faktora. Uključivši neke od navedenih sedam faktora moguće je da bi dobili značajne razlike između gimnazijalaca i učenika srednjih strukovnih škola. Moguće je da navedene osobine imaju značajniju ulogu u diferenciranju poduzetnika od nepoduzetnika, iako to možda ne bi bilo vidljivo kod ovoga uzorka. O tome svakako treba voditi računa u budućim istraživanjima.

Jedan od nedostataka ovoga istraživanja je što u obzir nisu uzete demografske varijable i obiteljski čimbenici koji su mogli utjecati na rezultate. Keat, Selvarajah i Meyer (2011) navode da u istraživanjima sklonosti poduzetništvu treba voditi računa o demografskim varijablama i obiteljskim čimbenicima kao što su: dob, spol, etničko porijeklo, religija, redoslijed rođenja, mjesto stanovanja (grad/selo), radno iskustvo, uključenost članova obitelji u poduzetničke aktivnosti i poslovni utjecaji. Također, nije bilo kontrole koji od sudionika nastavljaju školovanje na fakultetima, a koji sa završetkom srednje škole završavaju svoje školovanje i izlaze na tržište rada. Bilo bi korisno ponoviti istraživanje uz kontrolu spomenutih varijabli.

Treba napomenuti i da je u ovom istraživanju korišten novi instrument, tek nedavno konstruiran te nikad prije nije korišten na uzorku učenika srednjih škola. Iako istraživanjem nismo dobili značajne razlike u poduzetničkim sklonostima među učenicima različitih srednjih škola, ono svakako pruža korisne informacije o ispitivanju tih varijabli na ovoj populaciji te o varijablama koje bi se ubuduće trebale uzeti u obzir.

S obzirom na manjak sličnih istraživanja, preporuka je da se provede detaljnije i opsežnije istraživanje koje bi moglo dati više informacija. Ono što bi svakako bilo korisno u budućim istraživanjima jest uključiti još više učenika različitih srednjih škola s različitom zastupljenosti poduzetništva u nastavnom planu i programu. Također, bilo bi dobro uključiti sudionike širom Hrvatske te ispitati što je moguće veći uzorak, kako bi se provjerilo kakvi će se rezultati u tom slučaju dobiti. Ipak, najvažnije spoznaje dobili bismo tek kroz dobro osmišljena longitudinalna istraživanja koja bi omogućila jasniji uvid u vezu između različitih korelata

poduzetničkog ponašanja (Miljković, 2006). Na temelju takvih longitudinalnih istraživanja bi mogli bolje utvrditi različite čimbenike koji su povezani s poduzetničkim ponašanjem. Bilo bi zanimljivo pratiti buduće obrazovanje i usmjerenje ovih sudionika i napraviti usporedbu s obzirom na njihove odgovore u ovom istraživanju.

Međutim, najefikasnije od svega bi bilo usporediti rezultate na UPS-u s kasnijim poduzetničkim ponašanjem. Tako bi mogli provjeriti da li rezultat na UPS-u predviđa uspješno bavljenje poduzetništvom (Miljković, 2006).

Što se tiče *Hipoteze 2c* koja se odnosi na *poduzetničku namjeru*, utvrđena je statistički značajna razlika među učenicima različitih srednjih škola (F (1,222)= 15,09; p<,01), uz veličinu učinka 9,27% (η^2= ,927), čime je hipoteza potvrđena. Rezultati su pokazali da učenici strukovnog usmjerenja (M= 18,90, SD= 0,547) imaju značajno razvijeniju poduzetničku namjeru u odnosu na sudionike općeg usmjerenja (M= 15,77, SD= 0,593). Dobiveni rezultati u skladu su s očekivanjima i mogu imati brojne praktične implikacije, s obzirom da se namjere smatraju bitnim preduvjetom poduzetničke aktivnosti. Za razliku od rezultata na UPS, gdje nije dobivena statistički značajna razlika između učenika različitih srednjih škola, za poduzetničku namjeru je dobivena statistički značajna razlika. Moguće objašnjenje leži u tome da su neki od učenika unaprijed odabrali srednju školu stručnog usmjerenja zbog postojanja obiteljskog obrta, roditelja kao uzora te mogućnosti zapošljavanja u obitelji.

Rezultati ovakvoga istraživanja i dobiveni zaključci mogu se primijeniti u različitim područjima. Upitnik poduzetničkih sklonosti (UPS) može poslužiti kao pomoćno sredstvo za profesionalnu orijentaciju. Također, UPS može imati ulogu edukacijskog pomagala, odnosno kroz njegovo popunjavanje sudionicima se može ukazati na osobine koje se dovode u vezu s poduzetništvom (Miljković, 2006). Poznavanje psiholoških karakteristika povezanih s poduzetničkim sklonostima značajno je pri pokretanju programa za razvijanje i poticanje tih faktora kako bi se osnažilo poduzetništvo. To može biti od velike praktične važnosti, s obzirom na rastuću važnost poduzetništva i njegov doprinos ekonomiji neke zemlje. Rezultati se mogu koristiti kao pomoć u odabiru karijere. Poznavajući svoje poduzetničke sklonosti, učenici mogu donijeti bolje informirane odluke o karijeri. Također, rezultati se mogu upotrijebiti za procjenu polaznika poduzetničkih programa. Institucije koje pružaju poduzetničke programe mogu napraviti bolju selekciju polaznika tih programa. Nalazi istraživanja mogu doprinijeti formiranju programa i sadržaja u obrazovanju poduzetnika, počevši od osnovnoškolskog programa, što je u skladu s Nacionalnim okvirnim kurikulumom i razvojem temeljnih kompetencija.

Zaključak

Cilj ovoga istraživanja bio je ispitati povezanost između proaktivnosti i poduzetničkih sklonosti kod učenika srednjih škola, kao i doprinos navedenih varijabli poduzetničkim namjerama srednjoškolaca te provjeriti postojanje razlika u korištenim varijablama između učenika gimnazijskog i strukovnog usmjerenja. Utvrđeno je postojanje statistički značajne povezanosti između proaktivnosti i tri faktora poduzetničkih sklonosti. Povezanost je značajna i veća između proaktivnosti i usmjerenosti na postignuće, nego između proaktivnosti i povjerenja u vlastite mogućnosti, dok se povezanost između proaktivnosti i prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti nije pokazala statistički značajnom.

Značajnim prediktorom poduzetničke namjere pokazala se varijabla usmjerenost na postignuće. Očekivano je da među učenicima različitih usmjerenja ne postoji statistički značajna razlika u faktoru proaktivnosti, što je samo djelomično potvrđeno. Rezultati su pokazali da ne postoji statistički značajna razlika niti u jednom faktoru poduzetničkih sklonosti među učenicima različitih usmjerenja, što je suprotno očekivanjima. Nadalje, utvrđeno je postojanje statistički značajne razlike s obzirom na poduzetničku namjeru među učenicima različitih usmjerenja; učenici strukovnih škola imaju razvijeniju poduzetničku namjeru u odnosu na gimnazijalce.

Rezultati dobiveni u ovome istraživanju imaju značajne teorijske i praktične implikacije. Budući da je ovo jedno od prvih istraživanja na ovu temu provedenih na srednjoškolskoj populaciji, potrebno je provesti daljnja istraživanja uzimajući u obzir nedostatke ovoga.

Literatura

Aghazamani, A. & Roozikhah, E. (2010). Entrepreneurial Characteristics among University Students: A Comparative Study between Iranian and Swedish University Students. *European Journal of Social Sciences, 18*(2), 304-310.

Bateman, T. S. i Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, *14*, 103-118.

Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, *23*, 509-520.

Buljubašić Kuzmanović, V. (2012). Kultura škole i odgoj za poduzetništvo. *Pedagogija i kultura*. (122-133). Hrvatsko pedagogijsko društvo: Zagreb.

Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality*. London: The Psychology Press/Routledge.

Cingula, M. i Veselica, R. (2008). Edukacija stručnjaka za poduzetništvo. *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu: zbornik radova*, 1, 57-65.

Crant, M. J. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, *26* (3), 435-462.

Crant, J.M. (1996). The Proactive personality scale as a predictor of Entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management, 34*(3), 42-50.

Fini, R.,Grimaldi, R., Marzocchi, G.L., Sobrero, M.(2009). *The foundation of entrepreneurial intention*. Paper presented at the Summer conference, Copenhagen. http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=5955&cf=32 [Accessed 4-06-2013].

Gorman, G., Hanlon, D., King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. International Small Business Journal. 3 (15). 56-88

Keat, O.Y., Selvarajah, C., Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science, 2*(4), 206-220.

Koh, H.C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, *11* (3), 12-25.

Kolesarić, V. (2006). *Analiza varijance u psihologijskim istraživanjima.* Osijek: Filozofski fakultet Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.

Lee, L. Wong, P.,W., Foo, M., D., Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors, *Journal of Business Venturing*, *26* (1), 124-136.

Leon, J.A., Gorgievski, M. (ur). (2007). *Psychology of Enterpreneurship*. Universidad Nacional de Education a Distancia. Madrid

Liñán, F., Chen,Y. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. *Document de Treball Universitat Autònoma de Barcelona: Departament d'Economia de l'Empresa, 6 (7), 1-28.*

Luca, M.R. i Cazan, A.M. (2011). Involment in entrepreneurial training and personality. *Procedia-Social and behavioral sciences, 30*, 1251-1256.

Miljković, I. (2010). Razvoj poduzetničkih kompetencija u sustavu cjeloživotnog obrazovanja. *Napredak, 151* (3-4), 417-432

Miljković, I. (2008). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psihologijske teme, 17* (1), 57-73.

Miljković, I. (2006). *Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti*. Zagreb: Filozofski fakultet.

Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj, opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje (2010). Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, Republika Hrvatska.

Pavić, Ž. (2008). Poduzetništvo mladih i „nova ekonomija“. Ekonomski vjesnik. 1-2. 85-93

Pivac, J. (2009). *Izazovi školi*. Zagreb. Školska knjiga.

Podrug, N., Prester, J., Filipović, D. (2010). Uloga menadžmenta u razvoju proaktivnosti zaposlenika velikih hrvatskih poduzeća. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 8* (2), 7-21.

Posavec, M. (2011). Odgoj za poduzetništvo u primarnom obrazovanju. Tafra, V., Tafra, I. (ur). *Učenje za poduzetništvo*. Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo (225-238). Zagreb.

Rajčević, A. (2003). *Prilog ispitivanju nekih odrednica i ishoda proaktivnog suočavanja*. Diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Rasheed, H. S. (2003). Developing Entrepreneurial Characteristics in Youth: The Effects of Education and Enterprise Experience. International Journal of Entrepreneurship Education. *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*.

Singer S., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Šarlija, N., Oberman, S. (2003.), *Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom - rezultati GEM 2002 za Hrvatsku*, CEPOR, Zagreb.

Škrtić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija.

Tafra, V. (2011). Nacionalna strategija učenja za poduzetništvo. Tafra, V., Tafra, I. (ur). *Učenje za poduzetništvo*. Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo (17-33). Zagreb

Wawoe, K. W. (2010). Proactive Personality - The Advantages and Disadvantages of an Enterpreneurial Disposition in the Financial Industry. Doctoral disertation.

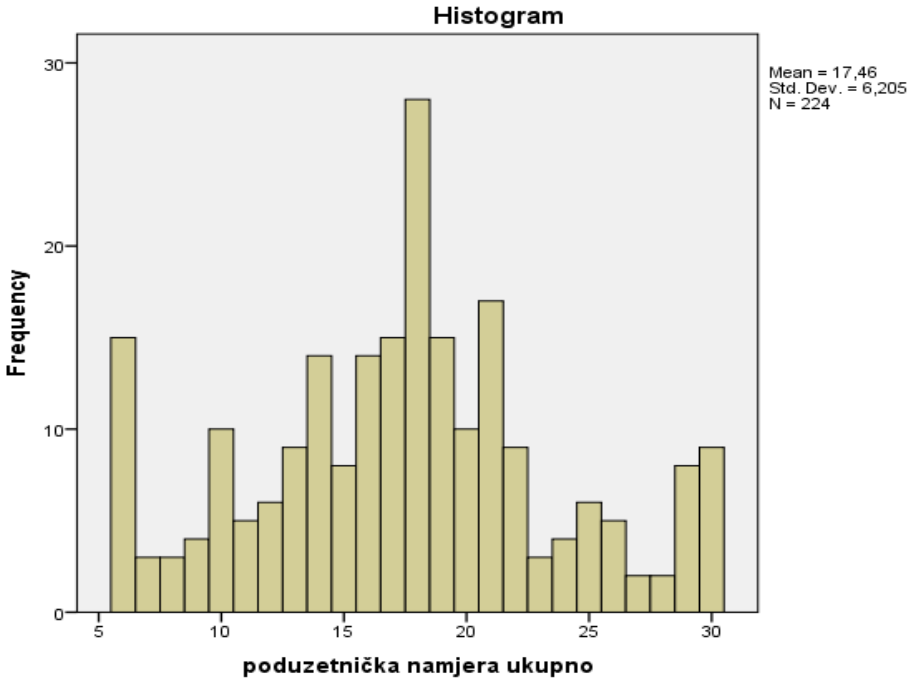
Zarevski, P., Sladić, I., Vranić, A. (2001). Proaktivnost- predstavljanje i evaluacija konstrukta. *Suvremena psihologija*, *1* (4), 73-92

Zarevski, P., Marušić, A., Vranić (2002). Proaktivnost i lokus kontrole u menadžera. *Društvena istraživanja*, 11, 659-680.

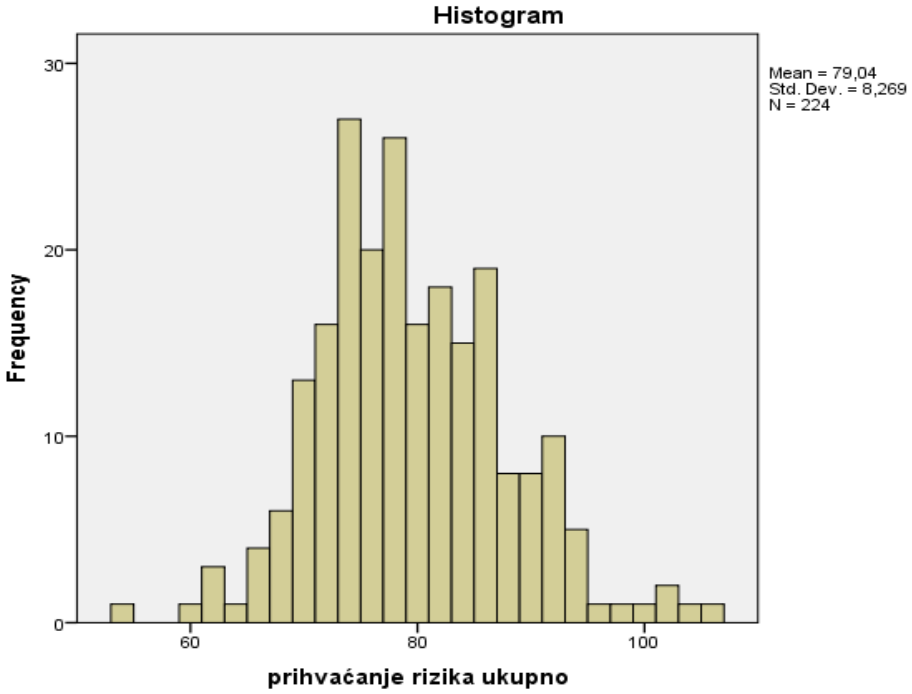
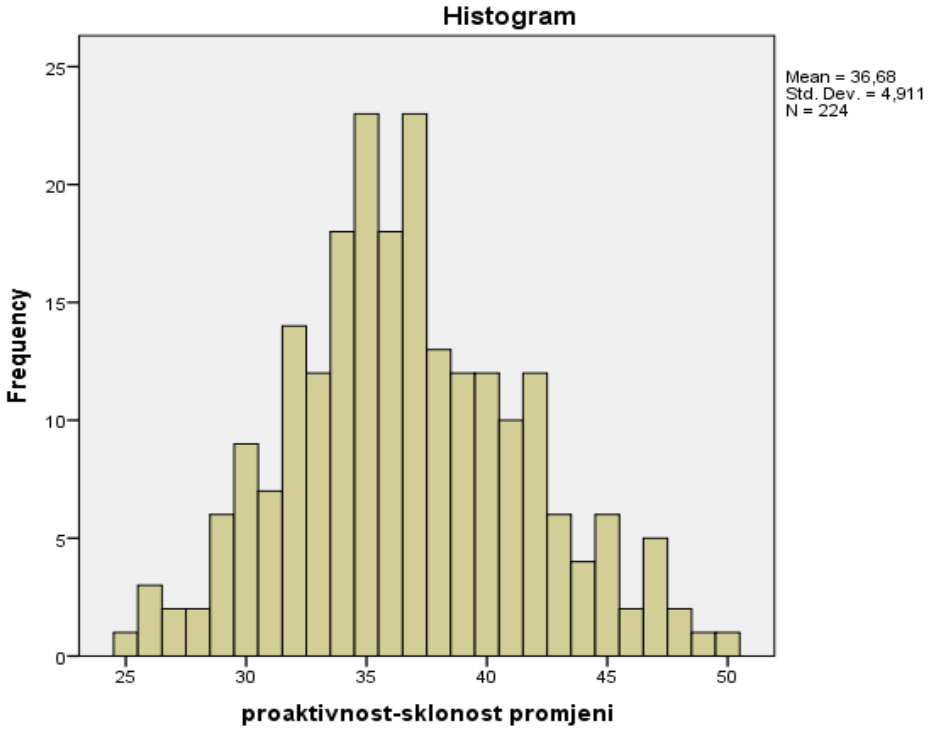
Zain, Z. M., Akram, A.M., Ghani, E.K. (2010). Entrepreneurship Intention Among Malaysian Business Students. *Canadian social science*, *6* (3), 34-44.

Yusof, M., Sandhu, M.S., Jain, K.K. (2007). Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: a case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar). *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, *3* (2).

Prilog 1. Distribucija rezultata mjere poduzetničke namjere



Prilog 2. Distribucija rezultata mjere prihvaćanja rizika i nekonvencionalnosti



Prilog 3. Distribucija rezultata mjere faktora proaktivnosti- sklonosti promjeni