

Dr. sc. Ljerka Sedlan Kónig
Sveučilište J. J. Strossmayera
Ekonomski fakultet u Osijeku
Gajev trg 7, 31000 Osijek
tel:+38531224426; fax:+38531211604

UDK 331.522:159.92
Izvorni znanstveni članak

PODUZETNIČKA KOMPETENCIJA KAO IZVOR KONKURENTNOSTI STUDENATA NA TRŽIŠTU RADA

SAŽETAK

Zemlje Europske unije kao i zemlje kandidati za članstvo, definirale su razvijanje poduzetničke kompetencije svojih građana kao prioritetni zadatak te je to postalo područje rastućeg zanimanja stručnjaka u obrazovanju. U prigodi skorog ulaska u EU i u Hrvatskoj se čine naponi za poticanje razvijanja poduzetničke kompetencije kao ključnog čimbenika promicanja gospodarskog rasta i konkurentnosti. Poduzetnička kompetencija osim što potiče rast novih poduzeća, utječe na razvoj poduzetničkog načina razmišljanja i učinkovitije korištenje kreativnog potencijala postojećih znanja i vještina. Zbog toga je zanimanje za obrazovne programe koji potiču i razvijaju poduzetničku kompetenciju sve veće.

U cilju određivanja važnost poduzetničke kompetencije kao i utvrđivanja čimbenika koji utječu na njeno usvajanje, provedeno je empirijsko istraživanje korištenjem strukturiranog upitnika na prigodnom uzorku od 324 studenta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Osim deskriptivne, univarijantne statističke obrade podataka, korištena je bivarijantna analiza te multivarijantna statistička obrada podataka. Rezultati istraživanja potvrđuju da veća razina razvijenosti poduzetničke kompetencije povećava sklonost poduzetničkom ponašanju i vjerojatnost započinjanja vlastita posla. Sukladno rezultatima istraživanja, studenti koji sudjeluju u izvannastavnim aktivnostima, kao i oni koji dolaze iz poduzetničkih obitelji, pokazuju višu razinu razvijenosti poduzetničke kompetencije. Istraživanje također potvrđuje da poučavanje na fakultetima ne pridonosi značajno razvijanju poduzetničke kompetencije te da izvannastavne aktivnosti imaju znatno važniju ulogu u tome.

Poduzetnička kompetencija je ključ veće konkurentnosti pojedinca, osobnog razvoja i sukladno tome, održive zapošljivosti studenata jer ona pomaže u stvaranju, prepoznavanju i iskorištavanju prilika, uvođenju promjena i nošenju sa sve većim razinama neizvjesnosti i složenosti u okruženju. Poduzetnička kompetencija olakšava inoviranje, opstanak i rast u dinamičnom i neizvjesnom okruženju i pomaže studentima razviti novu svijest o sebi kao stručnjacima. Svijest o novom identitetu osnažuje percepciju učinkovitosti, izaziva poštovanje i priznanje okoline te predstavlja ključni čimbenik u upravljanju životom i karijerom studenata.

Ključne riječi: poduzetnička kompetencija, konkurentnost, studenti, izvannastavne aktivnosti

1. Uvod

Poduzetnička kompetencija osim što potiče rast novih poduzeća, utječe na razvoj poduzetničkog načina razmišljanja i učinkovitije korištenje kreativnog potencijala i postojećih znanja i vještina. Zemlje Europske unije kao i zemlje kandidati za članstvo, definirale su razvijanje poduzetničke kompetencije svojih građana kao prioritetni zadatak, a Europska je komisija u svom dokumentu European Key Competence Framework (2006) uključila inovativnost i poduzetništvo među ključne životne kompetencije koje treba razvijati na svim stupnjevima obrazovanja. U Hrvatskoj se sve češće čuju komentari da obrazovni sustav ne priprema hrvatske građane za izazove društva utemeljenog na znanju. U isto vrijeme, poslodavci u Republici Hrvatskoj kao glavni problem hrvatske obrazovne politike navode manjak zaposlenika sa stručnim i poduzetničkim vještinama, a ističu i nespremnost diplomiranih studenata za timski rad, projektni pristup, procjenu rizika i daljnje učenje (Nacionalno vijeće za konkurentnost, 2004). Autori Bejaković (2004), Singer i suradnici (2006) i drugi naglašavaju da je glavni razlog nekonkurentnosti radne snage u Hrvatskoj neposjedovanje poduzetničkih kompetencija u nepoduzetničkom okruženju. Sukladno tome, visokoškolske obrazovne ustanove trebale bi stvoriti dodatnu vrijednost za svoje studente i osigurati njihovu konkurentnost kroz razvijanje i unaprjeđivanje njihove poduzetničke kompetencije.

Kada se govori o konkurentnosti gospodarstva, konkurentnost radne snage zauzima posebnu pažnju. Najvažniji čimbenici konkurentnosti radne snage uključuju obrazovnu strukturu i kompatibilnost ponude i potražnje radne snage s obzirom na znanje, stručnost, sposobnosti i troškove rada (Bejaković, 2004). Obrazovaniji zaposlenici lakše prihvaćaju nove tehnologije i brže razvijaju svoje vlastite te su spremniji za moderna tehnološka i organizacijska rješenja. Kao posljedica toga, povećava se atraktivnost zemlje za strana ulaganja. Prethodna istraživanja (Bassanini i sur., 2000) jasno pokazuju da obrazovanje, istraživanje i razvoj postaju sve značajniji, osobito u uvjetima globalne ekonomije zasnovane na znanju. Značaj visokoškolskog obrazovanja je posebno velik jer ono direktno utječe na produktivnost i konkurentnost gospodarstva kao i na poboljšanje općeg životnog standarda (Bejaković, 2004). No, značaj visokog obrazovanja ne bi se smio neopravdano preuveličavati jer ljudski kapital

predstavlja značajnu komponentu konkurentnosti i ekonomskog razvoja, ali nije jamac razvoja. Potvrđeno je da u uvjetima brzog tehnološkog razvoja, sveučilišne diplome više nisu jamac ekonomskog uspjeha pojedinca niti društva u cjelini.

Čest je prigovor poslodavaca da je radna snaga nedovoljno ili neadekvatno obrazovana, odnosno da studenti koji završavaju fakultete ne posjeduju znanja i vještine neophodne za uspješno natjecanje na tržištu rada. Danas stručnost nije dovoljna, zaposlenici moraju znati stvarati, analizirati i transformirati informacije, učinkovito komunicirati te organizirati i koordinirati poslovne aktivnosti. Kvalitete koje su na cijeni su komunikacijske vještine, poznavanje rada na računalu kao i spremnost za daljnje usavršavanje (Bejaković, 2004), uočavanje i iskorištavanje prilika, nošenje s neizvjesnošću i sposobnost snalaženja u promjenjivom okruženju. Čak i primjereno obrazovana radna snaga može biti nedovoljno iskorištena i nedovoljno konkurentna zbog neposjedovanja zadovoljavajuće razine inovativnosti i poduzetnosti.

Pojmovi kompetencija i konkurentnost često se brkaju. Može se čuti kako pojedinac ne posjeduje kompetencije (iako je stekao kvalifikaciju magistra ekonomije). U ovome slučaju predlaže se korištenje prikladnijeg termina „konkurentnost“, što može biti oznaka prostorne, vremenske i druge potrebe za konkretnom kvalifikacijom (Hrvatski kvalifikacijski okvir, 2009).

Sustav visokoškolskog obrazovanja je neučinkovit i neusklađen s potrebama gospodarstva. Programi u visokom obrazovanju u zemljama Centralne i Istočne Europe više su usmjereni k zapamćivanju sadržaja, nego k analitičkom i kritičnom razmišljanju i dedukciji. Na radnom mjestu, s druge strane, cijeni se sposobnost pronalaženja i iskorištavanja informacija i prilika, pronalaženje rješenja problema, stvaranje pretpostavki i procjena dokaza (Bejaković, 2004).

Ono što ugrožava konkurentnost studenata hrvatskih sveučilišta je nedostatak naglaska na razvijanju analitičkih vještina i sposobnosti rješavanja problema, slabe veze između obrazovnih institucija i poslovnog svijeta i malobrojnost programa cjeloživotnog obrazovanja. Zahtjev da sveučilišni programi budu prilagođeni potrebama gospodarstva treba stalno naglašavati.

Kategorije	Elementi
Kognitivna	Sposobnost analiziranja i razumijevanja velikih količina informacija Sposobnost korištenja poduzetničkih zapisa, mapa i nacrt Sposobnost preuzimanja kalkularanog rizika Kreativnost, inovativnost i vizija Efektivacija ¹ u uvjetima neizvjesnosti Percepcija prilika i rizika Poduzetnička budnost Intuicija Korištenje vještina obje polutke mozga
Afektivna	Samopouzdanje Interni locus kontrole Samostalnost Entuzijazam i upornost Marljivost i želja za uspjehom Nošenje s neuspjehom Sposobnost pozitivnog razmišljanja Pozitivan stav prema promjenama Sposobnost poticanja promjena Visoka tolerancija prema neizvjesnosti
Bihevioralna	Motiviranost postignućem Preuzimanje inicijative Spremnost na djelovanje Izgradnja i vođenje timova Sposobnost preuzimanja odgovornosti i vođenje Sposobnost uvjeravanja i pregovaranja Upravljanje konfliktima Asertivnost Sposobnost pronalaženja, upravljanja i kontrole resursa Sposobnost uspostavljanja i njegovanja kontakata

Tablica 1: Kategorije poduzetničke kompetencije
Izvor: prema Misra i Kumar (2000), Collins, Smith i Hannon (2006), European Key Competence Framework, 2006 i Metodi Behavioural Event Intervju (BEI).

U ovom se radu na početku definira pojam poduzetničke kompetencije. Zatim se govori o mogućnostima razvijanja poduzetničke kompetencije u visokoškolskom obrazovanju. U nastavku je predstavljeno empirijsko istraživanje provedeno u cilju određivanja uloge poduzetničke kompetencije za konkurentnost studenta kao i utvrđivanja čimbenika koji utječu na njezino usvajanje. Nakon toga slijedi rasprava o rezultatima, a u zaključku su dane preporuke za povećanje konkurentnosti hrvatskih studenata na tržištu rada.

¹ Sarasvathy (2008) efektivaciju definira kao način donošenja odluka u uvjetima neizvjesnosti koji se sastoji od niza strategija koje naglašavaju sredstva a ne ciljeve, i kontrolu a ne predviđanje.

2. Poduzetnička kompetencija

Uzimajući u obzir ključne poduzetničke atribute i vještine, poduzetničku kompetenciju se može definirati kao kombinaciju znanja, vještina, stavova i sposobnosti za stvaranje i otkrivanje prilika u okruženju i unošenje promjena te usmjeravanje ponašanja k uspješnom rješavanju zadatka stvaranja i upravljanja organizacijom kojoj je cilj iskorištavanje tih prilika i nošenje s većom razinom neizvjesnosti i složenosti u okruženju punom izazova (Sedlan-König, 2012). Jedan od načina svrstavanja elemenata poduzetničke kompetencije je u tri kategorije: kognitivnu, afektivnu i bihevioralnu (Tablica 1.).

Kognitivna kategorija poduzetničke kompetencije odnosi se na učinkovito upravljanje razmišljanjem, uvjerenjima i očekivanjima. Afektivna kategorija poduzetničke kompetencije odnosi se na upravljanje emocijama i stavovima, dok bihevioralna kate-

gorija podrazumijeva upravljanje namjerama i orijentiranost akciji.

3. Razvijanje poduzetničke kompetencije u visokom obrazovanju

Osobe koje posjeduju poduzetničku kompetenciju obrađuju, pohranjuju, dohvaćaju i koriste informacije iz okruženja bolje od osoba kojima ta kompetencija nedostaje te su sklonije započinjanju poduzetničkog ponašanja. Za zaključiti je da će to pozitivno utjecati na povećanje konkurentnosti studenata na tržištu rada. Iako prevladava mišljenje da se poduzetne osobe rađaju, na osnovi pregleda saznanja iz prethodnih istraživanja (Sedlan-Kőnig, 2012) može se zaključiti da se u visokoškolskom obrazovanju poduzetnička kompetencija može razvijati.

U ishode visokoškolskog obrazovanja potrebno je uključiti razvijanje poduzetničke kompetencije jer ona utječe na razvijanje poduzetničkih namjera i ponašanje te povećava konkurentnost studenta.

Dominantni modeli razvijanja kompetencija (npr. Dreyfus i Dreyfus, 1986; Benner, 2004) naglašavaju da se kompetencije razvijaju tijekom formalnog obrazovanja i profesionalne djelatnosti kroz niz stupnjeva, pri čemu se očekuje da se prvo usvoje osnovna znanja i vještine, a nakon toga ona naprednija. Dreyfusov model naglašava ovisnost profesionalnih kompetencija o kontekstu te ističe da dekontekstualizirano znanje i vještine nisu dovoljni za razvijanje naprednih stupnjeva kompetencije. Kako poslovi stručnjaka zahtijevaju intuitivnu procjenu nove situacije na osnovi prethodnog iskustva u sličnim situacijama, napredni stupnjevi kompetencija mogu se postići samo kroz iskustvo u praksi koje je vezano uz konkretne situacije.

Dreyfus i Dreyfus (1986) naglašavaju da je ključno „znati kako“ a ne „znati da“ (činjenice i pravila). Prema njihovom modelu, početnici i stručnjaci se ne ponašaju na isti način, a ključni čimbenik koji utječe na to je ograničeno iskustva kod početnika. Za poučavanje u visokom školstvu ključna je sljedeća postavka Dreyfusovog modela. U savladavanju vještina pojedinac polazi od općih principa da bi tek na naprednijim stupnjevima započeo koristiti prethodno iskustvo. Također je značajan i pomak od uloge pasivnog promatrača na nižim stupnjevima do uloge aktivnog sudionika, situacije na naprednim stupnjevima kompetencije. Značaj ovoga modela za nastavnike u visokom školstvu i studente je u tome što

nastavnici trebaju biti svjesni da početnicima treba dati pravila, iako na putu k izvrsnosti i osamostaljenju studenti u nekom trenutku moraju „zaboraviti“ ta pravila. Umjesto mentalnih pravila trebaju im namjerne radnje u praksi koje osposobljavaju pojedinca za primjereno djelovanje (Dreyfus i Dreyfus, 1986).

Kompetentno izvođenje neke radnje uključuje svijest o onome što se čini, odnosno zašto se to čini tako, a ne drugačije. Naravno, može se razviti i određeno «zanatsko» umijeće koje počiva na načelu pokazivanja i oponašanja, ali takvo umijeće u pravilu ne osposobljava za samostalno savladavanje situacija s drugačijim ili složenim zahtjevima. Usvajanje čisto deklarativnog činjeničnog znanja za studente u pravilu ima smisla samo ako istodobno uče kako to znanje mogu praktično iskoristiti. Samo takvo znanje osposobljava za kompetentno djelovanje. U slučaju kompetencija, znanje i vještine su međusobno povezani tako da vještine bez odgovarajućeg proceduralnog znanja ostaje čista tehnika s malo razvojnog potencijala, a za više razine kompetencije potrebna su nova znanja s mogućnošću primjene. Za postizanje nižih razina kompetencije, u nastavi primjena postavki teorije obrade informacija ili konstruktivističke teorije je opravdana, dok za više stupnjeve to nije dovoljno, jer je potreban kontekst i iskustvo u praksi. Time se artikuliraju dva zahtjeva koja se postavljaju pred nastavu koja treba poticati razvijanje kompetencija: prezentiranje znanja i omogućavanje praktične primjene tog znanja.

U poučavanju na fakultetu prečesto je naglasak na pohađanju predavanja i radu sa studijama slučajeva. Tradicionalne metode poučavanja fokusiraju se na sadržaj i prenošenje informacija studentima, a ne na usvajanje znanja i vještina. Postavlja se pitanje opravdanosti ove tradicionalne paradigme poučavanja koja naglašava znanje i kognitivni element. Kada je cilj osnaživanje konkurentnosti studenata, usmjerenost na prijenos informacija nije dovoljna. Nastavnici koji žele kod studenata razviti kreativnost i inovativnost, snalaženje u neizvjesnosti, otkrivanje i stvaranje prilika i unošenje promjena u okruženje moraju prihvatiti nove, inovativne i poduzetničke metode pouke koje će u sebi sadržavati elemente tradicionalne paradigme i metode aktivnog učenja. Cilj ne bi smio biti poučavanje, prezentiranje znanja nego učenje, odnosno usvajanje znanja, vještina i stavova. Zadatak nastavnika bi trebao biti u stvaranju okruženja u kojemu studenti uče nove načine rada, osjećanja, razmišljanja, gledanja na stvari i

komunikacije. Vještine su povezane sa činjeničnim znanjem, odnosno vještine u sebi uključuju znanje zasnovano na kontekstu njegove primjene te stoga odvajanje usvajanja vještina od usvajanja znanja nije opravdano, (Kyrő i Carrier, 2005). Dakle, nije točno da teoriju treba potpuno izbaciti. Umjesto izbacivanja teorije iz kolegija, treba preispitati perspektivu iz koje studenti uče teoriju.

3.1. Transferi učenja i razvijanje kompetencija

U cilju razvijanja konkurentnosti studenata, znanja trebaju biti dobro organizirana te interdisciplinarno povezana. Nova se znanja moraju bazirati na predznanju studenta, odnosno moraju se priključiti na kognitivnu strukturu izgrađenu tijekom dosadašnje povijesti učenja pojedinca kako bi se mogla s njome povezati. Ciljanim ponavljanjem studenti se potiču na tu aktivnost, a istovremeno se ispravljaju nedostatci u znanju. Weinert (1998) kognitivni mehanizam tog oblika učenja naziva vertikalnim transferom učenja, pri čemu se jedno znanje logički sustavno nadograđuje na drugo, što ne samo olakšava daljnje učenje u istom sadržajnom području, već je istodobno prijeko potrebna osnova za cjelovito razvijanje kompetencija.

Za uspješno razvijanje kompetencija potrebni su sustav i situacija, a u prilog tome govore svi raspoloživi empirijski dokazi (Lersch, 2005). Ono što se na fakultetu poučava i što se od sadržajnog znanja i proceduralnog umijeća na taj način može steći tek je djelić onoga što današnji studenti trebaju u kasnijem životu. Samo ako se uz sustav znanja iskusi i mogućnost njegove primjene, povećava se vjerojatnost da se to znanje može analogno ili kreativno primijeniti u različitim situacijama za rješavanje problema. Ova vještina povećava konkurentnost studenta i osnažuje njihov položaj na tržištu rada. U situaciji novih zahtjeva tada se, naime, ne podsjećamo na elemente znanja potrebnih za njihovo rješavanje, već istodobno i na situaciju u kojoj je to znanje stečeno, što olakšava prijenos, odnosno fleksibilnu primjenu na novu situaciju. Weinert (1998) kognitivni mehanizam koji pritom djeluje naziva horizontalnim transferom učenja. Pretpostavka je da se dobro organizirano i umreženo znanje može uklopiti u kognitivnu strukturu. Za poticanje horizontalnog transfera učenja prikladni su svi oblici nastave, od varijabilnog vježbanja tijekom sustavnog učenja, do učenja izvan fakulteta, dakle, oblici

nastave u koje je ugrađeno situacijsko učenje.

Fakulteti bi trebali manje važnosti polagati na prezentiranje znanja koja ionako sve brže zastarijevaju, a mnogo više upoznavati studente sa strategijama za prikupljanje i obradu informacija, kao i osposobljavati ih za samostalno cjeloživotno učenje (Lersch, 2005). Osim toga gospodarstvo u interesu fleksibilnog osobnog razvoja očekuje stjecanje takozvanih ključnih kvalifikacija, odnosno široku paletu formalnih ili metakognitivnih kompetencija. Kognitivni mehanizam kojim se uči kako učiti Weinert naziva lateralnim transferom učenja. Ovaj transfer u kontekstu učenja moguć je kroz uzajamnu razmjenu, zajedničku refleksiju i autonomno osvješćivanje studenata.

Razvoj kompetencija treba vezati uz istodobni razvoj sustava vrijednosti i smjernica djelovanja kojima se korištenje kompetencija može usmjeriti prema općenito prihvaćenim normama i načelima u društvenom i kulturnom kontekstu. To učenje Lersch naziva refleksivnim učenjem jer je riječ o povratnom vezanju stečenih kompetencija uz subjektivne motive djelovanja u smislu odgovorne upotrebe kompetencija (Lersch, 2005). Pritom je važno poticati odgovorno služenje kompetencijama, i to manje kroz poučavanje ili moralne prodike, a više kroz uvjeravanje na temelju odgovarajućih iskustava o vrijednosti određenih navika ili obrazaca ponašanja. Susreti studenata s pozitivnim primjerima i uzorima mogao bi biti prvi korak. To se može postići pozivanjem gostiju predavača, gledanjem filmova i video snimki ili proučavanjem slučajeva, no najbolja metoda je stručna praksa kojom se ostvaruje mentorski odnos. Drugi oblik osvješćivanja je kroz pomaganje studentima da poduzetništvo vide kao mogućnost vlastite karijere.

Ova saznanja imaju veliki potencijal za načine poučavanja u visokoškolskom obrazovanju. Na osnovi istraživanja Birdove (2002) i Kruegera (2003) može se zaključiti da se intervencijom u obrazovanju usmjerenom na duboke strukture obrade i pohranjivanja informacija (kognitivne mape, zapisi i nacrta) može najučinkovitije utjecati na razvijanje poduzetničke kompetencije, a time i na poduzetničko ponašanje. Ovakve intervencije podrazumijevaju strategiju temeljitog učenja i zahtijevaju iskustvo iz stvarnog života jer su zasnovane na znanju stečenom kroz djelovanje.

Osjećaj kompetentnosti utjecat će na uvjerenje o vlastitim sposobnostima, kao i na percepciju prilika, a time i na akcije/ponašanje koje će pojedinci podu-

zimati. Zbog toga nastavnici trebaju usmjeriti svoje napore ne samo ka stjecanju kompetencija kod studenata, nego i na osnaživanje studenata u pogleda osjećaja vlastite učinkovitosti osobito u zadacima koji uključuju poduzetničko ponašanje. Samo će se na taj način povećati konkurentnost studenata za održivu zapošljivost.

Izravnu metodu poučavanja koja prevladava na visokoškolskim institucijama, a koju karakterizira pohađanje predavanja, obavezna čitanja i ovisnost o stručnom mišljenju, treba nadopuniti nastavnim metodama koje će kod studenata osnažiti intuitivno zaključivanje, donošenje odluka na temelju prosudbe, osmišljavanje najprikladnijeg rješenja pod pritiskom, učenje kroz rad, samostalno prikupljanje informacija iz svih dostupnih izvora, učenje iz vlastitih pogrešaka i poduzetnički potencijal, a što će dugoročno povećati konkurentnost studenata na tržištu rada. To traži fleksibilniji pristup poučavanju u formalnom obrazovanju i s obzirom na lokaciju i vrijeme. Najveći problem ovakvog pristupa je što metode inovativnog poučavanja nisu akademski priznate, a predstavljaju dodatno opterećenje za nastavnike jer traže više vremena i resursa za pripremu nastavnog sata.

Prijeko je potrebno, dakle, uspostaviti novu kulturu učenja za koju, doduše, nastavnici nisu dovoljno osposobljeni. Profesionalno vladanje širokim repertoarom tehnika pretpostavlja i znanje o tome koji se transfer učenja može pospješiti kojom metodom, odnosno kada se mora primijeniti koji oblik nastave kako bi se razvijanje kompetencija provodilo u dostatnoj mjeri. To postavlja izuzetno visoke zahtjeve pred sustav visokog obrazovanja u pogledu odabira nastavnika, stručnog usavršavanja i daljnje izobrazbe nastavnika i vanjskih suradnika.

U cilju određivanja važnost poduzetničke kompetencije, kao i utvrđivanja čimbenika koji utječu na njeno usvajanje, provedeno je empirijsko istraživanje, rezultati su predstavljeni u nastavku rada.

4. Metodologija istraživanja

U empirijskom istraživanju korišteni su podatci prikupljeni primarnim istraživanjem – anketom provedenom na prigodnom uzorku 324 studenta studijskih programa Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

Ukupni uzorak sačinjen je od 3 poduzorka. Prvi poduzorak čine studenti-sportaši, a drugi poduzorak studenti-članovi udruga koji su promatrani kao primjeri uključivanja u izvannastavne aktivnosti. Treći poduzorak čine studenti koji se ne bave sportom, a ni aktivno ne sudjeluju u radu neke studentske udruge. Oni su korišteni kao kontrolna skupina za testiranje postavljenih hipoteza.

Mjerni instrument za prikupljanje podataka bio je strukturiran iz dva dijela za sve uzorke ispitanika. Prvi dio sadržavao je pitanja vezana za demografiju ispitanika, zainteresiranost za poduzetničko ponašanje te vjerojatnost pokretanja vlastitog posla i samoprocjenu uspješnosti u sljedećim kategorijama poduzetničke kompetencije: uočavanje tržišnih prilika, prikupljanje, analiziranje i razumijevanje podataka, uvjeravanje i pregovaranje, korištenje informacijske tehnologije, interpersonalni odnosi, upravljanje financijama, prodaja i marketing, rad pod stresom, nošenje s izazovima, planiranje i nošenje s promjenama u okolini. Ta su pitanja bila zatvorenog tipa s ponudjenim odgovorima. Odgovori su dani u obliku nominalnih i ordinalnih skala, a za skalu ocjenjivanja korištena je Likertova ljestvica.

Drugi dio mjernog instrumenta bio je GET test (General Enterprising Test, Caird, 1991) koji sadrži 54 izjave na koje je moguće odgovoriti iskazivanjem slaganja ili neslaganja. Izjave su posložene u pet kategorija i to redom: potreba za postignućem, potreba za autonomijom, kreativnost, umjereno preuzimanje rizika te motivacija i odlučnost.

Nakon provedenog istraživanja, prikupljeni podatci uneseni su u statistički paket SPSS, pomoću kojeg su bile provedene statističke procedure za analizu podataka. Podatci su analizirani metodama parametrijske i neparametrijske statistike s ciljem identifikacije funkcionalnog odnosa varijabli. U analizi je korištena deskriptivna statistika koja opisuje, upozna, uspoređuje i analizira masovne pojave temeljem prikaza i brojčane obrade poznatih podataka prema različitim statističkim obilježjima. Osim deskriptivne, univarijantne statističke obrade podataka po potrebi je korištena i bivarijantna analiza te multivarijantna statistička obrada podataka. Za testiranje značajnosti razlika između aritmetičkih sredina iz više uzoraka korištena je jednosmjerna analiza varijance (ANOVA) za nezavisne i zavisne uzorke te složena analiza varijance (MANOVA) za ispitivanje utjecaja i interakcije većeg broja nezavisnih varijabli na veći broj zavisnih varijabli.

Aspekti poduzetničke kompetencije	Zainteresiranost za poduzetničko ponašanje	Vjerojatnost pokretanja vlastitog posla
Potreba za postignućem	,319**	,316**
Potreba za autonomijom	,073	,061
Kreativna tendencija	,175**	,199**
Umjereno preuzimanje rizika	,326**	,254**
Motivacija i odlučnost	,155**	,191**
GET ukupno	,341**	,333**

** pozitivna korelacija, $p < 0,01$

Tablica 2: GET test u korelaciji s varijablama Zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i Vjerojatnost pokretanja vlastitog posla
Izvor: Sedlan-König, 2012.

Tijekom istraživanja testirane su sljedeće hipoteze:

H1: Veći stupanj razvijenosti poduzetničke kompetencije povećava zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i sklonost pokretanju poduzetničkog pothvata.

H2: Poučavanje na fakultetima ne pridonosi značajno osjećaju uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije.

H3: Iskustvo stečeno kroz izvannastavne aktivnosti utječe na osjećaj uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije više nego poučavanje na fakultetima.

H4: Studenti iz poduzetničkih obitelji pokazuju veću sklonost poduzetničkom ponašanju i veću vjerojatnost da će pokrenuti poduzetnički pothvat.

4.1. Rezultati

Rezultati testiranja Hipoteze 1: Veći stupanj razvijenosti poduzetničke kompetencije povećava zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i sklonost pokretanju poduzetničkog pothvata vidljivi su u tablici 2.

Tablica 3: Pearsonovi koeficijenti korelacija između pojedinih aspekata osjećaja uspješnosti i procjena utjecaja poslovne škole/fakulteta na njihov rezultat
Izvor: Sedlan-König, 2012.

Generalni osjećaj uspješnosti	,35
a) u uočavanju tržišnih prilika	,31
b) u prikupljanju, analiziranju i razumijevanju podataka	,42
c) u uvjeravanju i pregovaranju	,21
d) korištenju informacijske tehnologije	,34
e) u razvijanju interpersonalnih odnosa	,25
f) u upravljanju financijama i resursima	,44
g) prodaji i marketingu	,54
h) rada pod stresom ili pritiskom	,38
i) u nošenju s neizvjesnošću	,28
j) u planiranju	,34
k) u nošenju s promjenama u okolini	,27

Nakon provedene analize rezultata GET testa, moguće je zaključiti da poduzetnička kompetencija generalno utječe na poduzetničko ponašanje. Važno je naglasiti da su potreba za postignućem i umjereno preuzimanje rizika elementi koji imaju najveći utjecaj na zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i vjerojatnost pokretanja vlastitog posla.

Hipoteza 2. odnosi se na tvrdnju da poučavanje na fakultetima ne pridonosi značajno osjećaju uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije. Hipotezu se testiralo korelacijskom analizom po pojedinim domenama poduzetničke kompetencije i na razini generalnog osjećaja uspješnosti. Prema tablici 3. mogu se očitati dobiveni Pearsonovi koeficijenti korelacije za pojedine domene poduzetničke kompetencije.

	1	2	3	4
1. Generalni osjećaj uspješnosti	1,000	,398**	,603**	,347**
2. Generalna procjena utjecaja izvannastavnih aktivnosti	,398**	1,000	,381**	,421**
3. Generalna procjena utjecaja životnog iskustva	,603**	,381**	1,000	,314**
4. Generalna procjena poučavanja na fakultetu	,347**	,421**	,314**	1,000

** pozitivna korelacija, $p < 0,01$

Najniža korelacija odnosi se na utjecaj poučavanja na fakultetu na osjećaj uspješnosti u uvjeravanju i pregovaranju ($r = ,21$, $p < 0,05$), a najveća na osjećaj uspješnosti u prodaji i marketingu ($r = ,54$, $p < 0,05$). Generalna procjena utjecaja poučavanja na fakultetu na osjećaj uspješnosti srednje je pozitivna korelacija ($r = ,35$, $p < 0,05$). To znači da je Hipoteza 2 potvrđena.

Hipoteza 3. (Iskustvo stečeno kroz izvannastavne

	Geusp	Geskol	Geudrug	Geiskus
Potreba za postignućem	,302**	,188**	,215**	,321**
Potreba za autonomijom	,160**	,030	,007	,118*
Kreativna tendencija	,235**	,098	,104	,256**
Umjereno riskiranje	,275**	,020	,138	,248**
Motivacija i odlučnost	,234**	,135*	,111	,176**
GET ukupno	,382**	,153**	,195**	,358**

* pozitivna korelacija, $p < 0,05$ ** pozitivna korelacija, $p < 0,01$

aktivnosti utječe na osjećaj uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije više nego poučavanje na fakultetima) testirana je i rezultati su prikazani u tablici 4.

Iz tablice je razvidno kako je povezanost generalne procjene utjecaja poučavanja na fakultetu s generalnim osjećajem uspješnosti niža (0,347) od generalnih procjena utjecaja iskustva (0,603) i izvannastavnih aktivnosti (0,398) koji jače pridonose osjećaju uspješnosti. Stoga je Hipoteza 3. potvrđena.

Tablica 4: Pearsonovi koeficijenti korelacija između generalnih aspekata osjećaja uspješnosti i procjena utjecaja poučavanja na fakultetu, izvannastavnih aktivnosti i iskustva na njihov rezultat
Izvor: Sedlan-König, 2012.

Nadalje, ako se u tablici 5. promatra varijabla Geusp (Generalni osjećaj uspješnosti) u odnosu s poduzetničkom kompetencijom (mjerenom GET testom), može se vidjeti kako osjećaj uspješnosti umjereno pozitivno korelira.

Tablica 5: Korelacija varijabli osjećaja uspješnosti s poduzetničkom kompetencijom
Izvor: Sedlan-König, 2012.

	Članovi obitelji vlasnici poduzeća	N	Prosjeck	Std. devijacija	Std. pogreška (prosjeck)
Zainteresiranost za poduzetničko ponašanje	DA	75	4,23	,967	,112
	NE	249	3,64	1,128	,071
Vjerojatnost pokretanja vlastitog posla	DA	75	3,64	1,111	,128
	NE	249	3,05	1,028	,065

Tablica 6: Deskriptivna statistika utjecaja roditelja-poduzetnika na zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i vjerojatnost pokretanja vlastitog posla

Izvor: Sedlan-König, 2012.

poduzetničke kompetencije ($r = ,15$, $p < 0,01$), nešto jači utjecaj imaju izvannastavne aktivnosti ($r = ,20$, $p < 0,01$), dok životno iskustvo najznačajnije utječe na poduzetničku kompetenciju ($r = ,36$, $p < 0,01$).

Tablica 7: T – test za nezavisne uzorke
Izvor: Sedlan-König, 2012.

T-test	t	df	Sig. (2-tailed)
Zainteresiranost za poduzetničko ponašanje	4,085	322	,000
	4,437	140,100	,000**
Vjerojatnost pokretanja vlastitog posla	4,258	322	,000
	4,086	114,876	,000**

** Signifikantnost na razini 0,01

Ako se uzmu varijable Geskol (formalno obrazovanje kao izvor osjećaja uspješnosti), Geudrug (izvannastavne aktivnosti kao izvor osjećaja uspješnosti) i Geiskus (životno iskustvo kao izvor osjećaja uspješnosti) kao indikator izvora utjecaja na razvijanost poduzetničke kompetencije, može se vidjeti kako je osobno životno iskustvo puno značajniji izvor za razvijanje poduzetničke kompetencije. Poučavanje na fakultetu vrlo malo pridonosi razvijanju

Također je zanimljivo prokomentirati na koje domene poduzetničke kompetencije utječu pojedini izvori.

Tako, na primjer, poučavanje na fakultetima najviše pridonosi potrebi za postignućem i motivaciji.

Tablica 8: Deskriptivna statistika rezultata GET testa prema poduzorku
Izvor: Sedlan-König, 2012.

		N	Prosjeck	Std. devijacija	Maksimum
GET ukupno	kontrolna	129	28,8605	6,16789	43,00
	sportaši	130	32,0000	5,49418	44,00
	udruge	65	34,2000	6,27047	50,00
	Ukupno	324	31,1914	6,25914	50,00
Potreba za postignućem	kontrolna	129	6,62	2,115	11
	sportaši	130	7,35	1,875	12
	udruge	65	8,42	1,802	12
	Ukupno	324	7,27	2,063	12

No, vidi se da su ti utjecaji relativno niski i bilo bi poželjno kada bi se ti utjecaji povećali. Za razliku od formalnog obrazovnog konteksta, sudjelovanje u radu studentskih udruga (neformalni kontekst) stvara više preduvjeta za ostvarenje trenutne koristi od poduzetničkog ponašanja te se vidi nešto snažniji utjecaj na domenu potrebe za postignućem. Na kraju, vrlo je zanimljiv utjecaj iskustva stečenog kroz izvannastavne aktivnosti na poduzetničku kompetenciju te je vidljivo da iskustvo ima najznačajniji utjecaj na razvijanje svih kategorija poduzetničke kompetencije.

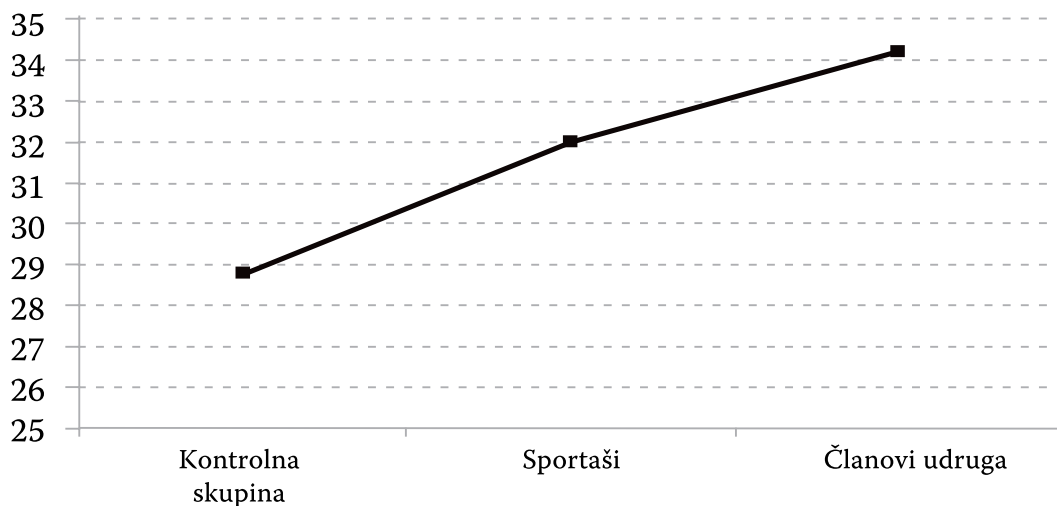
Ovo je potvrđeno i kroz analizu studente čiji su članovi uže obitelji poduzetnici (Tablica 6). Primijećeno je da ti studenti pokazuju veću zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i vjerojatnost da će pokrenuti vlastiti posao. Za potvrdu je korišten t-test za nezavisne uzorke. Rezultati su prikazani u tablici 7.

Studenti kojima su roditelji vlasnici poduzeća su statistički značajno zainteresiraniji za poduzetničko ponašanje ($t=4,085$, $p<0,01$) kao i za pokretanje vlastitog posla ($t=4,258$, $p<0,01$).

Uz samoprocjenu ispitanika u kategorijama poduzetničke kompetencije dodatno su analizirani rezultati GET testa, a rezultati su prikazani u tablici 8.

Slika 1: GET test ukupno prema skupinama

Izvor: Sedlan-König, 2012.



Kao što je vidljivo iz tablice 7, općenito vrijednosti na GET testu su u prosjeku najviše za studente članove studentskih udruga (primjer izvannastavnih aktivnosti), slijede ih studenti-sportaši (drugačiji oblik izvannastavnih aktivnosti), a najniže su za kontrolnu skupinu. ANOVA i MANOVA analizom navedeno je potvrđeno i statistički.

Iz slike 1. razvidno je da članovi studentskih udruga, kao primjer učenja kroz izvannastavne aktivnosti, imaju veći rezultat i od studenata koji se bave sportom (drugi primjer učenja u izvannastavnim aktivnostima).

Praktično u svim elementima poduzetničkog ponašanja postoje jasne razlike, osim u potrebi za autonomijom, što je bilo za očekivati. Aktivnosti u sportskim klubovima i studentskim udrugama ne potiču članove na samostalan rad, nego na primanje uputa i naredbi drugih i popuštanje pod pritiskom grupe.

4.2. Rasprava

Rezultati istraživanja potvrđuju da studenti-sportaši te oni koji su članovi studentskih udruga, odnosno studenti koji su na neki način uključeni u izvannastavne aktivnosti pokazuju veću zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i veću vjerojatnost započinjanja vlastitog posla od studenata koji nemaju takvo iskustvo.

Iz toga se može zaključiti da izvannastavne aktivnosti pozitivno utječu na zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i vjerojatnost započinjanja vlastita posla. Zbog toga je u visokoškolskom obrazovanju kojemu je cilj povećanje konkurentnosti studenata kroz razvijanje poduzetničke kompetencije i poticanje poduzetničkog ponašanja važno studente ohrabrivati na uključivanje u takve oblike učenja.

Iako ovo istraživanje nije utvrdilo da se studenti koji su uključeni u izvannastavne aktivnosti osjećaju generalno uspješnijima, osjećaj veće uspješnosti potvrđen je za tri vrlo važna područja: prikupljanje, analiziranje i razumijevanje podataka, prodaju i marketing i nošenje s promjenama u okolini te se taj utjecaj ne bi smio zanemariti. Osjećaj uspješnosti u poduzetničkoj kompetenciji (kao jedan od stavova i uvjerenja) važan je ne samo zato što prethodi poduzetničkim namjerama i ponašanju nego i zato što utječe na intenzitet poduzetničkih namjera i vjerojatnost da će namjere rezultirati ponašanjem te tako direktno utječe na konkurentnost. Ako je jedan od ciljeva visokoškolskog obrazovanja razviti poduzetničku kompetenciju i poduzetničko ponašanje, tada je ključno kod studenata razvijati osjećaj uspješnosti jer osjećaj uspješnosti utječe na aktivnosti koje pojedinci poduzimaju, na raspon ciljeva, ustrajnost i rezultate koje postižu. Dakle, na razvijanju osjećaja uspješnosti treba insistirati, a čini se da izvannastavne aktivnosti predstavljaju kvalitetnu priliku za to. Kako su studenti članovi studentskih udruga pokazali veći osjećaj uspješnosti i od studenata sportaša u sva tri područja bilo bi zanimljivo dodatno istražiti razloge zašto su neke izvannastavne aktivnosti pogodnije za razvijanje osjećaja uspješnosti od drugih.

Rezultati istraživanja upućuju da poučavanje na fakultetima samo ograničeno pridonosi razvijanju osjećaja uspješnosti. Iskustvo stečeno kroz izvannastavne aktivnosti više pridonosi razvijanju osjećaja uspješnosti. Kako nastava na fakultetima ne nudi dovoljno mogućnosti za iskustveno učenje, potrebno je studente poticati na uključivanje i po mogućnosti vrjednovati postignuća studenata u izvannastavnim aktivnostima u vidu ECTS bodova.

Isto tako, istraživanjem je utvrđeno da poučavanje na fakultetima nedovoljno pridonosi razvijanju poduzetničkih kompetencija. Prema rezultatima ovog istraživanja izvannastavne aktivnosti imaju puno veći utjecaj na to. No, najveći utjecaj na razvijanje poduzetničke kompetencije ima iskustvo pa se može zaključiti kako bi bilo poželjno uvesti

više praktične nastave u formalno obrazovanja na fakultetima kako bi se ostvario veći utjecaj na poduzetničko ponašanje i sukladno tome povećala konkurentnost studenata. Također, treba osmisliti načine za iskorištavanje potencijala koje iskustvo ima u razvijanju poduzetničkog ponašanja i povećanju konkurentnosti studenata na tržištu rada kroz nadopunjavanje fakultetskih programa iskustvom studenata koje su stekli u izvannastavnim aktivnostima.

5. Zaključak

Poduzetnička kompetencija je ključ veće konkurentnosti pojedinca, osobnog razvoja i sukladno tome, održive zapošljivosti studenata jer ona pomaže u stvaranju, prepoznavanju i iskorištavanju prilika, unošenju promjena i nošenju sa sve većim razinama neizvjesnosti i složenosti u okruženju. Poduzetnička kompetencija olakšava inoviranje, opstanak i rast u dinamičnom i neizvjesnom okruženju i pomaže studentima razviti novu svijest o sebi kao stručnjacima. Svijest o novom identitetu osnažuje percepciju učinkovitosti, izaziva poštovanje i priznanje okoline te predstavlja ključni čimbenik u upravljanju životom i karijerom studenata.

Za očekivati je da će kompletnija znanja i razvijenije vještine utjecati na veći osjećaj vlastite kompetentnosti kod studenata. Programi koji se usredotočuju samo na znanja i vještine ne uspijevaju kod studenata razviti svijest o mogućnosti da i oni postanu poduzetnici. Ono što se na fakultetu poučava i što se od sadržajnog znanja i proceduralnog umijeća može steći tek je djelić onoga što današnji studenti trebaju u kasnijem životu. Kako znanja zastarijevaju i prije nego ih studenti počnu primjenjivati, u interesu fleksibilnog osobnog razvoja od budućih se zaposlenika očekuje stjecanje znanja veće transferne vrijednosti i takozvanih ključnih kvalifikacija, odnosno široke palete formalnih ili metakognitivnih kompetencija, među kojima poduzetnička kompetencija zauzima istaknuto mjesto. Visokoškolsko obrazovanje traje predugo, neprilagodljivo je, preskupo u odnosu na rezultate, zastarjelo (Nacionalno vijeće za konkurentnost, 2004.) i neučinkovito jer ne zadovoljava potrebe gospodarstva jer diplomirani studenti ne posjeduju znanja i vještine koje mogu odmah primijeniti na radnom mjestu. Kao rezultat toga, hrvatski studenti nisu konkurentni na tržištu rada. Njihova konkurentnost se mora povećati, osobito u prigodi

ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju.

Kao što je elaborirano ranije u radu za napredovanje od pasivnih promatrača na nižim stupnjevima kompetencija do aktivnih sudionika situacije s visokim stupnjevima kompetencija neophodno je iskustvo u praksi. Zbog toga se pred visokoškolsko obrazovanje postavlja dodatni zadatak, a to je u formalno obrazovanje uključiti iskustveno učenje i poticati studente na uključivanje u procese učenja izvan fakulteta u cilju razvijanja viših razina poduzetničke kompetencije i iskorištavanje potencijala učenja iz iskustva.

U svezi razvijanja kompetencija za konkurentnost studenata treba naglasiti kako u nastavi koja kao ishod definira razvijanje kompetencije treba inzistirati na vertikalnom transferu znanja (nadogradnji novog znanja na prethodno). Dekontekstualizirano znanje i vještine nisu dovoljni za razvijanje naprednih stupnjeva kompetencije jer stjecanje profesionalnih kompetencija ovisi o kontekstu. Uz prezentiranje znanja studentima treba omogućiti i praktičnu primjenu tog znanja jer to olakšava snalaženje u novoj situaciji. Vertikalni transfer znanja neće postići planirane ishode razvijanja kompetencija ako nije kombiniran s horizontalnim transferom znanja, odnosno primjenom stečenih znanja i vještina. Samo ako uz sustav znanja iskuse i mogućnost njegove primjene, današnji studenti će na završetku svog studija biti konkurentni. Osjećaj kompetentnosti utjecat će na uvjerenje o vlastitim sposobnostima, kao i na percepciju prilika, a time i na akcije/ponašanje koje će pojedinci poduzimati. Ne smije se zanemariti niti poučavanje studenata kako učiti jer će ih to pripremiti za orijentaciju ka cjeloživotnom učenju i ostvarivanju održive konkurentnosti

na tržištu rada. Dodatno treba naglašavati važnosti korištenja kompetencija prema prihvaćenim normama i kontekstu što će dugoročno osnaživati položaj diplomiranih studenata u društvu i utjecati na percepciju poželjnosti zapošljavanja mladih bez radnog iskustva.

Kako osobe koje posjeduju poduzetničku kompetenciju obrađuju, pohranjuju, dohvaćaju i koriste informacije iz okruženja bolje od osoba kojima ta kompetencija nedostaje te su sklonije poduzetničkom načinu razmišljanja i ponašanja, tijekom visokoškolskog obrazovanja treba kroz inovativne pristupe (kao što su poučavanje zasnovano na iskustvu, suradničko učenje, rješavanje problemskih zadata, simulacije i projektna nastava) težiti razvijanju te kompetencije kod svih studenata bez obzira na područje njihovog studiranja. Time će se izbjeći zatrpavanje studenata činjenicama bez mogućnosti pretvaranja tog znanja u ponašanje. U tome posebno značajnu ulogu imaju ekonomski fakulteti koji u svojim planovima i programima već imaju kolegije iz poduzetništva te takve sadržaja (uz neophodne prilagodbe) mogu ponuditi svim studentima sveučilišta.

U vezi konkurentnosti studenata na tržištu rada daljnjim istraživanjima bi bilo zanimljivo detaljnije istražiti mišljenje i potrebe poslodavaca kao i mišljenje samih studenata. Među ograničenjima istraživanja treba napomenuti da je korištena metoda samoocjenjivanja, uz uvažavanje svih njenih nedostataka, kao i činjenicu da su ispitivani studenti članovi samo tri studentske udruge na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. U cilju potvrde rezultata istraživanje bi trebalo proširiti i na studente članove drugih studentskih udruga na drugim fakultetima.

LITERATURA

- Bassanini, A., Scarpetta, S., Visco, I. (2000), Knowledge, Technology And Economic Growth: Recent Evidence From OECD Countries [online], Economics Department Working Papers, No. 259, dostupno na: <http://data.vatt.fi/knogg/Docs/Visvo-tech-growth-OECDwp.pdf>
- Bejaković, P. (2004), Labor Force Competitiveness In Croatia: Status and Problems, U: *The Competitiveness of Croatia's Human Resources*, Bejaković, P., Lowther, J. (ur.), Institut za javne financije, Zagreb, str. 1-13.
- Benner, P. (2004), Using the Dreyfus Model of Skill Acquisition to Describe and Interpret Skill Acquisition and Clinical Judgment in Nursing Practice and Education, Bulletin of Science Technology Society, dostupno na: <http://bst.sagepub.com/cgi/content/abstract/24/3/188> (pristupljeno: 27.10.2009).
- Bird, B.J. (2002), Learning entrepreneurship competencies: the self-directed learning approach, *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 1, No. 2, str. 203-227.
- Caird, S. (1991), Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups, *British Journal of Management*, Vol. 2, No. 2, str. 177-186.
- Collins, L.A., Smith, A.J., Hannon, P.D. (2006), Applying a Synergistic Learning Approach in Entrepreneurship Education, *Management Learning* 37, str. 45-57.
- Dreyfus, H.L., Dreyfus, S.E. (1986), *Mind over machine: The power of human intuition and expertise in the era of the computer*, Free Press, New York.
- European Commission (2006), The European Framework for Key Competences for Lifelong Learning, dostupno na: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/ll-learning/keycomp_en.pdf (pristupljeno 18.09.2012).
- Krueger, N.F., Jr. (2003), The Cognitive Psychology of Entrepreneurship, U: *Handbook of Entrepreneurship Research*, Acs, Z.J., Audretsch, D.B. (ur.), Springer Science and Business Media, Inc., New York, str. 105-140.
- Kyrö, P., Carrier, C. (2005), Entrepreneurial learning in universities: Bridges across borders, u: *The Dynamics of Learning Entrepreneurship in a Cro-Cultural University Context*, Kyrö, P., Carrier, C. (ur.), University of Tampere, Faculty of Education, Research Center for Vocational and Professional Education: Saarijarven Offset, str. 14-43.
- Lersch, R. (2005), Nastava kao čin ravnoteže: Didaktičko-metodička razmatranja o novoj kulturi učenja prema idućem uvođenju obrazovnih standarda, *Pedagoški istraživanja* 37, str. 85-99.
- Vlada Republike Hrvatske (2009), *Hrvatski kvalifikacijski okvir: Uvod u kvalifikacije*, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, Zagreb.
- Misra, S., Kumar, S.E. (2000), Resourcefulness: A Proximal Conceptualisation of Entrepreneurial Behaviour, dostupno na: <http://joe.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/2/135> (pristupljeno: 27.04.2009).
- Nacionalno vijeće za konkurentnost (2004), *55 preporuka za poboljšanje konkurentnosti Hrvatske*, Zagreb.
- Sarasvathy, S.D. (2008), *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, Edward Elgar Publishing Inc., Northampton, MA.
- Sedlan-König, Lj. (2012), Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji razvijanja poduzetničkog ponašanja (doktorska disertacija), Osijek: (Lj. Sedlan-König).
- Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Borozan, Đ., Oberman Peterka, S. (2006), Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom? : Rezultati istraživanja Global Entrepreneurship Monitor za Hrvatsku, CEPOR, Zagreb.
- Weinert, F.E. (2005), Neue Unterrichtskonzepte zwischen gesellschaftlichen Notwendigkeiten, pädagogischen Visionen und psychologischen Möglichkeiten, Bayrisches Staatsministerium für Unterricht, Kultur, Wissenschaft und Kunst: Wissen und Werte für die Welt von morgen, *Pedagoški istraživanja* 37, str. 101-125.

Ljerka Sedlan König

ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE LABOUR MARKET

ABSTRACT

European Union Member States as well as candidate countries have defined the development of entrepreneurial competencies of their citizens as a priority task and as a result this area has been gaining a growing interest among education professionals. In the context of the impending accession of the Republic of Croatia to the EU, Croatia has also made efforts to encourage the development of entrepreneurial competencies as a key factor in supporting economic growth and competitiveness. In addition to promoting the growth of new businesses, entrepreneurial competencies affect the development of an entrepreneurial mindset and more efficient use of the creative potential of existing knowledge and skills. As a result, there is an increasing interest in educational programmes that encourage and develop entrepreneurial competences.

In order to determine the importance of entrepreneurial competencies and identify the factors that affect their acquisition, an empirical study was conducted using a structured questionnaire and a sample of 324 students of the University of Josip Juraj Strossmayer in Osijek. Besides univariate descriptive statistical analysis, we have used a bivariate analysis and multivariate statistical analysis of the data. The results have confirmed that the more developed the entrepreneurial competencies, the greater the tendency towards entrepreneurial behaviour and the likelihood of setting up a business. Study results show that students who participate in extracurricular activities, as well as those who come from entrepreneurial families show higher entrepreneurial skill levels. The study has also confirmed that teaching per se does not significantly contribute to the development of entrepreneurial competencies and that extra-curricular activities have a much more important role.

Entrepreneurial competence is the key to increasing the competitiveness of an individual and enhancing personal development, and consequently a sustainable employability of students as it helps in creating, recognising and exploiting opportunities, making changes and dealing with increasing uncertainty and complexity in our environment. Entrepreneurial competencies facilitate innovation, survival and development in a dynamic and uncertain environment, and help students develop a new awareness of themselves as professionals. Awareness of the new identity reinforces the perception of efficiency, commands respect and recognition by the environment and is a key factor in managing the lives and careers of students.

Keywords: entrepreneurial competencies, competitiveness, students, extracurricular activities