

Razvijanje poduzetničkog ponašanja u cilju povećanja zapošljivosti studenata ekonomskih fakulteta

Ljerka Sedlan Kőnig

Ekonomski fakultet u Osijeku

Hrvatska

Sažetak

Utjecaj koji demografski čimbenici, osobne značajke, stavovi, uvjerenja i namjere imaju u razvijanju poduzetničkog ponašanja iscrpno je dokumentiran u literaturi. Međutim, uloga obrazovanja u prijašnjim je modelima neopravdano zanemarena. U cilju određivanja utjecaja koji obrazovanje ima u razvijanju poduzetničkog ponašanja 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 je moguće poticati razvijanje poduzetničkog ponašanja kroz poučavanje na fakultetima, osobito kroz razvijanje kompetencija. Istraživanjem je također potvrđena uloga iskustva stečenog kroz neformalno i informalno obrazovanje u razvijanju poduzetničkog ponašanja. Na osnovi rezultata ovog istraživanja može se zaključiti da bi se kompetencije studenata trebale, u cilju ostvarivanja veće zapošljivosti studenata ekonomskih fakulteta, definirati kao ishod ekonomskog obrazovanja. Zbog toga bi trebalo uvesti više praktične nastave u formalno obrazovanje na fakultetima te osmisliti načine za iskorištavanje potencijala koje iskustvo ima u razvijanju poduzetničkog ponašanja kroz nadopunjavanje fakultetskih programa iskustvenim metodama poučavanja. Također bi u fakultetske programe trebalo uključiti elemente neformalnog i informalnog obrazovanja.

Ključne riječi: poduzetničko ponašanje, kompetencije, neformalno i informalno obrazovanje, poučavanje, fakulteti, zapošljivost

1. UVOD

Ekonomsko obrazovanje ima ključnu ulogu u suvremenom gospodarstvu. Konkurentnost Republike Hrvatske u kompleksnoj globalnoj ekonomiji može se povećati ako poraste broj pojedinaca s visokom stručnom spremom. Naravno, to se ne smije dogoditi na račun kvalitete.

Danas studenti u Republici Hrvatskoj na završetku studija posjeduju iscrpna znanja iz područja njihova studiranja. No, sve se češće čuju glasovi koji zagovaraju potrebu usvajanja kompetencija koje će studentima trebati na radnom mjestu neovisno o predmetu studiranja.

Dokazano je da je poduzetnička kompetencija ključna za nošenje s izazovima života (Gibb i Cotton, 1998, Gibb 2002a, Henry i sur. 2005), a čini se da ima važnu ulogu i u zapošljavanju. Međutim, među mnogobrojnim znanstvenim radovima o visokoškolskom obrazovanju malo je onih koji se bave uvođenjem promjena u obrazovanje s ciljem povećanja zapošljivosti studenata.

Pod zapošljivošću studenata podrazumijeva se procjena ekonomske vrijednosti studenta u trenutku diplomiranja (Glover et.al., 2002), odnosno skup postignuća, znanja i osobnih karakteristika (Yorke i Knight, 2006) koje predstavljaju potencijal za zapošljavanje i uspješnost u odabranom poslu. Održiva zapošljivost, za razliku od toga, odnosi se ne samo na sposobnost osiguranja prvog zaposlenja, nego osiguravanje zapošljivosti tijekom cijelog radnog vijeka. Održiva zapošljivost osim što uključuje široki raspon generičkih kompetencija koje su potrebne za uspješnost u različitim poslovima, traži i kompetencije potrebne za upravljanje razvojem karijere na način koji će osigurati zapošljivost (Knight i Yorke, 2004), olakšati snalaženje u uvjetima nesigurnosti i neizvjesnosti, unošenje promjena u okruženje i iskorištavanje prilika.

Novim zaposlenicima treba vremena da znanja koja su stekli tijekom studija operacionaliziraju, dok im generičke kompetencije kao i poduzetnička kompetencija trebaju odmah i one su vrlo često čimbenici koji jamče zadržavanje radnog mjesta (EU MISLEM Project). Iz tog razloga treba osigurati njihovo uključivanje u programe ekonomskog obrazovanja.

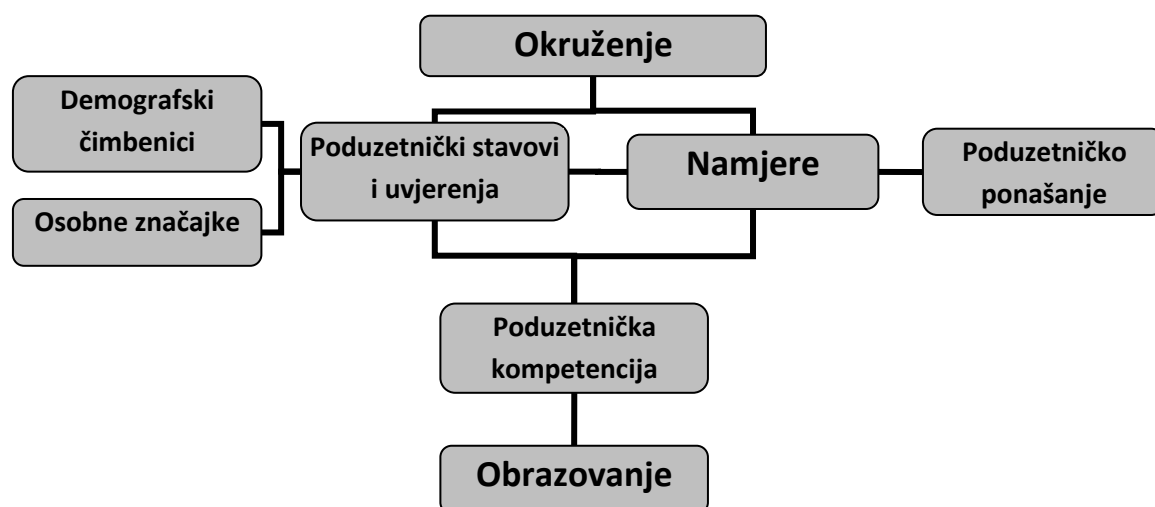
Cilj ovog rada bio je istražiti načine za povećanje zapošljivosti studenata ekonomskih fakulteta u Republici Hrvatskoj te rasvijetliti ulogu koju razvijanje poduzetničkih kompetencija ima u tome.

2. PODUZETNIČKO PONAŠANJE

Na osnovi definicija poduzetništva i poduzetnika (Bygrave i Hofer, 1991; Herron i Robinson, 1993; Gibb i Cotton, 1998) može se zaključiti da poduzetničko ponašanje čine akcije i reakcije pojedinca koje su odgovor na vanjske i unutrašnje poticaje. One su potrebne za stvaranje i otkrivanje prilika, unošenje promjena i stvaranje organizacija kojima je cilj stvaranje dodatne vrijednosti iskorištavanjem tih prilika i nošenje s većom razinom neizvjesnosti i složenosti.

Poduzetničko ponašanje složen je fenomen koji se treba objasniti nizom elemenata. U svrhu objašnjenja poduzetničkog ponašanja, a integrirajući rasprave o čimbenicima koji utječu na razvijanje ponašanja i gledanja na poduzetništvo kao načina razmišljanja i djelovanja te analize procesa učenja i poučavanja, osmišljen je konceptijski model koji poduzetničko ponašanje opisuje uz pomoć sedam elemenata: osobnost (demografski čimbenici i osobne značajke), stavovi i uvjerenja, namjere, okruženje, obrazovanje i kompetencije (Slika 1).

Slika 1: Model poduzetničkog ponašanja



Izvor: Sedlan-König, 2012.

Značaj ovoga modela je u tome što daje odgovor na pitanje koji čimbenici značajno utječu na to hoće li pojedinac pokazati poduzetničko ponašanje, posebno pritom naglašavajući ulogu poduzetničke kompetencije i obrazovanja. Drugi su autori (Misra and Kumar, 2000; Ajzen, 1991, Krueger and Carsrud, 1993; Barbosa et.al., 2006; Boyd and Vozikis, 1994; Shapero, 1982) također utvrdili i dokumentirali ulogu stavova, namjera i okruženja za poduzetničko ponašanje. No, prethodni modeli poduzetničkog ponašanja nisu prepoznavali ključnu ulogu obrazovanja i kompetencija u razvijanju poduzetničkog ponašanja iako su pojedina istraživanja (Gorman et. al., 1997; Gibb and Cotton, 1998) pokazala pozitivnu korelaciju između obrazovanja i razvijanja poduzetničkog ponašanja. Poduzetničko ponašanje nije samo rezultat karakteristika osobnosti (pojedinci ih ili imaju ili nemaju pa ih trebaju razvijati) ni samo okruženja ili karakteristika situacije (trebaju razvijati vještine i strategije za otkrivanje, identificiranje i iskorištavanje prilika koje imaju potencijal), nego je rezultat i poduzetničkih kompetencija koje se dijelom sastoje od tacitnog znanja, ali i znanja koje se može poučavati i učiti (Sarasvathy, 2008).

Obrazovanjem se djeluje na razvijanje kompetencija, a koje kroz svoj utjecaj na stavove i uvjerenja i namjere posredno utječu na poduzetničko ponašanje. U empirijskom istraživanju ovog rada dokazan je utjecaj koji kompetencije imaju na poduzetničko ponašanje. Obrazovni proces u promicanju poduzetničkog ponašanja oblik je eksterne pozitivne intervencije koja može utjecati na percepciju prilika, poželjnost poduzetničkog ponašanja te na uvjerenje o njegovoj provedivosti, ali može istovremeno utjecati na smanjenje otpora zbog negativnih stavova, socijalnih normi i slično.

Ovaj model objašnjava zašto programi u poduzetničkom obrazovanju koji se temelje na usvajanju znanja i psihološkim značajkama poduzetnika ne donose očekivane ishode. Uz iste ili slične osobne karakteristike i znanja pojedinci ne pokazuju podjednako poduzetničko ponašanje zbog različitog stupnja razvijenosti određene kategorije poduzetničke kompetencije. To je, čini se, ključna varijabla koja objašnjava veliku razliku među ponašanjima poduzetnika. Model dalje objašnjava kako poduzetnička kompetencija utječe na razvijanje poduzetničkog ponašanja te upućuje da u cilju razvijanja poduzetničkog ponašanja

treba poticati upravo razvijanje poduzetničkih namjera i poduzetničkih stavova, a kroz utjecaj koji na njih ima poduzetnička kompetencija.

U ciljeve ekonomskog obrazovanja treba dakle uključiti razvijanje poduzetničke kompetencije jer ona utječe na razvijanje poduzetničkih namjera. Utjecaj obrazovanja može se potaknuti ili ograničiti utjecajima čimbenika iz okruženja o kojima također treba voditi računa.

Zbog toga razvijanje poduzetničke kompetencije treba naglašavati kao jedan od ishoda ekonomskog obrazovanja. Kompetencija će utjecati na osjećaj uspješnosti, percepciju rizika, kao i na aktivnosti koje će pojedinac poduzeti. Zbog toga nastavnici trebaju usmjeriti svoje napore ne samo ka stjecanju kompetencija, nego i na osnaživanje studenata u pogleda osjećaja vlastite učinkovitosti osobito u zadacima koji uključuju poduzetničko ponašanje. Na taj će se način povećati spremnost studenata za poduzimanje poduzetničkog ponašanja, a time i njihova zapošljivost.

Pored toga, osobe koje posjeduju poduzetničku kompetenciju obrađuju, pohranjuju, dohvaćaju i koriste informacije iz okruženja bolje nego osobe kojima ta kompetencija nedostaje te su sklonije poduzimanju poduzetničkog ponašanja. Ovo dodatno objašnjava način na koji kompetencije djeluju na ponašanje.

Važno je naglasiti da je za razvijanje viših stupnjeva kompetencije ključno iskustvo u praksi vezano za konkretne situacije jer stručnjaci procjenjuju situacije intuitivno, na osnovi prethodnog iskustva u sličnim situacijama. Pritom su važni i stručno znanje i vještina jer vještina bez odgovarajućeg proceduralnog znanja ostaje čista tehnika s malo razvojnog potencijala.

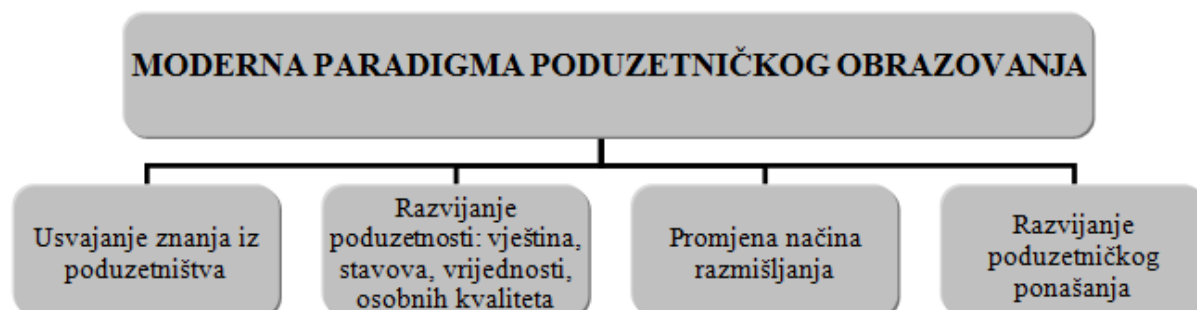
U nastavi koja kao ishod definira razvijanje kompetencije treba ustrajati na vertikalnom transferu znanja (nadogradnji novog znanja na prethodno). Studenti tijekom ekonomskog obrazovanja moraju imati mogućnost primjene znanja jer to olakšava samostalno korištenje znanja u novoj situaciji. Vertikalni transfer znanja neće postići planirane ishode razvijanja kompetencija ako nije kombiniran s horizontalnim transferom znanja, odnosno primjenom stečenih znanja i vještina. Ne smije se zanemariti ni poučavanje studenata kako učiti, što će ih pripremiti za orijentaciju ka cjeloživotnom učenju. Dodatno treba naglašavati važnosti korištenja kompetencija prema prihvaćenim normama i kontekstu što će dugoročno osnaživati imidž poduzetništva u društvu i utjecati na percepciju poželjnosti poduzetničkog ponašanja i kroz to na namjere i u konačnici na razvijanje poduzetničkog ponašanja kod većeg broja pojedinaca u društvu.

3. POUČAVANJE PODUZETNIČKOG PONAŠANJA

Pod pojmom poduzetničkog obrazovanja različiti autori podrazumijevaju različite stvari. Tradicionalna paradigma (Jones i English, 2004) pod poduzetničkim obrazovanjem podrazumijeva formalno poučavanje znanja i vještina koje pojedincima trebaju za pokretanje poslovnih pothvata i razvijanje poduzeća usmjerenih rastu. Kako se poduzetništvo, osim započinjanja vlastitog posla, može promatrati i kao način razmišljanja i oblik ponašanja koje se može naučiti, moderna paradigma poduzetničkog obrazovanja uključuje usvajanje znanja iz poduzetništva i razvijanje poduzetničkog ponašanja. Pri tome se posebno naglašava promjena načina razmišljanja u uvjetima globalizacije, složenosti i neizvjesnosti iako se ne zanemaruje tradicionalni fokus na stvaranje novih poduzeća i razvijanje poduzetnosti. Na ovaj način

moderna paradigma poduzetničkog obrazovanja nije alternativa tradicionalnoj, nego predstavlja njezino proširenje (Slika 2).

Slika 2: Moderna paradigma poduzetničkog obrazovanja



Izvor: Sedlan-König, 2012.

Osnovni ciljevi poduzetničkog obrazovanja trebaju biti usvajanje znanja o poduzetništvu, razvijanje kompetencija za stvaranje i iskorištavanje prilika te unošenje promjena u uvjetima neizvjesnosti i složenosti, povećanje poduzetničkih namjera i poticanje poduzetničkog ponašanja, kao i priprema studenata za izazove koje nose poslovi budućnosti. Poduzetništvo kao sposobnost pojedinca da ideje pretvori u djelovanje smatra se ključnom kompetencijom za sve pojedince, koja im pomaže da budu kreativniji i sigurniji u sebe. Zbog toga očekivani ishod poduzetničkih programa ne bi trebao biti isključivo osnivanje novih poduzeća nego razvijanje kompetencija koje će mladim ljudima, bez obzira na struku ili karijeru koju su odabrali, biti od koristi u kompleksnim i neizvjesnim situacijama te povećati njihove šanse za zapošljavanje. Mladi ljudi moraju znati definirati problem, brzo prikupiti relevantne podatke, koristiti informacijske tehnologije, induktivno i deduktivno zaključivati, razgovarati o problemu i u suradnji s drugima stvoriti rješenje za njega (Reich, 1991).

U cilju ostvarenja definiranih ishoda poučavanja i stvaranja odgovarajućeg okruženja za učenje koje će poticati kreativnost, inovacije i poduzetničku kompetenciju ekonomski bi fakulteti trebali prihvatiti načine rada i alate za 21. stoljeće. Teško je (ili nemoguće) poticati razvijanje poduzetničkog ponašanja isključivo tradicionalnim metodama poučavanja.

Ako su očekivani ishodi programa razvijanje poduzetničkog ponašanja, treba koristiti metode aktivnog i iskustvenog učenja, ohrabrivati studente da djeluju samostalno, a nastavnike poticati da pružaju potporu, savjet i pomoć kada je to potrebno. Studenti trebaju preuzeti primarnu, aktivnu ulogu u obrazovanju, a nastavnici biti njihovi savjetnici i treneri. Pritom treba voditi računa ne o broju intervencija od strane nastavnika, nego o kvaliteti tih intervencija.

Isto tako treba nastojati stvoriti okruženje za učenje koje će biti slično svijetu poduzetnika. Zbog toga se korištenje metoda iskustvenog i situacijskog učenja predlaže kao alternativa tradicionalnom poučavanju. Iskustveno učenje (Kolb, 1984) kombinira konkretno iskustvo, aktivno eksperimentiranje, refleksivno promatranje i aktivnu konceptualizaciju, naglašavajući pritom središnju ulogu iskustva u procesu učenja. Situacijsko učenje (Wenger, 2006) naglašava da je učenje društveni proces koji nastaje u interakciji između pojedinaca i da

najvećim dijelom proizlazi iz iskustva koje pojedinac stječe kroz sudjelovanje u aktivnostima svakodnevnog života.

Da bi se postigli ovi ciljevi potrebno je u ekonomskom obrazovanju okupiti nastavnike koji predaju isti ili sličan predmet kako bi istražili potencijal za poučavanje unutar postojećeg plana i programa eksperimentirajući s inovativnim metodama poučavanja kao polazištem za izgradnju poduzetničke kompetencije i pronalazeći načine da se svaki predmet poučava više na poduzetnički način, a integrirajući poduzetničke aktivnosti i programe u postojeće planove i programe. Sadržaj svakog predmeta može se iskoristiti za identificiranje prilika u kojima studenti mogu koristiti znanje, kreativno rješavati probleme, koristiti aktivne načine učenja, pokazati samoinicijativu, otkrivati, eksperimentirati i raditi na osobnom razvoju. Nastavnike treba poticati na razmjenu iskustava putem udruženja nastavnika, a obrazovne institucije na suradnju i umrežavanje.

Razvijanje poduzetničke kompetencije ne treba ograničiti samo na jedan nastavni predmet, nego ga treba integrirati s ostalim kolegijima i tako smanjiti opterećenost studenata. Trebalo bi razmisliti i o uvođenju izbornih radionica i seminara umjesto obveznih predmeta.

Ovo zahtijeva temeljitu promjenu razmišljanja o ekonomskom obrazovanju i priznavanje važne uloge neformalnog i informalnog obrazovanja. Visokoškolske institucije ključne su za oblikovanje stavova, vještina i ponašanja mladih. Međutim, i akteri izvan kurikulumu i obrazovnog sustava (neformalno i informalno obrazovanje) imaju sve značajniju ulogu u stjecanju znanja, vještina i stavova. Visokoškolske obrazovne ustanove trebaju prihvatiti činjenicu da mladi ljudi stječu znanja, vještine i sposobnosti na novi način i da se obrazovanje ne događa samo unutar fakulteta.

Rad studenata izvan fakulteta treba pažljivo osmisliti. U programima u kojima studenti izlaze iz zgrade fakulteta i uključuju se u aktivnosti u stvarnim poduzećima, potrebno ih je, kao i organizacije, adekvatno pripremiti za zadatak. Da bi se omogućio stalan razvoj, nakon završetka prakse i povratka na fakultet važno je osigurati vođenje i pomoć. Također, težinu i obim zadataka treba prilagoditi sposobnostima i motivaciji studenata.

Centri za poduzetništvo su, čini se, najpogodnija mjesta za pokretanje inicijative povezivanja lokalnih poduzeća i akademske zajednice jer već posjeduju baze podataka o lokalnim poduzećima, imaju iskustvo u organiziranju različitih vrsta obuke, imaju prostor i resurse, a nisu izravno vezani za jedan fakultet te nemaju problema s uključivanjem gostiju predavača, mentora i stručnjaka iz prakse u nastavu. Također i kroz udrugu poslodavaca i slične organizacije i tijela moguće je poticati njihove članove da se uključe u poučavanje mladih i angažirati bivše studente, danas uspješne poduzetnike.

Nadalje, potrebno je uvesti sustav ocjenjivanja rezultata stečenih kroz neformalno i informalno obrazovanje i praktične aktivnosti u poduzetničkim projektima izvan kolegija predviđenih planom i programom, odnosno definirati kriterije za ostvarivanje ECTS bodova kroz takve aktivnosti.

4. METODOLOGIJA

U cilju ispitivanja utjecaja kompetencija na sklonost poduzetničkom ponašanju te definiranja čimbenika koji utječu na razvijanje poduzetničkog ponašanja u visokoškolskom obrazovanju 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 koji su promatrani kao skupina s iskustvom informalnog obrazovanja. Drugi poduzorak čine studenti-članovi udruga koji su promatrani kao primjer neformalnog obrazovanja i treći poduzorak čine studenti koji se ne bave sportom, a ni aktivno ne sudjeluju u radu neke studentske udruge, a korišteni su 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 ponuđenim 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 Entprising Test, Caid, 1991) koji sadrži 54 izjave na koje je moguće odgovoriti iskazivanjem slaganja ili neslaganja s navedenom izjavom. 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, upoznaje, uspoređuje i analizira masovne pojave temeljem prikaza i brojčane obrade poznatih podataka prema različitim statističkim obilježjima. Osim deskriptivne, univarijatne 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 (one-way) 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.

Tijekom istraživanja testirane su sljedeće hipoteze:

H1: Veći stupanj razvijenosti poduzetničke kompetencije dovodi do veće sklonosti poduzetničkom ponašanju i veće zainteresiranosti za pokretanje poduzetničkog pothvata.

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

H3: Iskustvo stečeno kroz neformalno i informalno obrazovanje utječe na osjećaj uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije više nego poučavanje na fakultetima.

4.1. Rezultati

Rezultati testiranja Hipoteze 1: Veći stupanj razvijenosti poduzetničke kompetencije dovodi do veće sklonosti poduzetničkom ponašanju i veće zainteresiranosti za pokretanje poduzetničkog pothvata vidljivi su u Tablici 1.

Tablica 1: GET test u korelaciji s varijablama Zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i Vjerojatnost pokretanja vlastitog posla

	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, $p < 0,01$		

Izvor: Sedlan-König, 2012.

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 segmentima uspješnosti i na razini generalnog osjećaja uspješnosti. Prema Tablici 2 mogu se očitati dobiveni Pearsonovi koeficijenti korelacije.

Tablica 2: Pearsonovi koeficijenti korelacija između pojedinih aspekata osjećaja uspješnosti i procjena utjecaja poslovne škole/fakulteta na njihov rezultat

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

Izvor: Sedlan-König, 2012.

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 neformalno i informalno obrazovanje utječe na osjećaj uspješnosti u kategorijama poduzetničke kompetencije više nego poučavanje na fakultetima) testirana je i rezultati su prikazani u Tablici 3.

Tablica 3: Pearsonovi koeficijenti korelacija između generalnih aspekata osjećaja uspješnosti i procjena utjecaja poučavanja na fakultetu, neformalnog i informalnog obrazovanja i iskustva na njihov rezultat

	1	2	3	4
1. Generalni osjećaj uspješnosti	1,000	,398**	,603**	,347**
2. Generalna procjena utjecaja neformalnog/informalnog obrazovanja	,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 , $p<0,01$				

Izvor: Sedlan-König, 2012.

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 neformalnog i informalnog obrazovanja (0,398) koji jače doprinose osjećaju uspješnosti. Stoga je Hipoteza 3 potvrđena.

Nadalje, ako se u Tablici 4 promatra varijabla Geusp (Generalni osjećaj uspješnosti) u odnosu s poduzetničkom kompetencijom (mjerenom GET testom), može se vidjeti kako osjećaj uspješnosti umjereno pozitivno korelira. Ako se uzmu varijable Geskol (formalno obrazovanje kao izvor osjećaja uspješnosti), Geudrug (neformalno i informalno obrazovanje kao izvor osjećaja uspješnosti) i Geiskus (životno iskustvo kao izvor osjećaja uspješnosti) kao indikator izvora utjecaja na poduzetničku kompetenciju, može se vidjeti kako je osobno

životno iskustvo puno značajniji izvor za razvijanje poduzetničke kompetencije. Poučavanje na fakultetu vrlo malo pridonosi razvijanju poduzetničke kompetencije ($r=,15$, $p<0,01$), nešto jači utjecaj imaju intervencije u neformalnom obrazovanju ($r=,20$), $p<0,01$), dok životno iskustvo najsnažnije utječe na poduzetničku kompetenciju ($r=,36$, $p<0,01$).

Tablica 4: Korelacija varijabli osjećaja uspješnosti s poduzetničkom kompetencijom

	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, $p<0,01$				

Izvor: Sedlan-König, 2012.

Također, zanimljivo je prokomentirati na koje kategorije poduzetničke kompetencije utječu pojedini izvori. Tako, na primjer, poučavanje na fakultetima najviše pridonosi potrebi za postignućem i motivaciji. 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 aspekt potrebe za postignućem. Na kraju, vrlo je zanimljiv utjecaj iskustva stečenog kroz neformalno i informalno obrazovanje na poduzetničku kompetenciju te je vidljivo da iskustvo ima najznačajniji utjecaj na razvijanje svih kategorija poduzetničke kompetencije.

Uz samoprocjenu ispitanika u kategorijama poduzetničke kompetencije dodatno su analizirani rezultati GET testa, a rezultati su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5: Deskriptivna statistika rezultata GET testa prema poduzorku

		N	Prosjek	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

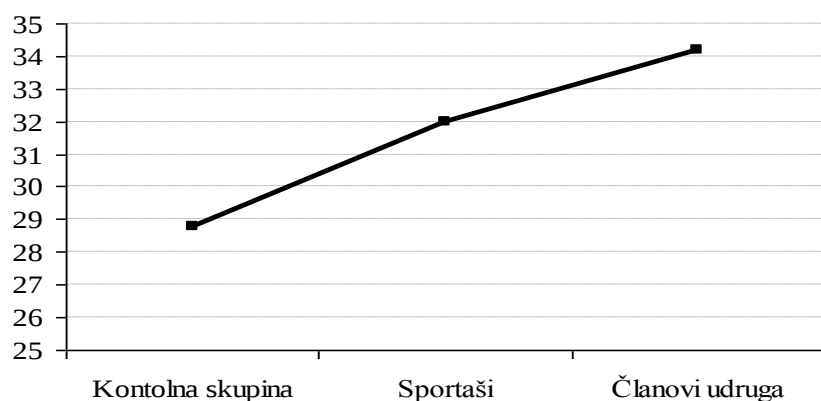
	udruge	65	8,42	1,802	12
	Ukupno	324	7,27	2,063	12
potreba za autonomijom	kontrolna	129	3,18	1,253	6
	sportaši	130	3,44	1,347	6
	udruge	65	3,46	1,404	6
	Ukupno	324	3,34	1,325	6
kreativna tendencija	kontrolna	129	6,09	1,860	12
	sportaši	130	6,66	2,014	12
	udruge	65	7,08	2,116	11
	Ukupno	324	6,52	2,005	12
umjereno preuzimanje rizika	kontrolna	129	6,09	2,107	11
	sportaši	130	6,69	2,064	11
	udruge	65	6,95	2,232	12
	Ukupno	324	6,50	2,138	12
motivacija i odlučnost	kontrolna	129	6,88	2,331	12
	sportaši	130	7,85	1,893	12
	udruge	65	8,29	1,843	12
	Ukupno	324	7,56	2,141	12

Izvor: Sedlan-König, 2012.

Kao što je vidljivo iz Tablice 5, općenito vrijednosti na GET testu su u prosjeku najviše za studente članove studentskih udruga (primjer neformalnog učenja), slijede ih studenti-sportaši (informalno učenje), a najniže su za kontrolnu skupinu. ANOVA i MANOVA analizom navedeno je potvrđeno i statistički.

Iz Slike 3 razvidno je da članovi studentskih udruga, kao primjer neformalnog učenja, imaju veći rezultat i od studenata koji se bave sportom (primjer učenja u informalnom kontekstu). 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. Dakle u takvim okolnostima članovi ne uče djelovati autonomno, nego upravo suprotno, funkcionirati kao dio tima.

Slika 3: GET test ukupno prema skupinama



Izvor: Sedlan-König, 2012.

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 informalno, odnosno neformalno obrazovanje pokazuju veću zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i veću vjerojatnost započinjanja vlastitog posla od studenata koji nemaju takvo iskustvo. Iz toga se može zaključiti da informalno, odnosno neformalno obrazovanje pozitivno utječe na zainteresiranost za poduzetničko ponašanje i vjerojatnost započinjanja vlastita posla. Zbog toga je u ekonomskom obrazovanju kojemu je cilj razvijanje poduzetničke kompetencije i poticanje poduzetničkog ponašanja te povećanje održive zapošljivosti studenata važno studentima omogućiti iskustvo informalnog, odnosno neformalnog učenja i ohrabrivati ih za uključivanje u takve oblike učenja.

Iako ovo istraživanje nije utvrdilo da se studenti koji imaju iskustvo s informalnim i neformalnim obrazovanjem osjećaju generalno uspješnijima, osjećaj veće uspješnosti potvrđen je za tri vrlo važna područja: prikupljanje, analiziranje i razumijevanje podataka, prodaja i marketing i nošenje s promjenama u okolini i ne bi ga se smjelo zanemariti. Posebno je zanimljivo što su studenti članovi studentskih udruga (kao primjer neformalnog učenja) pokazali najveći osjećaj uspješnosti u sva tri područja te bi bilo zanimljivo dodatno istražiti razloge za to.

Osjećaj uspješnosti u poduzetničkoj kompetenciji (kao jedan od stavova i uvjerenja) važan je ne samo zato što prethodi poduzetničkim namjerama i ponašanju nego utječe i na intenzitet poduzetničkih namjera i vjerojatnost da će namjere rezultirati ponašanjem. Ako je cilj poduzetničkog 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, razvijanje osjećaja uspješnosti ne smije se zanemariti u ekonomskom obrazovanju, a čini se da informalno, odnosno neformalno obrazovanje predstavlja odgovarajuću priliku za to.

Rezultati istraživanja upućuju da poučavanje na fakultetima samo ograničeno pridonosi razvijanju osjećaja uspješnosti. Iskustvo stečeno kroz neformalno i informalno obrazovanje, nasuprot tome, najviše pridonosi razvijanju osjećaja uspješnosti. Kako nastava na fakultetima

ne nudi dovoljno mogućnosti za iskustveno učenje, potrebno je fakultetske programe nadopuniti informalnim, odnosno neformalnim učenjem.

Isto tako, poučavanje na fakultetima nedovoljno pridonosi razvijanju poduzetničkih kompetencija. Prema rezultatima ovog istraživanja na to puno veći utjecaj imaju informalno i neformalno obrazovanje. No, najveći utjecaj na razvijanje poduzetničke kompetencije ima iskustvo, a prema rezultatima ovog istraživanja može se zaključiti kako bi bilo poželjno uvesti više praktične nastave u formalno obrazovanje na fakultetima kako bi se ostvarili veći utjecaji na razvoj poduzetničkog ponašanja i sukladno tome povećale prilike za zapošljavanje studenata. Također, treba osmisliti načine za iskorištavanje potencijala koje iskustvo ima u razvijanju poduzetničkog ponašanja kroz nadopunjavanje fakultetskih programa informalnim, odnosno neformalnim oblicima učenja te priznavati i vrjednovati rezultate postignute kroz takvo učenje.

5. ZAKLJUČAK

Pitanje više nije može li se kroz obrazovanje utjecati na promicanje poduzetničke kompetencije i razvijanje poduzetničkog ponašanja, nego na koji način se ta kompetencija može učinkovito razvijati tijekom procesa učenja i poučavanja u ekonomskom obrazovanju. Isto tako ostaje pitanje vezano uz poželjne ishode ekonomskog obrazovanja.

U cilju osmišljavanja efektivnih oblika ekonomskog obrazovanja, poduzetništvo treba razumjeti kao način razmišljanja i oblik ponašanja koje se može naučiti. Pritom se treba usmjeriti na modernu paradigmu poduzetničkog obrazovanja i utjecaj koji intervencije u obrazovanju trebaju imati na stjecanje znanja iz poduzetništva, vještina, stavova, uvjerenja i osobnih kvaliteta te na promjenu načina razmišljanja i razvijanje poduzetničkog ponašanja u cilju pripreme mladih ljudi za iskorištavanje poduzetničkih prilika u nesigurnom i složenom okruženju.

Kako se danas od potencijalnih zaposlenika osim znanja iz područja koje je bilo predmet njihova studiranja, traži široki raspon generičkih kompetencija, prilikom osmišljavanja programa ekonomskog obrazovanja treba polaziti od ishoda učenja koji trebaju biti definirani u obliku kompetencija koje će pomoći studentima prilikom zapošljavanja, u snalaženju u uvjetima složenosti i neizvjesnosti, unošenju promjena u okruženje i iskorištavanju prilika. Sadržaj i metode poučavanja i učenja treba uskladiti s očekivanim ishodima tako da poduzetnički programi trebaju uključivati poduku iz teorije poduzetništva te razvijanje poduzetničkih vještina, stavova i sposobnosti. Svaki program mora osim jasnih ciljeva, uključivati i odgovarajući način ocjenjivanja stečenih znanja, razvijenih vještina i usvojenih stavova, iako ostaje otvoreno pitanje na koji način se poduzetnička kompetencija može mjeriti i ocjenjivati. Uključivanje poslodavaca u osmišljavanje programa ekonomskog obrazovanja, njegovanje partnerstva između fakulteta, poslodavaca i studenata-budućih zaposlenika te osmišljavanje studentske prakse i volontiranja studenata tijekom studija treba prepoznati kao ključne čimbenike promicanja zapošljivosti studenata. Treba naglasiti da bi naponi usmjereni ka povećanju kvalitete kurikuluma, učenja, poučavanja i ocjenjivanja znanja i oni za povećanje zapošljivosti trebali biti podudarni.

Na zapošljivost studenata ekonomskih fakulteta može se utjecati na niz načina: kroz intervencije u formalnom obrazovanju u vidu posebnih modula ili kroz zajedničke kolegije te kroz informalno obrazovanje u vidu učenja uz rad i studentske prakse.

Kako visokoškolske institucije nisu jedino mjesto gdje dolazi do učenja te kako nastavnici ne mogu na svakom satu i za sve studente uključiti aktivnosti usmjerene ka razvijanju pojedinih elemenata poduzetničke kompetencije, formalno ekonomsko obrazovanje treba proširiti i u njega svjesno i ciljano uključiti činitelje iz neformalnih i informalnih procesa učenja. Ako se želi osigurati ispunjavanje nacionalnih ciljeva ostvarivanja veće zapošljivosti, načini rada i pristup poučavanju u ekonomskom obrazovanju morat će se temeljito mijenjati.

Visokoškolske institucije mogu nastaviti ignorirati neformalno i informalno obrazovanje i utjecaj koji oni imaju na razvijanje poduzetničkog ponašanja, a mogu neformalno i informalno obrazovanje prihvatiti kao ravnopravne partnere s kojima će koordinirano raditi na razvijanju kompetencija potrebnih za stvaranje prilika, unošenje promjena i stvaranje organizacija kojima je cilj iskorištavanje prilika i nošenje sa sve većim razinama neizvjesnosti i složenosti, i time povećati i održivu zapošljivost studenata.

Nastojanje ka povećanju zapošljivosti studenata ekonomskih fakulteta treba biti važan sastavni dio ekonomskog obrazovanja. Iako ne mogu jamčiti ishode, ekonomski fakulteti mogu povećati šanse da do određenih ishoda dođe i pridonijeti povećanju zapošljivosti svojih studenata.

6. LITERATURA

1. Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, str. 179-211.
2. Barbosa, S.D., Fayolle, A., Lassas-Clerc, N. (2006), Assessing Risk Perception, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Attitudes and Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, *IntEnt2006: Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*, Fundação Getulio Vargas, July 2006, São Paulo, Brazil, str. 32-47.
3. Boyd, N.G., Vozikis, G.S. (1994), The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 2, str. 63-77.
4. Bygrave, W.D., Hofer, C.W. (1991), Theorizing About Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15, No. 1, str. 27-32.
5. Caird, S. (1991), Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups, *British Journal of Management*, Vol. 2, No. 2, str. 177-186.
6. Gibb, A.A. (2002a), Creating conducive environments for learning and entrepreneurship: living with, dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity, *Industry and Higher Education*, Vol. 16, str. 135-148.
7. Gibb, A.A. (2002b), 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*, Vol. 4, No. 3, str. 233-269.

8. Gibb, A.A., Cotton, J. (1998), Work Futures and the role of Entrepreneurship and Enterprise in Schools and Further Education, Background Keynote paper to the 'Creating the Leading Edge Conference', December 1998, London, str. 67-84.
9. Glover, D., Law, S., Youngman A. (2002) Graduatness and Employability: student perceptions of the personal outcomes of university education, dostupno na: <http://dx.doi.org/10.1080/13596740200200132> (pristupljeno: 23.10.2012).
10. Gorman, G., Hanlon, D., King, W. (1997), Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: A ten-year literature review, *International Small Business Journal*, Vol. 15, No. 3, str. 56-77.
11. Henry, C., Hill, F., Leitch, C. (2005), Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught Part I, *Education and Training*, Vol.47, No.2, str. 98-111.
12. Herron, L., Robinson, R.B., Jr. (1993), A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, No. 3, str. 281-294.
13. Jones, C., English, J. (2004), A contemporary approach to entrepreneurship education, *Education and Training*, Vol. 46, No. 8/9, str. 416-423.
14. Knight, P., Yorke, M. (2004), *Learning, Curriculum and Employability in Higher Education*, London, Routledge.
15. Kolb, D.A. (1984), *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
16. 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.
17. Krueger, N.F., Jr., Carsrud, A. (1993), Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 5, No. 4, str. 315-330.
18. Lave, J., Wenger, E. (1991), *Legitimate peripheral participation*, University of Cambridge Press, Cambridge.
19. Mislem project (2007), Education, Employment and Graduate Employability: Project manual, dostupno na:

http://eprints.aston.ac.uk/457/1/mislem_manual_andrews_higson.pfd

(pristupljeno:23.11.2012).

20. 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).
21. Reich, R. (1991), *The work of nations – Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*, Knopf Publishing, New York.
22. Sarasvathy, S.D. (2008), *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, Edward Elgar Publishing Inc., Northampton, MA.
23. Sedlan-Kőnig, Lj. (2012), Metodologija visokoškolskog obrazovanja u funkciji razvijanja poduzetničkog ponašanja (doktorska disertacija), Osijek: (Lj. Sedlan-Kőnig).
24. Shapero, A. (1982), Some Social Dimensions of Entrepreneurship, U: *The encyclopedia of entrepreneurship*, Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (ur.), Englewood Cliffs, Prentice Hall.
25. Wenger, E. (2006), Communities of practice: a brief introduction, dostupno na:
<http://www.ewenger.com/theory/> (pristupljeno: 25.06.2010).
26. Yorke, M., Knight, P. (2006) Employability: Judging and Communicating Achievements, *Learning and Employability Series One*, York: Higher Education Academy.