

ANALIZA TEMELJNIH PRISTUPA ISTRAŽIVANJA PODUZETNIČKE KOMPETENCIJE DJECE I MLADIH

DALIBORKA LUKETIĆ
Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju
University of Zadar, Department of pedagogy

UDK: 65.012.4:37-053.2/.6
Pregledni članak / *Review*

Primljeno / *Received*: 5. XII. 2011.

U radu se razmatraju relevantni pristupi u istraživanjima razvoja poduzetničke kompetencije djece i mladih. Osim osvrta na teorijsku utemeljenost koncepta poduzetničke kompetencije, cilj rada je, na osnovi dosadašnjih istraživanja, prikazati konceptualna i metodološka rješenja koja prate konstrukciju istraživačkih instrumenata i empirijske provjere razvoja poduzetničke kompetencije učenika i studenata. Rad donosi pregled upitnika i skala procjena čija je primjena dovela do promjene pristupa u istraživanjima poduzetničke kompetencije djece i mladih. Analiza radova ukazuje na određena teorijska i metodološka pitanja kao smjernice u budućim istraživanjima. U okviru pedagoških istraživanja i vrjednovanja odgoja i obrazovanja za poduzetništvo, istraživači se češće opredjeljuju za vrjednovanje stavova sudionika odgojno-obrazovnog procesa prema sastavnicama poduzetništva.

KLJUČNE RIJEČI: *poduzetnička kompetencija, odgoj i obrazovanje za poduzetništvo, svojstva poduzetničke ličnosti*

UVOD

Cjeloživotno učenje je kontinuirani proces stjecanja novih znanja i razvoja sposobnosti te pretpostavka za povećanje konkurentnosti i ljudskog potencijala svakog društva utemeljenog na znanju. Kako bismo mogli uspješno sudjelovati u procesima učenja tijekom cijelog života, potrebno je razvijati i usvajati određene temeljene kompetencije. Poduzetnička kompetencija jedna je od osam temeljnih kompetencija koje čovjeka osposobljavaju za cjeloživotno učenje. Važnost suvremenog kompetencijskog pristupa, potreba njihovog usvajanja putem formalnog odgoja i obrazovanja dovodi do porasta interesa znanosti za praćenjem razvoja i vrjednovanja kompetencija. U suvremenim sustavima odgoja i obrazovanja zemalja Europske unije i drugih izvan europskih zemalja poduzetništvo je društvena i odgojno-obrazovna vrijednost. Zahtjev za razvojem poduzetničke kompetencije putem učenja i poučavanja u formalnom obrazovanju pretpostavlja ostvarenje preduvjeta za aktivno sudjelovanje mladih ljudi u procesima cjeloživotnog učenja. Radna skupina za temeljne kompetencije Europske komisije (2002) ističe kako se odgoj i obrazovanje za poduzetništvo u školama treba usmjeriti prema poticanju i razvijanju poduzetničkih kvaliteta, usvajanju pozitivnih stavova prema poduzetništvu i samozapošljavanju, te ranom usvajanju znanja o poduzetništvu. Implementacija poduzetničke kompetencije se

ostvaruje kroz pedagoško-didaktičke programe i modele poučavanja i učenja koje čine neizostavni dio nacionalnih obrazovnih kurikulumata počevši od primarnog i sekundarnog, pa sve do tercijarnog obrazovanja.

Koncept poduzetništva u odgojno-obrazovnom kontekstu razmatra se putem šireg i užeg značenja pojma poduzetništvo. U širem značenju odgoj i obrazovanje za poduzetništvo pretpostavlja stjecanje poduzetničke kompetentnosti. Razvoj kompetentnosti odvija se procesom poduzetničkog učenja kojeg obilježava pomak od poučavanja prema aktivnom i kreativnom procesu učenja čovjeka. Poduzetničko učenje je proces poticanja poduzetničkog načina mišljenja, osvještavanja kreativnog potencijala, korištenja postojećih znanja i vještina na inovativan način, stjecanja novih vještina kroz inovativnosti, preuzimanja osobne odgovornosti za učenje i djelovanje. Osim navedenih ishoda učenja, unutar šireg razumijevanja odgoja i obrazovanja za poduzetništvo cilj je i postizanje ekonomske pismenosti usvajanjem osnovnih ekonomskih znanja. Ovaj širi koncept, uključuje i razvoj određenih odlika osobnosti poput inicijativnosti, odgovornosti te mnogih drugih obilježja ličnosti. Upravo po svom temeljnom određenju i cilju razvoja poduzetnosti osobe, širi koncept odgoja i obrazovanja za poduzetništvo primjenjiv je u nastavnim i izvannastavnim radu tijekom trajanja obveznog obrazovanja. Uže značenje poduzetništva u odgojno-obrazovnom kontekstu je u funkciji dominantnog ekonomskog razumijevanja te obuhvaća specifična ekonomska znanja i vještine potrebne za razvijanje i djelovanje u poslovnim procesima i poduhvatima. Oblici obrazovanja za poduzetništvo, u općim i posebnim programima učenja i osposobljavanja također su dio obrazovnih programa. Duža tradicija specifičnih oblika poučavanja poduzetništva se bilježi u području strukovnog i visokog obrazovanja.

Prekretnicu u razumijevanju značenja poduzetništva, ne samo na pojmovnoj razini već i šire, čini rad poznatog američkog ekonomista T. W. Schultza,¹ koji ističe da poduzetnička sposobnost (*Entrepreneurial ability*) nije isključiva privilegija čovjeka, koja je vezana za poslovne poduhvate, već se ona može se manifestirati kod većine ljudi, te obrazovanjem pojedinac može razviti sposobnosti uočavanja i reagiranja u situacijama koje obilježava nesigurnost, a koje su tipične za poduzetno djelovanje (Schultz, 1975; 1980).

Termin poduzetnička kompetencija, je stoga najuže povezan s razvojem određenih obilježja osobnosti te vještinama i sposobnostima koje omogućuju poduzetno djelovanje, kreiranje osobnog razvoja i realiziranje mogućnosti u promjenjivom društvenom okruženju. Pojam "kompetencija" označava osobni potencijal kao odgovor na određene kognitivne zahtjeve u specifičnim područjima učenja i ponašanja (Koeppen i sur., 2008: 62). Međutim termin poduzetnička "kompetencija" rijetko je korišten u dosadašnjim istraživanjima. Konceptualno su razvijani drugi pojmovi sa sličnim ili istim značenjem koje se pridaje terminu kompetencija poput *poduzetnička namjera*, *poduzetnička orijentacija* i *poduzetnička sklonost*. Istraživači se danas slažu u jednom, bez obzira koji termin koristili za opisivanje skupa sastavnica i obilježja poduzetnog djelovanja, da se radi o složenom teorijsko-empirijskom konstrukt. Značenje koje mu se pridaje i način na koji će se proučavati i znanstveno interpretirati ovisit će o odabiru primjerenog teorijskog okvira kao i pitanjima na koja se želi odgovoriti empirijskim provjerama.

¹ Dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju godine 1979., te začetnik teorije ljudskog kapitala.

CILJ ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja je analiza relevantnih istraživanja u području odgoja i obrazovanja za poduzetništvo, pregled konceptualnih i metodoloških rješenja koja prate konstrukciju istraživačkih instrumenata korištenih u svrhu empirijskih provjera razvoja poduzetničke kompetencije djece i mladih.

Poduzetnička kompetencija je zajednički naziv za znanja, vještine, sposobnosti i stavove koji čine osnovu za učinkovito i poduzetno djelovanje. Stjecanje poduzetničke kompetencije jest cilj odgoja i učenja za poduzetništvo, a uglavnom se opisuje pomoću odgojno-obrazovnih ishoda koji se odnose na razvoj odlika osobnosti. Tako je poduzetnička kompetencija najuže povezana s inicijativnosti, inovativnosti, kreativnosti, smislom za rizik, sposobnostima uočavanja prilika i dr. Što sve čini poduzetničku kompetenciju pitanje je same strukture i raspona mogućih pripadajućih sastavnica. U teorijskim raspravama uočavamo širok izbor sastavnica poduzetništva. One su dijelom odgovor na pitanje što čini poduzetnu osobu različitom od drugih. Pripisivanje različitih svojstava ili obilježja poduzetništva uglavnom se zasnivalo na puno ranijim teorijskim radovima o prirodi samog fenomena.

Istraživanja pojedenih dimenzija poduzetništva pripadaju istraživanjima strukture pojave.² Iz analize recentne literature uočavamo da je poduzetnička kompetencija, u pokušajima teorijske konceptualizacije, višedimenzionalan konstrukt. Sve ono što čini ovu jedinstvenu kompetenciju se opisuje komponentama koje imaju obilježja vještina i sposobnosti, osobina ličnosti, znanja, stavova.

Na temelju analiza radova svojih prethodnika, isključivo američkih teoretičara, Francis W. Rushing (1990) izvodi prijedlog poduzetničkih obilježja, koji obuhvaća potrebu za postignućem, kreativnosti i inicijativnosti, preuzimanjem rizika i postavljanjem ciljeva, samopouzdanjem i vjerovanjem u mogućnost osobne kontrole situacije, potrebom za neovisnosti i samostalnim djelovanjem, te predanosti u radu. Značajan teorijski i istraživački doprinos razumijevanju poduzetničkih kvaliteta pronalazimo u radovima američke znanstvenice Marilyn Kourilsky koja ističe kako socijalizacijski proces mladih ljudi, posebice u fazi školovanja treba omogućiti prilike za ostvarivanje poduzetničkog mišljenja i ponašanja (Kourilsky, 1990: 141).

Britanski teoretičari, posebice autori zaslužni za razvoj modela poduzetničkog obrazovanja *Duham University Business School*³ određuju karakteristike poduzetne osobe na temelju doprinosa osobina usmjerenosti na postignuće, sklonosti riziku i dr., za osobnu poduzetnost, potom komunikacijskim vještinama, vještinama vođenja drugih, potrebnim znanjima, odnosno kognitivnoj komponenti i stavovima koji su karakteristični za poduzetništvo (Caird, 1992).

² Kada je riječ o poduzetničkoj kompetenciji, koja se određuje kao skup određenih svojstava i kvaliteta, potrebno je pri upotrebi razlikovati pojmove: *sastav* (sastavnice) i *struktura*. Pitanje strukture je utvrđivanje odnosa sastavnih elementa. Iste kompetencijske sastavnice mogu činiti poduzetničku kompetenciju učenika i studenata, međutim povezanost sastavnih elemenata može biti različita te na taj način činiti različitu strukturu

poduzetničke kompetencije učenika i poduzetničke kompetencije studenata.

³ *Duham University Business School* (DUBS) je ugledna britanska visokoškolska institucija u kojoj su početkom 90-tih godina djelovali poznati teoretičari poduzetničkog obrazovanja. DUBS model poduzetničkog obrazovanja za cilj ima razvoj upravo poduzetničkih kvaliteta, a razvili su S. Caird, J. Cotton i A. Gibb.

Gibbova teorija poduzetničkih dimenzija ličnosti (2002) značajna je doprinos u koncipiraju poduzetništva i mogućnostima usvajanja sastavnica poduzetništva putem odgoja i obrazovanja. U teoriji poduzetničkih dimenzija istaknute su sljedeće sposobnosti i vještine: osposobljenost za donošenje odluka, kreativno rješavanje problema, samostalnost u radu, spremnost za timski rad, sposobnost artikuliranja vlastitih ideja i ciljeva i dr. Prema Gibbu, navedene sposobnosti i vještine potkrepljenje su sa nekim osobnim kvalitetama koje je nužno razvijati procesom odgoja i obrazovanja, poput samopouzdanja, samosvjesnosti, potrebom za neovisnošću, vjerovanjem u vlastitu kontrolu situacije, predanost radu, potrebe za postignućem, potrebe za preuzimanjem razumnog rizika i sposobnosti prilagodbe u različitim situacijama. Gibbova teorija poduzetničkih dimenzija ličnosti kasnije je poslužila za izradu upitnika stavova prema poduzetništvu britanske autorice R. Athayde. Iako postoje razlike u poimanju poduzetništva između američkih i britanskih teoretičara, analiza predloženih obilježja koje se stavljaju pod nazivnik "poduzetnički", pokazuje relativno slaganje u odabiru relevantnih obilježja poduzetničke kompetencije. U radovima prethodno istaknutih teoretičara obrazovanja za poduzetništvo dolazimo do zaključka da se navedena obilježja poduzetništva mogu razvijati i poticati primjerenim odgojno-obrazovnim postupcima.

Važno je napomenuti kako je ovdje riječ o strukturnim sastavnicama pomoću kojih je moguće opisati i objasniti poduzetničku kompetenciju. Međutim, s pedagoškog gledišta i poštivanja zakonitosti čovjekova razvoja, navedene sastavnice postaju promjenjive te je potrebno razmotriti njihovu hijerarhijsku strukturu. U tom smislu javlja se zahtjeva za njihovom empirijskom provjerom i izradom odgovarajućih modela poduzetničke kompetencije, koje u konačnici mogu poslužiti za osmišljavanje primjerenih kurikulumskih rješenja za poučavanje poduzetništva. Draycott i Rae (2011) u svom radu propituju primjerenost poduzetničkog obrazovanja u Engleskoj na temelju sadržaja, ciljeva i očekivanih ishoda učenja, te zaključuju kako je nužna revizija kurikuluma obrazovanja za poduzetništvo koji se trenutno primjenjuje u engleskim školama zbog tendencije uklapanja raznih sadržaja u oblike učenja i poučavanja za poduzetništvo koji prema mišljenju autora ne odgovaraju poduzetničkom načinu učenja.

Ono što otežava (su)konstrukciju i realizaciju kurikuluma učenja i poučavanja poduzetničkim kompetencijama je svakako širok izbor mogućih sastavnica, sa rijetkim provjerama primjerenosti sadržaja učenja, oblika realizacije kao i očekivanim ishodima učenja. Ne možemo očekivati da djeca u osnovnoj školi sadržajno razumiju složene koncepte ekonomske pismenosti, ali možemo očekivati da razvijaju svoju kreativnost, inovativnost i pozitivan stav prema drugima putem odgoja i obrazovanja za poduzetništvo.

OSVRT NA DOSADAŠNJA RELEVANTNA ISTRAŽIVANJA

Danas još uvijek nije postignut konsenzus o samoj definiciji poduzetničke kompetencije. Ovaj problem vidljiv je u većini suvremenih teorijskih i empirijskih radova kroz neprestanu potrebu istraživača za ponovnim konceptualizacijama. Istraživanja, danas, imaju ograničenu mogućnost generalizacije zbog fragmentarnog pristupa i teorijski različitih utemeljenja istraživnog konstrukta (Alberti i sur., 2004). Suvremeni pristup se temelji na činjenici da se poduzetnost te kvalitete povezane s poduzetništvom mogu razvijati i poučavati u formalnom vidu obrazovanja ili kroz programe neformalnog i informalnog

obrazovanja (Kourilsky i Campbell, 1981; Chell i sur., 1991; Rushing, 1990; Kourilsky i Walstad, 2007; Athayde 2009).

Razvoj istraživanja je postupno pratio dinamiku implementacije poduzetništva u sustavima odgoja i obrazovanja. Veća zastupljenost obrazovanja za poduzetništvo se bilježi u području visokog obrazovanja. Studijski programi u visokom obrazovanju koncentrirali su se isključivo na ekonomski aspekt jer se dugo vremena poduzetništvo koristilo u svojoj uskom određenju, te je vrednovano isključivo ekonomskim parametrima. Istraživačka tradicija proučavanja poduzetništva u odgojno-obrazovnom kontekstu započinje empirijskim provjerama na populaciji studenata. Kako su za vrjednovanje korišteni ekonomski pokazatelji, razumljivo je da se niže razine obrazovanja nisu smatrale primjerenim mjestom za poduzetničko učenje. Prepoznavanjem važnosti poduzetništva za procese cjeloživotnog učenja te implementacijom poduzetničke kompetencije kao očekivanog ishoda obveznog obrazovanja, javlja se potreba za proučavanjem njezina razvoja na populaciji učenika i posebnim skupinama mladih ljudi (Rasheed i Rasheed, 2003). Jedno od bitnih obilježja istraživanja je postavljanje koncepta poduzetništva u odgojno-obrazovni kontekst koji je djeci i mladima iskustveno blizak i poznat. Ova pretpostavka je temelj za operacionalizaciju poduzetničke kompetencije djece i mladih koji nemaju izravno iskustvo sa poduzetništvom, ali navedenu temeljnu kompetenciju razvijaju tijekom trajanja predtercijalnog obrazovanja.

Prateći ovakav slijed razvoja, istraživači postupno razvijaju zaključke o odgovarajućim istraživačkim i empirijskim potvrdama njezinog razvoja uvažavajući specifičnosti populacije mladih ljudi. Analizom dosadašnjih empirijskih radova u ovom području može se zaključiti da se istraživanja mogu svrstati u dva temeljna pravca: ispitivanju svojstva poduzetničke ličnosti i ispitivanju stavova o poduzetništvu.

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA NA ISPITIVANJU SVOJSTAVA LIČNOSTI

Istraživanja utemeljena na ispitivanju svojstava poduzetničke ličnosti predstavljaju prvi veći metodološki pristup u istraživanjima poduzetništva. Ciljevi ovakvih nastojanja leže u teorijskim postavkama kako specifična svojstva ličnosti govore o određenim ponašanjima, reagiranjima i sl. Najpoznatiju tipologiju ličnosti u području odabira karijere i profesionalne orijentacije predložio je psiholog J. L. Holland⁴ opisujući šest tipova ličnosti koji se međusobno razlikuju po svojim svojstvima. Hollandov E-tip odnosi se na poduzetnu ličnosti, koja posjeduje moć uvjeravanja i vođenja drugih ljudi (Holland, 1997). Iz Hollandove teorije ličnosti proizašao veliki broj instrumenata dijagnostičkog tipa koji se nazivaju upitnicima profesionalnih interesa. Deskripcija E-tipa ličnost, odnosno poduzetnička ličnost pružila je njemačkim istraživačima teorijsku osnovu za ispitivanja poduzetničke orijentacije adolescenata. Kao pokazatelje poduzetničke orijentacije u ovom istraživanju autori su odabrali tri mjere: poduzetnički interes (11 čestica sličnih Hollandovom E-upitniku), poduzetničke vještine i poduzetnička samoeфикаsnost (Schmitt-Rodermund i Vondracek, 2002). Osim navedenih autora i referentnih podataka o ispitivanju njemačkih

⁴ RIASEC tipologija je skraćeni i često korišteni naziv za Hollandovu tipologiju: (1) Realistic (realistični); (2) Investigative (istraživački);

(3) Artistic (umjetnički); (4) Enterprising (poduzetnički); (5) Social (socijalni); (6) Convencional (konvencionalni).

adolescenata, danas ne postoje podaci je li se ovaj način operacionalizacije primjenjivao u nekim drugim ispitivanjima.

U određenom broju dostupnih, uglavnom psihologijskih, istraživanja koja su za cilj imala ispitivanje svojstava poduzetničke ličnosti, koristila se dosada najpoznatija i najcjelovitija tipologija ličnosti tzv. *teorija pet velikih dimenzija ličnosti*⁵ (*Big Five Model of Personality*) (Costa, McCrae, 1992). Za ovakav pristup istraživanjima specifičnu skupinu ispitanika čine poduzetnici, premda je primjena upitnika pet velikih dimenzija ličnosti primjenjivana pri provjeri uloge dimenzija ličnosti u formiranju poduzetničke namjere kod studenata (Brice, 2004). Međutim traganje za specifičnim svojstvima poduzetničke ličnosti, na temelju dosadašnjih spoznaja dovodi britansku autoricu Elizabeth Chell do zaključka da su potreba za postignućem, vjerovanje u vlastitu kontrolu situacije (interni lokus kontrole) i spremnost za preuzimanje rizika upravo "velika tri svojstva poduzetničke ličnosti" (Chell, 2008). Osim općih i globalnih dimenzija, poput pet velikih dimenzija ličnosti, u istraživanjima se javlja potreba za ispitivanjem specifično "poduzetničkih" dimenzija. Jedan takav instrument pod nazivom *Test općih poduzetničkih sklonosti*⁶ (*General Enterprising Tendency Test*) je razvila britanska znanstvenica Sally Caird. Upitnik općih poduzetničkih sklonosti sadrži 54 čestice kojima se vrjednuje pet dimenzija ličnosti, koje se po mišljenju autorice najčešće pripisuju poduzetnicima: potreba za postignućem, potreba za neovisnošću, poriv i odlučnost, sklonost za preuzimanje rizika i kreativnost. U razmatranju primjerenosti ovog instrumenta za ispitivanje poduzetničke sklonosti, Cromie (2000) zaključuje kako je riječ o složenom instrumentu koji na principu papir-olovka mjeri temeljne poduzetničke karakteristike i osobnu sklonost prema poduzetnosti, premda je svrha primjene vezana za razlikovanje poduzetnika i drugih osoba koje dolaze iz drugih profesionalnih područja. U Hrvatskoj je 2007. godine provedeno istraživanje u kojem je *Test općih poduzetničkih sklonosti* prilagođen i empirijski provjeren. Istraživački rad Irene Miljković Krečar (2008) rezultirao je izradom Upitnika poduzetničkih sklonosti za razlikovanje osoba sa izraženim poduzetničkim sklonostima u hrvatskom okruženju. U fazi konstrukcije instrumenta preliminarno ispitivanje provedeno je na uzorku 271 studenta.

Pristup istraživanju poduzetničke kompetencije utemeljen na ispitivanju svojstvima ličnosti je uglavnom primijenjen u istraživanjima na studentskoj populaciji i populaciji odraslih ispitanika. Unatoč relevantnosti istraživanja utemeljenih na svojstvima ličnosti, ovaj pristup doživljava značajne kritike. Gartner (1989) ističe kako su svojstva ličnosti po svojoj prirodi statične strukture. Njegova je preporuka a se u istraživanjima ispituju karakteristike ponašanja više nego svojstva ličnosti. Amit i suradnici (1993) zaključuju da se svojstva ličnosti teško mogu mjeriti i promatrati te da svojstva koja se pripisuju poduzetnicima često puta nisu isključivo "rezervirana" i jedinstvena za poduzetnike. Značajnu kritiku ovom pristupu uputio je Robinson (1991), ustvrdivši da svojstva ličnosti i demografska obilježja nisu najbolji pokazatelji, nego pristup utemeljen na istraživanju stavova.

⁵ E – ekstraverzija; U – ugodnost; S – savjesnost; N – neuroticizam; O – otvorenost.

⁶ Test općih poduzetničkih sklonosti skraćeno se naziva GET Test.

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENJA NA ISPITIVANJU STAVOVA

Sljedeću skupinu razmatranih istraživanja čine empirijski radovi koji za cilj nemaju izravno mjerenje dimenzije ili svojstva ličnosti, već stava prema odabranim specifičnim komponentama poduzetništva. Začetnici teorije o poduzetništvu temeljene na ispitivanju stavova, Robinson i suradnici 1991. godine osmišljavaju i empirijski provjeravaju *Skalu poduzetničke orijentacije (Entrepreneurial Attitude Orientation)*, koja se teorijski uklapala u ranije radove o sadržaju poduzetništva. Skala poduzetničke orijentacije sadrži 75 čestica koje se sadržajno odnose na stavove studenata prema postignuću, osobnoj kontroli, inovativnosti i samopoštovanju (Robinson i sur., 1991). Na temelju dobivenih rezultata Robinson zaključuje da ispitivanja poduzetništva utemeljena na ispitivanju stavova imaju značajne posljedice na ideju odgoja i obrazovanja za poduzetništvo i različite druge obrazovne inicijative. Budući da su stavovi podložni promjenama, na njih mogu utjecati nastavnici (Robinson i sur., 1991: 24). Ipak, Robinsonova skala za procjenu stavova primijenjena je na populaciji studenata, odnosno sadržajno odgovara ispitanicima koji završavaju ili su završili svoje formalno obrazovanje. Nedostatak primjerenoga instrumenta za ispitivanje stavova učenika, posebice ako za cilj imaju praćenje razvoja stavova, uočila je britanska istraživačica Rosemary Athayde.

Teorijsku osnovu u razvoju njezinog Upitnika stavova prema poduzetništvu (*Attitudes to Enterprise Test - ATE*) čini Gibbova teorija dimenzija poduzetnosti. U razdoblju od 2002. godine do 2009. je provedeno nekoliko istraživanja s britanskim srednjoškolicima, koja su za cilj imala utvrđivanje osnovnih metrijskih pokazatelja upitnika stavova o poduzetništvu (Athayde 2009), a kasnije provjeravala se je primjerenost instrumenta u drugim sociokulturnim sredinama (Steenekamp i sur., 2011). Prema dostupnim podacima, postoje dvije verzije skale, ovisno o tome primjenjuju li se na populaciju učenika (14 do 16 godina) ili na populaciji studenata. Skala stavova koja se odnosi se na učenike sadržava 30 čestica koje su sadržajno i kontekstualno prilagođene učenicima koji se još uvijek školuju. Skala obuhvaća procjene pet temeljnih sastavnica poduzetništva: kreativnost (*važnost kreativnosti i osobna percepcija kreativnosti*), osobna kontrola (kroz mjerenje *koliko sam ja..., koliko su drugi...*), usmjerenost pojedinca na postignuće u projektnom radu (*doživljaj vlastite uloge u grupnom radu*), oslanjanje na intuiciju pri rješavanju problema (*kako pristupam rješavanju problema*) i sposobnost vođenja drugih (*koliko sam spreman pomoći drugima*). Verzija skale ATE, koja se primjenjuje u istraživanju studentskih stavova, obuhvaća procjene stavova na ukupno 6 dimenzija: kreativnost, osobna kontrola nad budućom karijerom, usmjerenost na postignuće, oslanjanje na intuiciju pri rješavanju problema, sposobnost vođenja drugih i suradnju, te procjenu stavova prema poduzetničkom preuzimanju rizika. Navedena studentska verzija skale, prema dostupnim podacima, primijenjena je u istraživanju stavova prema poduzetničkom obrazovanju i procjeni osobne poduzetničke namjere studenata zagrebačkog Ekonomskog fakulteta (Dabić i sur., 2009).

U dosadašnjim istraživanjima, obje verzije skale stavova prema poduzetništvu, pokazuju izvrsne metrijske pokazatelje, visoku pouzdanost i osjetljivost odabranih mjera. Njihovim dosadašnjim primjenama potvrđena je višedimenzionalna priroda poduzetničke kompetencije.

Teorija planiranog ponašanja (Ajzen, 1991) poslužila je kao model za ispitivanje jednog drugog koncepta koji se sadržajno blizak onome što se danas naziva poduzetnička

kompetencija. Pojam poduzetnički poriv (*Entrepreneurial drive*) prvi je upotrijebio Robert Gentley (prema Florin i sur., 2007) kao naziv za unutarnji poticaj zbog kojeg ljudi postižu uspjeh i stvaraju promjene unatoč protivljenju drugih. Istraživačku definiciju i operacionalizaciju poduzetničkog poriva ponudio je američki istraživač J. Florin sa suradnicima, sa značenjem individualne percepcije poželjnosti i spremnosti osobe za aktivno traženje prilika i pružanje kreativnog odgovora na izazove i zadaće (Florin i sur., 2007: 26). Iz predložene definicije je vidljivo da Florin utemeljuje konstrukt u teoriji planiranog ponašanja. Odnosno, namjera za planirano ponašanje jednaka je unutarnjem porivu koji određuju stavovi osobe. Empirijska provjera provedena je *Upitnikom poduzetničkog poticaja (Entrepreneurial Drive Questionnaire)*. Utvrđivanje metrijskih karakteristika i inicijalno ispitivanje provedeno je na uzorku 220 studenta prve godine sveučilišta koji nemaju studijske programe poduzetništva. Rezultati faktorske analize i drugih statističkih postupaka pokazali su višedimenzionalnost ispitivanog koncepta, koji uključuje pet faktora: proaktivno djelovanje, preferiranje inovativnosti, samoeфикаsnost, usmjerenost na postignuće i nekonformizam.

Osim spomenutog istraživanja, teorija planiranog ponašanja poslužila kao osnova za ispitivanje poduzetničke namjere i općenito stavova prema poduzetništvu. Frank i sur. (2005) u ispitivanju poduzetničke orijentacije austrijskih srednjoškolaca, kao i Lepoutre sa suradnicima (2010) pri ispitivanju učinka obrazovanja za poduzetništvo u belgijskim srednjim školama, poslužili su se u svojim istraživanjima dijelom teorije planiranog ponašanja, prema kojoj se poželjnost i spremnost za određeno ponašanje temelji na stavovima i osobnoj percepciji.

Kod nas je, prema dostupnim podacima, provedeno istraživanje stavova o poduzetništvu u kontekstu osnovnoškolskog sustava odgoja i obrazovanja. Jokić i sur. (2007) pri operacionalizaciji koristili su temeljna određenja psihologijskih konceptata samoeфикаsnosti i samodeterminacije kombinirajući ih sa odgojno-obrazovnim inicijativama za poučavanja poduzetništvo unutar australskog i škotskog sustava odgoja i obrazovanja.

SMJERNICE U ISTRAŽIVANJIMA PODUZETNIČKE KOMPETENCIJE DJECE I MLADIH

Prethodno analizirani empirijski radovi pokazuju korisne smjernice za buduća istraživanja poduzetničke kompetencije djece i mladih. Tako određena teorijska rješenja, poput Gibbove teorija poduzetničkih dimenzija, mogu biti temelj za razvoj pouzdanih istraživačkih instrumenata upitničkog tipa, kao što je slučaj razvoja *Upitnika stavova prema poduzetništvu* (Athayde, 2009). Polazišta za buduća istraživanja možemo pronaći u načinima ispitivanja poduzetničke kompetencije, te obilježjima kojima je dan značaj u dosadašnjim istraživanjima. Analiza istraživačkih doprinosa pokazuje da postoji relativno slaganje istraživača u odabiru dimenzija poduzetništva: potrebe i želje za postignućem, vjerovanja u vlastitu kontrolu situacije, spremnosti za preuzimanje rizika, potrebe za neovisnošću, kreativnosti i inovativnosti, te posredujuće uloge samoeфикаsnosti i samopoštovanja.

Suvremeno shvaćanje poduzetništva u kontekstu cjeloživotnog učenja podrazumijeva stjecanje razine kompetentnosti i osposobljenosti čovjeka. Pri osmišljavanju istraživanja poduzetničke kompetentnosti, posebice ako želimo ispitivati na koji način se ona razvija kod mladih ljudi, valja obratiti pozornost na određene specifičnosti te ograničenja prijašnjih

istraživanja. Na osnovi dosadašnjih istraživanja moguće je identificirati dva temeljna pristupa u proučavanju poduzetništva mladih, onima koji se temelje na ispitivanju svojstava poduzetničke ličnosti i onima koji se temelje na ispitivanju stavova o poduzetništvu. Ako polazimo od pretpostavke da se poduzetništvo može objasniti strukturom čovjekove ličnosti, onda valja uzeti u obzir da se kod učenika ta struktura još uvijek nalazi u fazi razvijanja i formiranja te je pod utjecajem različitih čimbenika koji doprinose njezinom oblikovanju: školovanje, vršnjaci, socijalizacijski procesi, samoobrazovanje i sl. S druge strane, stavovi mogu biti pretpostavka određenog djelovanja, u ovom slučaju poduzetnog djelovanja. Ajzen (1991) ističe da je namjera glavni prediktor određenog ponašanja, te je utjecaj stavova na ponašanje posredovan namjerom. Stoga ispitivanja utemeljena na stavovima mladih ljudi o poduzetništvu mogu biti značajan doprinos u razumijevanju razvoja poduzetničke kompetencije. Formiranje stavova sastavni je dio odgojno-obrazovnog procesa kao i cjelokupnog socijalnog razvoja čovjeka.

Nadalje je primjetno da su nastojanja istraživača usmjerena na definiranje i pokušaje operacionaliziranja poduzetničke kompetencije te konstrukciju i provjeru odgovarajućih istraživačkih instrumenata. Jedan od mogućih otežavajućih faktora svakako je širok izbor sastavnica kojima se opisuje i dijelom objašnjava poduzetnička kompetencija mladih ljudi. Ovakva tendencija sveobuhvatnog konceptualiziranja poduzetništva, zapravo je otežavajući faktor u istraživanjima. Budući istraživači bi vjerojatno, trebali svoje napore usmjeriti na vrjednovanje doprinosa pojedinih sastavnica u objašnjavanju navedene kompetencije.

Unatoč činjenici da se procesom odgoja i obrazovanja kompetencija usvaja i razvija, istraživanja teže izoliranom promatranju razina usvojenosti kompetencije. U funkciji praćenja razvoja kompetencije ni u kojem slučaju ne bi se smjelo izostaviti proučavanje odgojno-obrazovnog konteksta. Budućnost istraživanja svakako će obilježiti potreba za utvrđivanjem kako i na koje sve načine se poduzetničke kompetencija razvija, te kako različiti stupnjevi usvojenosti pomažu mladim ljudima u realizaciji školskog postignuća ili snalaženja u drugim područjima djelovanja kako što može biti samozapošljavanje. U tom smislu važna je uloga pedagoških istraživanja jer pitanja razvoja i poticanja su pitanja utvrđivanja odgojno-obrazovnog utjecaja. Time dolazimo do zaključka da još jedan od mogućih istraživačkih smjerova može biti vrjednovanje kvalitete specifičnih kurikulumskih rješenja za poučavanje poduzetništva. Kod evaluacijskih istraživanja, nameće se potreba za primjenom drugih metodoloških postupaka, jer očigledno je kako dosadašnja ispitivanja održavaju i opisuju stanje bez odgovora na pitanja na koji način se kompetencija potiče i razvija. Ukoliko problem istraživanja poduzetničke kompetencije formuliramo u terminima procesa i podrške razvoju i usvajanju, onda je potrebno posegnuti za određenim istraživačkim rješenjima kvalitativnog metodološkog pristupa.

UMJESTO ZAKLJUČKA

Cilj rada je bio ukazati na neke temeljne razlike u pristupu istraživanju poduzetničke kompetencije djece i mladih, te ponuditi pregled do sada korištenih skala procjena i upitnika. Istraživači su često pribjegavali upotrebi različitih termina poput orijentacije i namjere koji su u operacionalizaciji vrlo srodni pojmu kompetencija. Analiza relevantnih istraživanja je pokazala da se dosadašnji empirijski radovi o poduzetničkoj kompetenciji djece i mladih mogu, prema cilju istraživanja i korištenim instrumentima, kategorizirati

u dva dominantan pristupa. Istraživanja utemeljena na proučavanju svojstava ličnosti nastoje, primjenom upitnika ili skala, utvrditi odnos pojedenih dimenzija ličnosti u objašnjenju poduzetničke kompetencije. Rezultati istraživanja ukazuju da se određenim dimenzijama osobnosti može objasniti poduzetnička kompetentnost.

Drugu skupinu istraživanja obilježava usmjerenost na ispitivanje stavova prema poduzetništvu. Iako počivaju na kritici izravnoga mjerenja svojstava ličnosti, ova istraživanja ispituju osobni stav prema pojedenim obilježjima poduzetničkog načina djelovanja. Osobe koje imaju izraženije pozitivne stavove prema poduzetništvu, u kategorijama percepcije poželjnosti i osobnog preferiranja, vjerojatno će biti sklone takvom načinu mišljenja i ponašanja.

Pristup utemeljen na istraživanju svojstvima ličnosti i teoriji stavova počivaju na teorijski različitim viđenjima čovjekovog ponašanja. Oba pristupa imaju svoja teorijska i metodološka opravdanja, prednosti i nedostatke, kao i podjednako značenje za znanstvenu interpretaciju poduzetničke kompetencije djece i mladih. Zbog nedostatka izravnog iskustva sa poduzetništvom, istraživanja se moraju usmjeriti na proučavanje specifičnog, i učenicima poznatog, odgojno-obrazovnog konteksta. Poduzetnička kompetencija nije statično svojstvo ljudske osobnosti, promjenjiva je, kako u pogledu svog razvoja tako i manifestiranja u specifičnim situacijskim uvjetima. Potreba za daljim istraživanjima poduzetničke kompetencije djece i mladih svakako je nužna, a rezultati će biti vrijedniji ako će za posljedicu imati promjenu i unaprjeđivanje odgojno-obrazovne prakse.

LITERATURA

Alberti, F., Sciascia, S., Poli, A. (2004), Entrepreneurship Education: Notes on an Ongoing Debate. 14th Annual IntEnt Conference University of Napoli Federico II (Italy), 4-7 July 2004.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 - 211.

Athayde, R. (2009), Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2): 481 – 500.

Amit, R., Glostén, L., Muller, E. (1993), Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30(5): 815-834.

Brice, J. (2004), The Role of Personality Dimensions on the Formation of Entrepreneurial Intentions. USASBE Small Business Advancent National Center.

Caird, S., (1992), Problems with the identification of enterprise competencies and the implications for assessment and development. *Management Education and Development*. 23 (1): 6-17.

Chell, E. (2008), *The entrepreneurial personality: a social construction* - 2nd ed. Taylor & Francis e-Library.

Chell, E., Haworth, J. M., Brearley, S. (1991), *The entrepreneurial personality: concepts, cases, and categories*. London: Routledge

Cromie, S. (2000), Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 9(1): 7-30.

Dabić, M., Novak, I., Kovač, I., Athayde, R. (2009), Students' attitudes on entrepreneurial education and intentions of starting their own businesses. In: TEMPUS: Fostering Entrepreneurship in Higher Education (FoSentHE) Conference: Entrepreneurship Without Borders; 16-18 Nov 2009, Rishon Lezion, Israel.

Draycott, M., Rae, D. (2011), Enterprise education in schools and the role of competency frameworks, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 17 Iss: 2, pp.127 - 145.

European Commission (2002), Final report of the expert group "Best Procedure Project" on education and training for entrepreneurship. Brussels: European Commission.

Florin, J., Karri, R., Rossiter, N. (2007), Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education. An Attitudinal Approach. *Journal of Management Education*, 31 (1): 17 - 42.

Frank, H., et all. (2005), Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools. Status quo and recommendations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(2): 259 - 273.

Gartner, W., B. (1989), "Who is an Entrepreneur" is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice* 13(14): 47 - 68.

Gibb, A. (2002), In pursuit of a new "enterprise" and "entrepreneurship" paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*. 3(3): 233 -269.

Holland, John. L. (1997). Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments. Psychological Assessment Resources Inc.

Jokić, B. (ur.) (2007), Ključne kompetencije "učiti kako učiti" i "poduzetništvo" u osnovnom školstvu Republike Hrvatske. Istraživački izvještaj. Zagreb: Institut za društvena istraživanja, Centar za istraživanja i razvoj obrazovanja.

Koepfen, K., Hartig, J., Klieme, E., Leutner, D. (2008), Current Issues in Competence Modeling and Assessment. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*. 216(2): 61-73.

Kourilsky, M. L., Walstad, B. (2007), The Entrepreneur in Youth. An untapped resource for economic growth, social entrepreneurship, and education. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Kourilsky, M. L. (1990), Entrepreneurial Thinking and Behavior: What Role the Classroom? U: Kent, C., A. (1990) (ur.), *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. Westport (CT): Quorum Books.

Kourilsky, M. L., Campbell, M. (1981), The influence of instructional intervention on entrepreneurial attitudes of elementary school children. U: Sexton, D. L. and P.M. van Auken (ur.), *Entrepreneurship Education*, Baylor University Press, 42-50.

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

Rasheed, H. S., Rasheed, B., Y. (2003), Developing Entrepreneurial Characteristics in Minority Youth: The Effects of Education and Enterprise Experience. U: Curt H. Stiles and Craig S. Galbraith (ur.), *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process (International Research in the Business Disciplines, Volume 4)*, Emerald Group Publishing Limited, pp.261-277

Robinson, P., B., et al. (1991), An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13 – 30.

Rushing, F., W. (1990), Economics and Entrepreneurship Education in Elementary Grades. U: Kent, C., A. (1990) (ur.), *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. Westport (CT): Quorum Books.

Schultz, T., W. (1975), The Value of Ability to Deal with Disequilibria. *Journal of Economic Literature*, Vol. (13), No. 3, pp. 827 - 846.

Schultz, T., W. (1980), Investment in Entrepreneurial Ability. *Scandinavian Journal of Economics*. Vol. 82, No. 4 (1980), pp. 437 - 448.

Schmitt – Rodermund, E., Vondracek, F. W. (2002), Occupational dreams, choices and aspiration: adolescents' entrepreneurial prospects and orientations. *Journal of Adolescence*, 25: 65 – 78.

Steenekamp, A., G., van der Merwe, S., P., Athayde, R. (2011), Application of the Attitude Toward Enterprise (ATE) Test on Secondary School Learners in South Africa. *South African Journal of Economic and Management Science*, 14(3): 314 - 332. <http://www.sajems.org/index.php/sajems>. (Pristup: 28. rujna 2011.)

AN ANALYSIS OF BASIC APPROACHES TO RESEARCH OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES OF CHILDREN AND YOUNG PEOPLE

SUMMARY

This paper discusses the relevant approaches used in research entrepreneurial competencies among young people. In addition, beside the review of the theoretical foundations of the concept of entrepreneurial competencies, the propose is to present conceptual and methodological solutions that follow the design of research instruments and empirical testing of the development of entrepreneurial competence of students and pupils. This article provides an overview of the questionnaires and assessment scales whose application led to a change of approach in researching entrepreneurial competences of young people. The analysis of the proposed papers suggests some theoretical and methodological issues that may be useful to guide in future research. Finally, in the context of pedagogical research, necessary for the evaluation of education for entrepreneurship, the approaches based on a survey of attitudes towards entrepreneurship are considered most appropriate to improve the pedagogical theories and pedagogical practices.

KEY WORDS: *entrepreneurial competence, entrepreneurship education, entrepreneurial personality traits*