

Pregledni rad
UDK: 005.342:373.5](497.5 Zagreb)
Datum primitka članka u uredništvo: 14. 4. 2020.
Datum slanja članka na recenziju: 22. 4. 2020.
Datum prihvaćanja članka za objavu: 10. 6. 2020.

Doc. dr. sc. Maja Klindžić*

Doc. dr. sc. Rebeka D. Vlahov Golomejić**

Dora Cenčić¹, struč. spec. oec.***

PODUZETNIČKE SKLONOSTI SREDNJOŠKOLACA – ULOGA SPOLA, DOBI, VRSTE ŠKOLE I PODUZETNIČKIH UZORA U OBITELJI

THE INCLINATION TOWARDS ENTREPRENEURSHIP AMONG HIGH SCHOOL PUPILS – THE ROLE OF GENDER, AGE, SCHOOL TYPE AND ENTREPRENEURIAL ROLE-MODELS IN THE FAMILY

SAŽETAK: Uloga poduzetništva u razvoju suvremenih ekonomija odavno je prepoznata kao ključna za osiguravanje međunarodne konkurentnosti, tehnološkog napretka te generiranja radnih mjesta, što postaje još izraženije u razdobljima nakon kriza i recesija. Poduzetništvu, stoga, treba osigurati primjerenu pozornost u sustavu obrazovanja. Naime, kako mladi ljudi predstavljaju inovativnu i dinamičnu skupinu otvorenu prema novim društvenim i tehnološkim pokretima, obrazovanje za poduzetništvo treba biti dostupno već na sekundarnoj obrazovnoj razini jer je tijekom tog razdoblja još uvijek moguće usmjeravati izbor buduće karijere učenika. U ovom radu su ispitani stavovi o poduzetničkoj profesiji, poduzetničke namjere te percepcija doprinosa srednjih škola razvoju poduzetničkih znanja i ideja na uzorku 99 učenika u dvije srednje škole u Gradu Zagrebu. Osim što se pokazuje da srednjoškolski kurikulum i nastavne metode ne potiču učenike na razmišljanje o poduzetničkoj profesiji, istraživanje je ukazalo i na statistički značajne razlike u stavovima i percepcijama učenika o poduzetništvu s obzirom na spol i postojanje poduzetničkih uzora u obitelji.

KLJUČNE RIJEČI: poduzetništvo, srednjoškolci, obrazovanje za poduzetništvo, poduzetničke sklonosti, poduzetnička ideja

JEL: A21, L26, O31

* Doc. dr. sc. Maja Klindžić, Ekonomski fakultet Sveučilista u Zagrebu, Katedra za organizaciju i menadžment, Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb, e-mail: mklindzic@efzg.hr

** Doc. dr. sc. Rebeka Danijela Vlahov Golomejić, Ekonomski fakultet Sveučilista u Zagrebu, Katedra za organizaciju i menadžment, Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb, e-mail: rvlahov@efzg.hr

*** Dora Cenčić, struč. spec. oec, Podravka d.d., Radnička cesta 224, Zagreb, e-mail: doracencic@gmail.com

¹ Ovaj rad je djelomično nastao temeljem diplomskog rada kojeg je Dora Cenčić, struč. spec. oec. izradila i obranila pod mentorstvom doc. dr. sc. Maje Klindžić

ABSTRACT: The role of entrepreneurship in the development of modern economies has long been recognized as crucial to ensuring international competitiveness, technological advancement and job generation, which becomes even more pronounced in the aftermath of crises and recessions. Entrepreneurship, therefore, should be given adequate attention in the education system. Namely, as young people represent an innovative and dynamic group open to new social and technological movements, entrepreneurship education should already be available at a secondary level, as it is still possible to direct students' career choices during this period. This paper examines the attitudes towards the entrepreneurial profession, entrepreneurial intentions, and the perception of the contribution of high schools to the development of entrepreneurial knowledge and ideas on a sample of 99 students in two secondary schools in the City of Zagreb. In addition to showing that the high school curriculum and teaching methods do not encourage students to think about the entrepreneurial profession, the study also found statistically significant differences in students' attitudes and perceptions of entrepreneurship with respect to gender and the existence of entrepreneurial role models in the family.

KEY WORDS: entrepreneurship, high-school students, education for entrepreneurship, inclination towards entrepreneurship, entrepreneurial idea

1. UVOD

Promjenjivo tržišno okruženje posljednjih desetljeća pozicionira poduzetništvo i poduzetnički način razmišljanja na ključno mjesto u gospodarskom razvoju zemlje (Raposo i Do Paço, 2011.; Sánchez, 2013.; Zhang, Duysters i Cloudt, 2014.; Marnoto, Carvalho, 2016.; Ribić i Blažević, 2016.). Poduzetništvo potiče kreativnost i iznošenje vlastitih ideja na inovativan način s ciljem stvaranja novih elemenata i prilagodbe kontinuiranim promjenama na tržištu koje karakterizira globalna konkurencija (Ghasemi i sur., 2011.; Šimunić, 2017.). Svjetski trendovi na makroekonomskoj razini pokazuju kako novoosnovana mala i srednja poduzeća stvaraju značajan broj radnih mjesta i temelj su za postizanje ekonomske učinkovitosti, međunarodne konkurentnosti i tehnološkog napretka (Kirkley, 2017.; Shane i Venkataraman, 2000.). Osim toga, novoosnovana poduzeća pokreću i oblikuju inovativnost i fleksibilnost unutar gospodarstva zahvaljujući svojoj sposobnosti lakog prilagođavanja tržišnim promjenama, ubrzavaju strukturne promjene u gospodarstvu, a uvođenjem nove konkurencije i neizravno pridonose produktivnosti (Morić Milovanović, Krišto i Srhoj, 2015.; Opoku-Antwi, 2012.).

S obzirom da se razina poduzetništva znatno razlikuje po državama i tijekom vremena, uzroci i posljedice poduzetništva postaju predmet značajne i opsežne rasprave među znanstvenicima, donositeljima politika i vladama (Raposo i Do Paço, 2011.). Razvoj te strateška i operativna potpora poduzetništvu postaju tako prioritet i Europske unije u cjelini i Republike Hrvatske kao njene članice. Na individualnoj razini poduzetništvo također utječe na socijalni i ekonomski razvoj pojedinaca, omogućavajući im novu vrstu zaposlenja što je posebno važno u periodima nakon ekonomskih i financijskih kriza kada postaje puno teže naći zaposlenje u tradicionalnim strukturama (Ghasemi i sur., 2011.; Fafaliou, 2012.). Na tragu toga, poduzetnička kompetencija, kao i veze između obrazovanja, stvaranja pothvata i poduzetničkog učinka, te između poduzetničkog obrazovanja i poduzetničke aktiv-

nosti dolaze u fokus znanstvene analize (Kirkley, 2017.; Sánchez, 2013.; Raposo i Do Paço, 2011.; Pihie i Bagheri, 2010.; Van Praag i Versloot 2007.). Također, povećani interes za ulogu poduzetnika dovodi do pojave sve većeg broja istraživanja koja pokušavaju identificirati čimbenike koji promiču poduzetništvo (Zhang, Duysters i Cloodt, 2014.).

Poduzetništvo može biti generator razvitka koji će iskoristiti kreativne potencijale koji postoje u najširim slojevima populacije, te na taj način postaje sve povezanije s tržištem rada i mogućnošću povećanja socijalne kohezije putem samozapošljavanja skupina stanovništva koje su do tada bile marginalizirane (Ribić i Blažević, 2016.). Stoga, kako poduzetnički talenti ne bi ostali nerazvijeni, obrazovni programi u području poduzetništva nastoje povećati poduzetnički potencijal pojedinca kroz razvoj poduzetničkih znanja i vještina s ciljem povećanja broja novih poduzetničkih pothvata, te osnaživanja poduzetničkog načina ponašanja i promišljanja općenito (Andrić, Stanić, Bilandžić, 2018.; Raposo i Do Paço, 2011.). Također, s obzirom da mladi ljudi predstavljaju po prirodi inovativnu i dinamičnu skupinu otvorenu prema novim društvenim i tehnološkim pokretima, poduzetničkim djelovanjem mogu ne samo poboljšati svoj položaj na tržištu rada, već biti i katalizator ekonomskog rasta i nacionalne konkurentnosti (Pavić, 2008.).

Međutim, iako je proveden značajan broj istraživanja s ciljem ispitivanja uzroka poduzetničke sklonosti, ograničen broj je usredotočen na poduzetničke sklonosti mlađih generacija, posebice srednjoškolaca. Stoga autorice ovog rada fokus stavljaju upravo na ispitivanje poduzetničkih sklonosti srednjoškolaca, te na ulogu spola, dobi, vrste srednjoškolskog obrazovanja i poduzetničkih uzora u obitelji na njihove poduzetničke sklonosti.

Ostatak rada je organiziran kako slijedi – prvo je dan pregled prethodnih istraživanja u području nakon čega je prikazano empirijsko istraživanje o stavovima i poduzetničkim sklonostima srednjoškolaca gimnazijskog i ekonomskog usmjerenja u Gradu Zagrebu koje uključuje metodologiju istraživanja, analizu rezultata istraživanja, diskusiju, implikacije za teoriju i praksu i ograničenja te su u konačnici izvedeni zaključci i predstavljen popis izvora korištenih prilikom pisanja rada.

2. PREGLED PRETHODNIH ISTRAŽIVANJA

Pregled recentne literature u području ukazuje na prepoznavanje važnosti obrazovanja u razvoju poduzetničkih znanja i vještina te sklonosti² pojedinaca prema poduzetništvu kao odgovarajućoj karijernoj opciji (Akmaliah i Hisyamuddin, 2009.; Do Paco i sur., 2011., Opoku-Antwi i sur. 2012., Belás, i sur. 2017., Česnik i Omazić, 2019.). Osim toga, obrazovanje i razvoj poduzetništva u osnovnim i srednjim školama dobivaju sve veću pozornost međunarodnih organizacija (Akmaliah i Hisyamuddin, 2009., Xu, Ni i Ye, 2016.). Sukladno izvješću Europske komisije iz 2008. godine, dane su preporuke za uvođenje i provedbu poduzetničkog obrazovanja u europskim osnovnim i srednjim školama što dovodi do razvoja brojnih konceptijskih, programskih i organizacijskih pristupa: (1) od kroskurikularnog bez eksplicitnih poduzetničkih sadržaja ili s integriranim poduzetničkim sadržajima u postojeće obvezne i/ili izborne predmete u osnovnim školama, do (2) posebnih poduzetničkih obveznih i/ili izbornih predmeta u srednjim školama (Barba-Sánchez i Atienza-Sahuquillo,

² Poduzetnička sklonost je definirana kao percepcija pojedinaca o privlačnosti ili poželjnosti pokretanja vlastitog posla (Akmaliah i Hisyamuddin, 2009.)

2017.; Manojlović i Ivić, 2017.). Dodatno, u Republici Hrvatskoj je Nacionalnim okvirnim kurikulumom za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje (2011.) definiran formalni okvir za uključivanje poduzetništva kao međupredmetne teme u postojeće nastavne planove i programe s ciljem razvoja poduzetničke orijentacije učenika. U isto vrijeme, sve više pozornosti dobivaju poduzetnička istraživanja među srednjoškolcima s obzirom da je tijekom tog obrazovnog razdoblja još uvijek moguće usmjeravati njihov izbor buduće karijere (Peterman i Kennedy, 2003.; Frank i sur., 2005.; Lewis, 2005.; Do Paco i sur., 2011.; Johansen i Clausen, 2011; Zhang, Duysters i Cloodt, 2014.).

Vidljivo je nekoliko istraživačkih pravaca u području. Dio autora je usmjeren na ispitivanje uključenosti poduzetničkih sadržaja u srednjoškolskom obrazovanju i utjecaja vrste srednjoškolskog obrazovanja na poduzetničke sklonosti srednjoškolaca. Analiza prethodnih istraživanja ukazuje na postojanje jake povezanosti između obrazovanja i sklonosti poduzetništvu (Peterman i Kennedy, 2003.; Florin i sur., 2007.; Raposo i Do Paço, 2011.), kao i izrazite heterogenosti sklonosti poduzetništvu među učenicima različitih vrsta škola (Frank i sur, 2005., Belás i sur. 2017.). To se ne odnosi samo na činjenicu da su učenici općih srednjih škola skloniji sveučilišnom studiju, za razliku od učenika tehničkih škola koji su orijentirani razvoju karijere nakon mature (Frank i sur., 2005.), nego i na metode podučavanja koje su korištene, kao i dodatne, poduzetnički orijentirane aktivnosti kojima su se srednjoškolci imali priliku baviti (Alsos, Isaksen i Softing, 2006.). Tako niska poduzetnička orijentacija, neadekvatno razvijanje vještina učenika, neusklađenost s potrebama industrije, neodgovarajući nastavni plan i program, kao i nedovoljne kompetencije učitelja i neadekvatan način podučavanja uzrokuju nisku orijentaciju prema poduzetništvu i slabu sklonost prema pokretanju vlastitog poduzeća (Frank i sur, 2005.; Pihie i Bagheri, 2010.; Seikkula i sur., 2010.; Xu, Ni i Ye, 2016.). Također, čak i u situacijama kada učenici završnih razreda srednjoškolskog obrazovanja smatraju karijeru poduzetnika privlačnom te su skloni pokrenuti vlastiti posao ukoliko za to bude prilike, percipiraju svoja znanja nedostatnima za uspjeh (Tafra, Elezović i Sertić, 2012.). Stoga bi poduzetnički pristup u sekundarnom obrazovanju trebao biti srednjoročna ili dugoročna strategija s ciljem generiranja promjena u ponašanju i stavu učenika prema poduzetništvu (Kirkley, 2017.). Na ovoj razini obrazovanja fokus ne bi trebao biti na poučavanju složenih teorijskih koncepta poduzetništva, već na osiguranju da učenici imaju priliku steći poduzetničko iskustvo kroz praktično usavršavanje i projektni rad u suradnji s kompetentnim pojedincima i poduzećima (Fuchs, Werner i Wallau, 2008.).

Osim obrazovanja, na poduzetničku sklonost može utjecati i cijeli niz ostalih čimbenika. Tako dio istraživanja posebnu pozornost posvećuje demografskim varijablama poput dobi, spola, socioekonomskog statusa, radnog iskustva i edukacije roditelja (Opoku-Antwi, 2012.; Sánchez, 2013.; Xu, Ni i Ye, 2016., Adrić, Stanić i Bilandžić, 2018.). Autori su suglasni kako dob i spol osobe kao takvi nisu značajno povezani sa sklonošću poduzetništvu, međutim etnička pozadina, socioekonomski status i spolno stereotipiziranje mogu imati utjecaj na ponašanje osobe, izbor obrazovanja, kao i njeno poimanje sebe i svojih mogućnosti (Johansen i Clausen, 2011.; Ayodele, 2013.; Xu, Ni i Ye, 2016.). Također, stereotipna uvjerenja i shvaćanja, kao i tradicionalna veća društvena očekivanja od dječaka mogu imati nepovoljan utjecaj na interes za poduzetništvo kod djevojčica (Marlow i Patton, 2005.; Kickul i sur., 2008.). Nadalje, radno iskustvo i rad u timovima tijekom srednjoškolskog obrazovanja mogu pozitivno doprinijeti poduzetničkim namjerama i sklonosti poduzetništvu kod srednjoškolaca (Kickul i sur., 2008.). Međutim, vidljivo je da je taj utjecaj mnogo snažniji kod

dječaka, što može biti rezultat prilika da dječaci sudjeluju u većem broju različitih poslova i pothvata koji im omogućuju potpuniji razvoj samopouzdanja i poduzetničkih kompetencija (Kickul i sur., 2008.). I na kraju, na poduzetničku sklonost utjecaj mogu imati i poduzetnički uzori u obitelji. Iako ne moraju biti od presudnog značenja, podražaji iz obiteljskog okruženja tijekom djetinjstva i adolescencije te nastavak obiteljske tradicije mogu imati važnu ulogu u izboru budućeg obrazovanja, kao i poduzetničke karijere (Ahkmaliah i Hisyamuddin, 2009.; Marnoto i Carvalho, 2016.; Ribić i Blažević, 2016.; Xu, Ni i Ye, 2016.).

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE O STAVOVIMA I PODUZETNIČKIM SKLONOSTIMA SREDNJOŠKOLACA

3.1. Metodologija istraživanja

Instrument istraživanja. Primarni podaci kros-sekcijskog tipa prikupljeni su metodom anketnog upitnika u prvoj polovici 2019. godine. Anketni upitnik se sastojao od 28 pitanja podijeljenih u nekoliko sekcija u kojima su ispitivani stavovi srednjoškolaca o (Miljković, 2008.; Srhoj i sur., 2014.): (1) percepciji poduzetništva kao profesije (primjerice, *“Poduzetnici imaju pozitivan imidž u društvu”*) i kontekstu poduzetništva u Republici Hrvatskoj (primjerice, *“Državni zakoni (pravila i regulacije) nisu skloni poduzetnicima u našoj državi”*), (2) vlastitim preferencijama učenika prema poduzetništvu odnosno poduzetničkim pothvatima (primjerice, *“Radije bih bio svoj šef nego radio za drugog poslodavca”*), (3) školskim predmetima na kojima su stekli znanje o poduzetništvu ili dobili poduzetničku ideju, te (4) načinima na koje njihove srednje škole mogu unaprijediti učeničke kompetencije ili stvoriti značajniji interes za poduzetništvo. Također, u upitniku je bilo i nekoliko pitanja kojima su ispitane socio-demografske karakteristike učenika (dob, spol, razred, prisutnost poduzetnika u obitelji). Stavovi i percepcije su mjereni skalom Likertovog tipa od 5 stupnjeva (1 – nikako se ne slažem/ izrazito nevažno/nimalo vjerojatno, 5 – u potpunosti se slažem/izrazito važno/izrazito vjerojatno), a dio pitanja vezan uz školske kurikulume i poduzetničke ideje bio je otvorenog tipa. Procijenjeno vrijeme popunjavanja anketnog upitnika bilo je između 7 i 10 minuta.

Istraživački uzorak i proces prikupljanja podataka. Opći cilj empirijskog istraživanja bio je usporediti stavove o poduzetništvu učenika iz dvije različite vrste srednjih škola. U tu svrhu, u svibnju 2019. godine inicijalno su kontaktirani voditelji i/ili tajnici 5 nasumično odabranih škola gimnazijskog usmjerenja i 3 stručne škole ekonomskog usmjerenja u Gradu Zagrebu. Grad Zagreb je izabran za istraživanje jer se u tom dijelu Republike Hrvatske nalazi najveća koncentracija poduzetnika (Hrvatska gospodarska komora, 2018.). Pozitivan odgovor dale su jedna škola općeg gimnazijskog usmjerenja i jedna ekonomska srednja škola. Nakon provjere podataka koji se prikupljaju anketnim upitnikom i osiguranja da se ne prikupljaju osobni podaci, dobiveno je dopuštenje tajnika i/ili ravnatelja škole da se anketni upitnik distribuira u po dva razreda u obje srednje škole. Anketni upitnik je osobno distribuiran u po jednom razredu prve godine i po jednom razredu četvrte, odnosno posljednje godine školovanja, a zaposlenici navedenih škola su aktivno sudjelovali i pomagali u fazi distribucije i prikupljanja anketnih upitnika.

Distribucija anketnog upitnika osobnim putem odnosno popunjavanje podataka po principu papir-olovka odabrani su iz dva razloga. Prvo, zbog maksimiziranja vjerojatno-

sti da upitnik zaista i bude ispunjen jer je lakše zanemariti elektronski poziv za sudjelovanjem u istraživanju nego osobni poziv koji podupiru i predmetni nastavnici. Drugo, za potrebe online provođenja istraživanja, primjerice, slanjem elektroničke poveznice na e-poštu svakog učenika podrazumijevalo bi prethodno prikupljanje njihovih e-adresa što iz aspekta zaštite osobnih podataka predstavlja potencijalno puno veći problem u odnosu na papir-olovka pristup. Ukupno je na ovaj način prikupljeno 99 ispravno popunjenih anketnih upitnika. S obzirom da su upitnici ispunjeni metodom papir-olovka, podatke je po zaključenoj fazi prikupljanja bilo potrebno kodirati i ručno unijeti u Excel dokument koji je služio kao input za obradu u statističkom programskom paketu IBM SPSS 26.0. Metode korištene za statističku analizu podataka su deskriptivna statistička analiza (mjere centralne tendencije, mjere varijabiliteta i mjere oblika) i inferencijalna statistika (neparametrijski testovi). Struktura ispitanika je prikazana u Tablici 1.

Tablica 1. Socio-demografske karakteristike srednjoškolskih učenika u istraživačkom uzorku

Karakteristika		Ekonomska škola (N=47)		Opća gimnazija (N=52)		UKUPNO (N=99)	
Spol	<i>Muški</i>	18	38.30%	18	34.61%	36	36.36%
	<i>Ženski</i>	29	61.70%	34	65.39%	63	63.64%
Razred	<i>Prvi</i>	17	36.17%	24	46.15%	41	41.41%
	<i>Četvrti</i>	30	63.83%	28	53.85%	58	58.59%
Iskustvo u učeničkim poslovima	<i>Da</i>	14	29.79%	15	28.84%	29	29.29%
	<i>Ne</i>	33	70.21%	37	71.16%	70	70.71%
Poduzetnici u obitelji	<i>Da</i>	21	44.68%	19	36.53%	40	40.40%
	<i>Ne</i>	26	55.32%	23	63.47%	59	59.60%

U uzorku su gotovo podjednako zastupljeni ispitanici ekonomske škole i opće gimnazije. Otprilike dvije trećine ispitanika je ženskog spola, a također je prisutno nešto više učenika završne, odnosno četvrte godine školovanja (59%). Slična je distribucija ispitanika koji imaju poduzetničke uzore u obitelji (40%) u odnosu na ispitanike koji u obitelji nemaju poduzetnike. Konačno, svega 29% ispitanika ima iskustva u učeničkim poslovima što, međutim, nije neobično s obzirom na činjenicu da se učenici s navršениh 15 godina života mogu zaposliti na učeničkim poslovima pa najveći dio ispitanika u prvim razredima koji, po pravilu, ima 14 ili 15 godina života, nije još niti imao priliku zaposliti se na ovoj vrsti posla.

3.2. Analiza rezultata istraživanja

Percepcija poduzetništva kao profesije. Ispitanici u obje srednje škole su uz pomoć skale Likertovog tipa ocijenili svoju percepciju poduzetništva, odnosno procjenu konteksta u kojem djeluju poduzetnici u Republici Hrvatskoj. Uz deskriptivnu analizu ponuđenih tvrdnji prikazanih u Tablici 2, u posljednjoj se koloni nalaze i socio-demografske karakteristike učenika za koje su se, nakon provedenog Mann-Whitney U testa, pokazale statistički značajne razlike u percepciji poduzetništva kao profesije.

Tablica 2. Deskriptivni pokazatelji percepcije srednjoškolaca o poduzetništvu kao profesiji i kontekstu poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Tvrdnja	AS	Med	Mod	SD	Razlike s obzirom na nezavisne karakteristike
Pokretanje vlastitog posla zvuči atraktivno.	4.08	4.00	5.00	1.08	Poduzetnici u obitelji
Državni zakoni (pravila i regulacije) nisu skloni poduzetnicima u našoj državi.	3.41	3.00	3.00	1.01	–
Poduzetnici imaju pozitivan imidž u našem društvu.	3.40	3.00	3.00	1.03	Poduzetnici u obitelji

Učenicima pokretanje vlastitog posla zvuči izrazito atraktivno ($M_o=5$), što je posebno izraženo kod onih učenika koji u svojim obiteljima imaju poduzetničke uzore ($U=744$, $p=0.001$). S druge strane, čini se da učenici ocjenjuju pravni kontekst u kojem poduzetnici rade kao osrednji (niti je sklon niti nesklon poduzetnicima), bez značajnih razlika s obzirom na njihove socio-demografske karakteristike. Vrlo slične podatke pokazuje i analiza pozitivnosti imidža poduzetnika u društvu, pri čemu učenici koji imaju poduzetničke uzore u obitelji statistički značajno više smatraju da poduzetnici imaju pozitivan imidž u društvu ($U=916$, $p=0.048$).

Poduzetničke namjere. U ovom dijelu istraživanja učenici su trebali skalom Likertovog tipa ocijeniti mjeru do koje se slažu s tvrdnjama koje upućuju na potencijalno bavljenje poduzetništvom u budućnosti. Deskriptivna i neparametrijska statistika za spomenute tvrdnje nalaze se u Tablici 3.

Tablica 3. Deskriptivni pokazatelji poduzetničkih namjera učenika

Tvrdnja	AS	Med	Mod	SD	Razlike s obzirom na nezavisne karakteristike
Radije bih bio svoj šef nego radio za drugoga poslodavca.	4.09	4.00	5.00	0.97	Spol Poduzetnici u obitelji
Moj profesionalni cilj je postati poduzetnik.	2.56	3.00	3.00	1.29	Spol Poduzetnici u obitelji
Ne vjerujem da ću ikada osnovati vlastito poduzeće.	2.78	3.00	3.00	1.24	Poduzetnici u obitelji
Važno mi je biti samostalan u onome što radim.	3.98	4.00	5.00	1.03	Spol Poduzetnici u obitelji
Koliko je vjerojatno da ćete u sljedećih 10 godina pokrenuti vlastiti posao?	2.84	3.00	3.00	1.14	Poduzetnici u obitelji
U kojoj mjeri ste zainteresirani za pokretanje vlastitog poduzeća?	3.02	3.00	3.00	1.18	Poduzetnici u obitelji

Premda su za generalne izjave o tome koliko je učenicima važno biti samostalan ili biti svoj šef umjesto raditi za drugog poslodavca oni, u pravilu, davali vrlo visoke ocjene ($M_o=5$, $M_e=4$), ostale tvrdnje koje puno eksplicitnije traže izražavanje stavova o mogućem poduzimanju poduzetničkih pothvata u budućnosti ukazuju na puno niži stupanj slaganja ($M_o=3$, $M_e=3$; $AS<3$). Čini se da, premda poduzetnička profesija djeluje privlačno srednjoškolskim učenicima, oni su u ovoj fazi ambivalentni oko mogućnosti da se poduzetništvom u budućnosti zaista i bave. Ipak, ovdje postoje i određene razlike s obzirom na socio-demografske karakteristike učenika. Za otprilike polovicu promatranih izjava pokazalo se da postoje razlike s obzirom na spol. Točnije, učenici muškog spola statistički značajno više bi bili radije svoj šef nego radili za drugog poslodavca u odnosu na učenice ($U=848$, $p=0.027$) i imaju izraženiji profesionalni cilj da postanu poduzetnici ($U=8480$, $p=0.008$), ali istovremeno (i pomalo kontradiktorno) im je manje važno biti samostalan u onome što rade u odnosu na učenice ($U=877.5$, $p=0.049$). Osim toga, razlike su se za sve tvrdnje pokazale i s obzirom na poduzetničke uzore u obitelji pa tako učenici koji imaju poduzetnike u obitelji pokazuju statistički značajno više sklonosti i zainteresiranosti za poduzetništvo ($p<0.02$ za sve tvrdnje).

Uloga škole i školskog kurikulumu u razvoju poduzetničkih ideja. Jedan od ključnih dijelova rada zasigurno su i stavovi, odnosno mišljenja učenika o doprinosu srednje škole njihovom poduzetničkom obrazovanju, idejama i uopće sklonosti prema poduzetništvu. Sljedeća tablica kombinira nekoliko pokazatelja doprinosa srednjoškolskog obrazovanja razvijanju afiniteta prema poduzetništvu i stvaranja poduzetničkih ideja (Tablica 4).

Tablica 4. Deskriptivni pokazatelji uloge škole i školskog kurikulumu u razvoju sklonosti poduzetništvu i poduzetničkih ideja

Aspekt srednjoškolskog obrazovanja	Ekonomska škola		Opća gimnazija	
	AS	SD	AS	SD
Kreativna atmosfera u srednjoj školi inspirira učenike za razvoj novih poslovnih ideja	2.3	1.16	2.58	1.17
Školski predmeti na kojima su učenici najviše saznali o poduzetništvu	Poduzetništvo		Niti na jednom Sociologija, Geografija, Matematika	
Školski predmeti na kojima su učenici dobili poduzetničku ideju	Poduzetništvo Marketing		Niti na jednom Sociologija	
Poduzetničke ideje koje bi htjeli realizirati u budućnosti	Turizam Obrtničke usluge		Raznolike ideje (IT poduzeće, filmski studio, nekretnine, dom za starije, farmacija, centar za mlade)	
Sugestije za unapređenje školskog kurikulumu	Organiziranje zanimljivih i dinamičnih predavanja; uvođenje i radionica o poduzetništvu; uvođenje novog predmeta; stručna praksa.			

Prema analizi stavova učenika, niti gimnazija niti ekonomska srednja škola ne inspiriraju učenike za razvoj poslovnih ideja putem kreativne atmosfere ($AS < 2.6$, $SD = 11.16 - 11.17$) pri čemu ne postoji statistički značajna razlika s obzirom na vrstu škole ($p = 0.217$). Školski predmeti na kojima su učenici saznali najviše o poduzetništvu su u slučaju opće gimnazije “niti jedan”, a u manjoj mjeri ističu se predmeti Sociologija, Geografija i Matematika. Zanimljivo je da učenici gimnazije nijednom nisu naveli predmet Politika i gospodarstvo kao onaj na kojem su saznali neke informacije o poduzetništvu, premda je taj predmet u gimnazijskom kurikulumu jedini usko specijaliziran za područje ekonomije te sadrži i temu poduzetništva (Elezović i sur., 2012.). Jednako tako, gimnazijalci najčešće nisu dobili poduzetničku ideju slušajući nastavu nego upravo izvan nastave. U slučaju ekonomske srednje škole, očekivano, učenici su o poduzetništvu najviše saznali na istoimenom predmetu, dok su poduzetničku ideju u manjoj mjeri dobili i na predmetu Marketing. Kvalitativnom analizom utvrđeno je da učenici ekonomske škole koji imaju izraženu želju biti poduzetnici u budućnosti svoje ideje uglavnom profiliraju u djelatnosti turizma i obrtničkih usluga. Istovremeno, gimnazijalci su pokazali vrlo širok dijapazon poduzetničkih ideja – od ideja za koje se često u medijima ističe da postoji povećana potražnja za njima poput IT poduzeća, do ideja koje više konveniraju socijalnoj dimenziji poduzetništva poput domova za starije ili centra za mlade. Konačno, učenici obje škole su gotovo ujedinjeni u mišljenjima i prijedlozima za unapređenje školskog kurikulumu u svrhu bolje promocije poduzetništva kao profesije. Najčešći prijedlozi uključivali su organiziranje zanimljivijih i dinamičnijih predavanja te uvođenje specijaliziranih radionica o poduzetništvu, a jedan dio prijedloga odnosi se na uvođenje novih, potencijalno izbornih predmeta te stručne prakse.

3.3. Diskusija, implikacije za teoriju i praksu te ograničenja istraživanja

Rezultati empirijskog istraživanja provedenog u dvije zagrebačke srednje škole pokazali su da, premda poduzetničku profesiju percipiraju pozitivno, učenici u prosjeku nemaju namjeru u neposrednoj budućnosti poduzimati vlastite ideje, odnosno pothvate. Taj rezultat se vjerojatno djelomično može objasniti činjenicom da je, s obzirom na hrvatsku nacionalnu kulturu, daljnje obrazovanje jedna od ključnih društvenih vrijednosti (Lewis, 2006.) pa je moguće da najveći dio učenika planira nastaviti obrazovanje na tercijarnoj razini zbog čega potencijalno odgađa moguće poduzetničke pothvate. Slično istraživanje provedeno 2005. godine na uzorku australskih srednjoškolskih učenika također je pokazalo da je samozapošljavanje po završetku srednjoškolskog obrazovanja najmanje preferirana opcija za budućnost (Frank i sur., 2005.).

S obzirom na demografske varijable, naše istraživanje je pokazalo da **ne postoje razlike** u percepciji poduzetništva kao profesije niti sklonosti poduzimanju poduzetničkih pothvata s obzirom na *vrstu škole, iskustvo u učeničkim poslovima i razred*, odnosno *dob*. Premda se ponekad za učenike srednjih strukovnih škola pretpostavlja da će činiti jezgru budućih poduzetnika na kojima se velikim dijelom temelji ekonomska budućnost zemlje (Tafra, Elezović i Sertić, 2012.), našim istraživanjem nisu pronađene statistički značajne razlike između učenika srednje ekonomske škole i gimnazije s obzirom na njihove poduzetničke namjere. To se djelomično može objasniti i činjenicom da se školski kurikulumi, premda kontraintuitivno, ne razlikuju pretjerano s obzirom na promociju poduzetništva u ekonomskoj školi u odnosu na gimnaziju. To potvrđuje i nalaz Europske komisije prema kojem je prilično teško u većini europskih zemalja, pa tako i u Republici Hrvatskoj, reći

u kojoj mjeri su praktična poduzetnička iskustva raširena u školama s obzirom da su ona uglavnom izbornog karaktera (European Commission/EACEA/Eurydice, 2016.). Premda, primjerice, u srednjoj ekonomskoj školi učenici imaju mogućnost učiti o poduzetništvu na istoimenom obveznom predmetu, učenici u našem istraživačkom uzorku su gotovo homogeni u stavu da su poduzetničke ideje i znanje o poduzetništvu mahom stekli izvan škole. Također, učenici su složni u stavu da ih kreativna atmosfera, odnosno izostanak iste ne potiče na stvaranje poduzetničkih ideja. Starije istraživanje Elezovića i sur. (2012.) također pokazuje da učenici smatraju da od ključnih vještina u školi prosječno najmanje imaju priliku pokazati inicijativu i istraživački duh.

Implikacije za praksu s obzirom na prethodne rezultate istraživanja su dvojake. Prvo, s obzirom na tehnička znanja o poduzetništvu zasigurno je potrebno razmotriti opciju uvođenja izbornih predmeta ili redovitih radionica u kojima bi se predstavljali i analizirali pojedini aspekti poduzetničke profesije. Osim stručnih, odnosno tehničkih znanja vjerojatno je još i važnije omogućiti trening poduzetničkih vještina poput, primjerice, vještina umrežavanja, komunikacijskih vještina ili vještina upravljanja vremenom. Na tragu učeničkih prijedloga, potrebno je osigurati i pozvana predavanja poduzetničkih uzora koji bi mogli prenijeti vlastita pozitivna i negativna iskustva u poduzimanju ideja odnosno, alternativno, izvanškolske/izvannastavne *on-site* posjete poduzetnicima. Zanimljivo, jedino istraživanje koje je barem djelomično povezano s ovim aspektom poduzetništva³ provedeno na uzorku ravnatelja osnovnih škola, pokazuje da ravnatelji pozitivnije ocjenjenjuju provedbu poduzetničkog učenja kroz različite izvannastavne i izvanškolske aktivnosti (69,7% ravnatelja) nego kroz uvođenje međupredmetnih tema (Manojlović & Ivić, 2017). Konačno, kada je riječ o službenom kurikulumu srednjih škola, nastavnici koji predaju teme povezane s poduzetništvom bi trebali razmotriti upotrebu ne samo konvencionalnih metoda prenošenja znanja i razvijanja vještina, nego i primjenu nekih suvremenih metoda, poput, primjerice, *case study* metode ili metode učenja u grupi/timu. Štoviše, istraživanje Franka i suradnika (2005.) pokazuje da veću poduzetničku namjeru pokazuju učenici koji su češće bili izloženi učenju u grupama, *ceteris paribus*.

Razlike koje su se u našem istraživanju stavova o poduzetništvu i poduzetničkih namjera pokazale **značajnima** su one povezane s obiteljskim *poduzetničkim uzorima i spolom*. Točnije, učenici muškog spola statistički bi značajno više bili svoj šef nego radili za drugog poslodavca, imaju izraženiji profesionalni cilj da postanu poduzetnici, ali istovremeno (i pomalo kontradiktorno) im je manje važno biti samostalan u onome što rade u odnosu na učenice. Drugim riječima, učenicama je samostalnost važna, ali potencijalno im manjka inicijative, tj. hrabrosti za poduzimanje konkretnih poduzetničkih pothvata u budućnosti. Ovo bi vjerojatno trebao postati prioritet *stakeholderima* suvremenog hrvatskog obrazovnog sustava iz barem jednog, ali dovoljno važnog razloga. Naime, istraživanje američke konzultantske kuće Boston Consulting Group je pokazalo ženski *start-upovi* u ranim fazama od investitora dobivaju značajno manje sredstava za razvoj u odnosu na *start-upove* koje pokreću muškarci (Abouzahr i sur., 2018.). Ipak, čini se da poduzetnički pothvati koje pokreću žene u konačnici donose veće prihode – više nego duplo u odnosu na svaki investirani dolar – čime ženski poduzetnički pothvati postaju isplativija investicija u odnosu na *start-upove* koje pokreću muškarci (Abouzahr i sur., 2018.). Zbog toga što se pokazuje da žene mogu pozitivno doprinijeti uspjehu poduzetničkih pothvata jer posjeduju specifične karakteristike poput rješavanja problema ili emocionalne inteligencije (Collins,

³ Treba svakako spomenuti da osnovne i srednje škole nisu u potpunosti usporedive u ovom kontekstu. Naime, u osnovnim je školama poduzetništvo predviđeno kao međupredmetna tema.

2019.), više ženskih poduzetničkih pothvata može rezultirati pozitivnim učincima na ekonomiju u cjelini. Na tragu toga, potrebno je razmišljati i posebnim aktivnostima u srednjim školama koje bi ciljano bile usmjerene na učenice poput, primjerice, organiziranja panela poduzetnica ili uvođenja poduzetnica-mentorica.

Osim toga, razlike su se za sve tvrdnje pokazale i s obzirom na poduzetničke uzore u obitelji pa tako učenici koji imaju poduzetnike u obitelji pokazuju statistički značajno više sklonosti i zainteresiranosti za poduzetništvo. Istraživanje Elezovića i sur. (2012.) također je pokazalo da učenici smatraju kako poduzetnike najviše podupire njihova privatna okolina (obitelj i prijatelji), a najmanje državne i lokalne vlasti. No, to nije tipično samo za hrvatski kontekst. Različite inozemne studije također ukazuju na pozitivnu vezu između vjerojatnosti ulaska u poduzetničku profesiju s jedne strane i postojanja poduzetnika u obitelji s druge strane, poput roditelja ili ujaka/stričeva koji se bave poduzetništvom (Marnoto i Carvalho, 2016.). Zanimljivo, u istraživanju u kojem su analizirane poduzetničke namjere na višem stupnju obrazovanja, odnosno u slučaju studenata, pokazalo se da su roditelji poduzetnici u manjoj mjeri utjecali na razmišljanje studenata o preuzimanju obiteljskog posla (Ribić i Blažević, 2016.). Za značajniji broj studenata, ipak je obrazovna institucija bila presudni faktor, da ih potakne na promišljanje preuzimanju poslovanja kojega su započeli njihovi roditelji, ili generacije prije njihovih roditelja (Ribić i Blažević, 2016.).

Premda je ovo istraživanje generiralo neke spoznaje koje bi mogle biti zanimljive široj grupi *stakeholdera* u hrvatskom sustavu obrazovanja i poduzetništva, treba svakako uzeti u obzir i *ograničenja istraživanja*. To su, prije svega, priroda i veličina uzorka. Naime, uzorak je prigodnog tipa i njega čine učenici dvije srednje škole u Gradu Zagrebu koje su se odazvale istraživanju. Rezultate istraživanja, stoga, nije moguće generalizirati za cijelu populaciju gimnazija i ekonomskih srednjih škola u Republici Hrvatskoj. Također, moguće je da ispitanici nisu davali u potpunosti iskrene odgovore što je rizik s anketnim istraživanjima uopće. Ipak, s obzirom da je anketni upitnik bio relativno kratak te da je anonimnost bila zagarantirana, a tema učenicima bliska i aktualna, pretpostavka je da su stavovi većinom iskreno izraženi. Budućim istraživanjima bi se svakako moglo pokušati pokriti veći dio populacije te dodatno ispitati aspekte poduzetništva koji će u budućnosti biti presudni poput, primjerice, socijalnog poduzetništva ili motivacije žena odnosno učenica za veću uključenost u poduzetničke pothvate.

4. ZAKLJUČAK

Srednjoškolski učenici generalno pozitivno percipiraju poduzetničku profesiju, žele biti samostalni u poslu, ali u bližoj budućnosti nemaju namjeru poduzimati poduzetničke pothvate. Stavovi o poduzetništvu se značajno razlikuju s obzirom na spol i poduzetničke uzore u obitelji. Srednje škole, premda bi trebale imati značajnu ulogu u obrazovanju najmlađih generacija i njihovu karijernom usmjeravanju, prema rezultatima našeg istraživanja, u manjoj mjeri utječu na razvoj poduzetničkih znanja i kreiranje poduzetničkih ideja. Obrazovanje za poduzetništvo djece i tinejdžera zasigurno predstavlja važno područje daljnjeg istraživanja s obzirom da stimuliranje za vrijeme djetinjstva, odnosno adolescencije može imati značajan učinak na odluku mlađih generacija da zaista jednog dana i sami uđu u poduzetničke pothvate (Marnoto i Carvalho, 2016.). Stoga bi poduzetnički pristup u sekundarnom obrazovanju trebao biti srednjoročna ili dugoročna strategija s ciljem generiranja promjena u ponašanju i stavu učenika prema poduzetništvu.

POPIS IZVORA

1. Abouzahr, K., Brooks Taplett, F., Krentz, M. i Harthorne, J. (2018.), Why Women-Owned Startups Are a Better Bet, *Boston Consulting Group*, dostupno na: <https://www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx> (pristupljeno 23.03.2020.)
2. Adrić, I., Stanić, M. i Bilandžić, A. (2018.). Uloga studijskog smjera u formiranju poduzetničkih namjera i sklonosti primjene efektivne logike. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 8(2), 9-26.
3. Akmaliah, L. P. Z. i Hisyamuddin, H. (2009.). Choice of self-employment intentions among secondary school students, *Journal of International Social Research*, 2(9), 539-549.
4. Alsos, G. A., Isaksen, E. J. i Softing, E. (2006.). Youth enterprise experience and business start-up intentions, *14th Nordic Conference on Small Business Research*, 11-13.
5. Ayodele, K. O. (2013.). Demographics, entrepreneurial self-efficacy and locus of control as determinants of adolescents' entrepreneurial intention in Ogun state, Nigeria. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(12), 59-67.
6. Barba-Sánchez, V. i Atienza-Sahuquillo, C. (2017.). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1097-1115.
7. Belás, J., Dvorský, J., Tyll, L. i Zvaríková, K. (2017.). Entrepreneurship of university students: Important factors and the propensity for entrepreneurship, *Administratie si Management Public*, (28), 6-25.
8. Česnik, M. i Omazić, M. A. (2019). Research of the Attitude of Young Scientists on Entrepreneurship and Entrepreneurial Education in Croatia. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 17(1), 63-80.
9. Collins, V. (2019.), Why We All Lose Out When Fewer Women Lead Startups, *Forbes*, dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/victoriacollins/2019/03/10/why-we-all-lose-out-when-fewer-women-lead-startups> (pristupljeno 23.03.2020.)
10. Do Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R. G. i Dinis, A. (2011.). Entrepreneurial intention among secondary students: findings from Portugal, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 92-106.
11. Elezović, I., Ferk, M., Quien, M. i Tafra, V. (2012.), Zastupljenost poduzetničkih sadržaja u programima srednjih škola, rad predstavljen na konferenciji Predstavljanje rezultata projekta „Zastupljenost poduzetničkih sadržaja u programima srednjih škola”, Nacionalni centar za vanjsko vrednovanje obrazovanja, Zagreb
12. European Commission/EACEA/Eurydice (2016.), Entrepreneurship Education at School in Europe. Eurydice Report, Luxembourg, Publications Office of the European Union.
13. Fafaliou, I. (2012.). Students' propensity to entrepreneurship: an exploratory study from Greece, *International Journal of Innovation and Regional Development*, 4(3-4), 293-313.
14. Florin, J., Karri, R. i Rossiter, N. (2007.). Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach, *Journal of management education*, 31(1), 17-42.

15. Frank H., Korunka C., Lueger M. i Mugler J. (2005.). Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(2), 259-273.
16. Fuchs, K., Werner, A. i Wallau, F. (2008). Entrepreneurship education in Germany and Sweden: what role do different school systems play?. *Journal of small business and enterprise development*, 15(2), 365-381.
17. Ghasemi, F., Rastegar, A., Jahromi, R. G., i Marvdashti, R. R. (2011.), The relationship between creativity and achievement motivation with high school students' entrepreneurship, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 1291-1296.
18. Hrvatska gospodarska komora (2018.), Broj i struktura poslovnih subjekata po županijama – stanje 31.12., dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/pregled-gospodarstva-vs-20165996c2005277b.pdf> (pristupljeno 22.05.2020.)
19. Johansen, V. i Clausen, T. H. (2011). Promoting the entrepreneurs of tomorrow: entrepreneurship education and start-up intentions among schoolchildren, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(2), 208-219.
20. Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., i Barbosa, S. D. (2008). Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 321-335
21. Kirkley, W. W. (2017.). Cultivating entrepreneurial behaviour: entrepreneurship education in secondary schools, *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 17-37.
22. Lewis, K. (2005.) The best of intentions: future plans of Young Enterprise Scheme participants, *Education and Training*, 47(7), 470-483.
23. Lewis, R. (2006.). *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*, Boston, Nicholas Bearly International
24. Manojlović, N. i Ivić, S. (2017). Preferirani načini implementacije obrazovanja za poduzetništvo u hrvatskim osnovnim školama, *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 7(1), 113-118.
25. Marlow, S. i Patton, D. (2005.). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender, *Entrepreneurship theory and practice*, 29(6), 717-735.
26. Marnoto, S. i Carvalho, J. (2016.). Developing Entrepreneurship Skills in Children and Teenagers. *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 6(2), 67-79.
27. Miljković Krečar, I. (2008), Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti, *Psihologijske teme*, 17(1), 57-73.
28. Morić Milovanović, B., Krišto, T. i Srhoj, S. (2015.). Što razlikuje studente s poduzetničkim namjerama? Analiza empirijskog modela odrednica poduzetničkih namjera među studentima Sveučilišta u Zagrebu, *Ekonomska misao i praksa*, (1), 151-170.
29. Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje, dostupno na [http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_ okvirni_kurikulum.pdf](http://mzos.hr/datoteke/Nacionalni_okvirni_kurikulum.pdf)

30. Opoku-Antwi, G. L., Amofah, K., Nyamaah-Koffuor, K. i Yakubu, A. (2012.), Entrepreneurial intention among senior high school students in the Sunyani Municipality, *International Review of Management and Marketing*, 2(4), 210-219.
31. Pavić, Ž. (2008.). Poduzetništvo mladih i nova ekonomija, *Ekonomski vjesnik/Econviews: Review of contemporary business, entrepreneurship and Economic Issues*, 21(1-2), 85-93.
32. Peterman, N. E. i Kennedy, J. (2003.). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship, *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
33. Pihie, Z. A. L. i Bagheri, A. (2010.). Entrepreneurial attitude and entrepreneurial efficacy of technical secondary school students, *Journal of Vocational Education and Training*, 62(3), 351-366.
34. Raposo, M., i Do Paço, A. (2011.). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity, *Psicothema*, 23(3), 453-457.
35. Ribić, D. i Blažević, Z. (2016.). Utjecaj obrazovne institucije na poticanje i razvoj poduzetništva, *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 6(2), 133-145.
36. Sánchez, J. C. (2013.). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention, *Journal of small business management*, 51(3), 447-465.
37. Seikkula-Leino, J., Ruskovaara, E., Ikavalko, M., Mattila, J. i Rytkola, T. (2010). Promoting entrepreneurship education: the role of the teacher?. *Education+ training*, 52(2), 117-127.
38. Shane, S., i Venkataraman, S. (2000.). The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
39. Šimunić, V. (2017.). The importance of dual education as a way of learning for entrepreneurship, *Obrazovanje za poduzetništvo-E4E: znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 7(1), 285-299.
40. Srhoj, S., Štulec, T. i Rasonja, T. (2014.), *Modeliranje poduzetničkih namjera studenata uz pomoć kognitivnih i socio-emocionalnih čimbenika*, rad za Rektorovu nagradu, ak.god. 2013./2014., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
41. Tafra, V., Elezović, I. i Sertić, I. (2012.). Percepcija karijere poduzetnika kod srednjoškolskih učenika strukovnih škola u Republici Hrvatskoj, *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), 227-234
42. Van Praag, C. M., i Versloot, P. H. (2007.). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research, *Small business economics*, 29(4), 351-382.
43. Xu, X., Ni, H. i Ye, Y. (2016). Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school students: an empirical study, *Asia Pacific Education Review*, 17(4), 625-635.
44. Zhang, Y., Duysters, G. i Cloudt, M. (2014.). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention, *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.