

КОЈИ ФАКТОРИ ОБЛИКУЈУ НАМЕРУ СРЕДЊОШКОЛАЦА У СРБИЈИ ДА СЕ БАВЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВОМ?*

*Славица Шевкушић***

Институт за педагошка истраживања, Београд, Србија

Љубомир Стојановић

ОШ „Војвода Степа”, Београд, Србија

Радмила Симијонович

Друга економска школа, Београд, Србија

Апстракт. Упркос бројним иницијативама за промовисање предузетништва у Србији и настојању да се млади кроз образовање подстакну на предузетничко размишљање и покретање сопственог посла, у нашој психолошкој и педагошкој литератури готово и да нема радова који се баве овом проблематиком. Полазећи од Ајзенове теорије о предузетничком понашању као планираном и намерном, спровели смо истраживање чији је циљ да утврдимо који фактори одређују намеру младих у Србији да изаберу предузетништво као каријерну могућност. У фокусу нашег истраживања били су следећи фактори: лична иницијатива, предузетничко искуство (блиске особе као предузетнички узори) и предузетничко образовање. Поред тога испитивана је улога пола, школског успеха и образовања родитеља, као и улога опажања друштвено-економског контекста у коме млади живе. Узорак је пригодан и чини га 222 ученика четвртог разреда, из две економске школе и три гимназије у Србији. За мерење личне иницијативе примењена је скала Робичекове (PGISS-II), док су остали инструменти конструисани за потребе истраживања. Од статистичких поступака коришћена је дескриптивна статистика, хи-квадрат, т-тест, Пирсонов коефицијент линеарне корелације, као и стандардна вишеструка регресиона анализа. Резултати показују да су иницијатива за лични развој, предузетничко искуство (посебно родитељи предузетници) и опажање контекста у коме млади живе

* *Напомена.* Чланак представља резултат рада на пројектима *Од подстицања иницијативе, сарадње, стваралаштва у образовању до нових улога и идентитета у друштву* (бр. 179034) и *Унапређивање квалитета и доступности образовања у процесима модернизације Србије* (бр. 47008) чију реализацију финансира Министарство просвете и науке Републике Србије (2011–2018).

** E-mail: ssevkusic@gmail.com

најважнији фактори за формирање предузетничке намере средњошколаца у Србији. Добијени налази разматрају се, пре свега, у контексту импликација за предузетничко образовање у коме би подстицање ученичке иницијативе и ангажовање успешних предузетника у настави, као ментора, биле пожељне педагошке стратегије.

Кључне речи: предузетништво, фактори предузетничке намере, предузетничко образовање, лична иницијатива, средњошколци.

УВОД

Постоји општа сагласност о важности промовисања предузетништва за стимулисање економског развоја и запошљавање младих. Предузетништво је препознато као кључна компетенција у процесу целоживотног учења, због чега се предузетничко образовање промовише и реализује у готово свим образовним системима Европске уније, на свим нивоима формалног и неформалног образовања. У препорукама докумената Европске комисије промовише се развијање *смисла за иницијативу и предузетништво*, као једне од кључних компетенција коју треба развијати већ на нивоу основношколског образовања. У ширем смислу, предузетништво се одређује као индивидуална способност да се идеја претвори у акцију, а циљ предузетничког учења је развој предузетничког размишљања које се може примењивати у свакодневном животу, у свим областима рада и деловања (European Commission, 2002). Ужа дефиниција одређује предузетничко учење као стицање знања и вештина за покретање властитог пословног подухвата. У суштини ове компетенције је способност препознавања контекста у којем појединац делује и проактивног реаговања на прилике које му се пружају, а основ је и за специфичније вештине и знања који су предузетницима потребни за успостављање друштвених и комерцијалних активности (Ševkušić i sar., 2010).

Предузетништво је током последње деценије постало важна тема у Србији и на различите начине је интегрисано у стратешки и законодавни оквир различитих сектора, као што су економија, омладина, образовање, итд. У образовном систему Србије, предузетничко образовање постоји само у средњим стручним школама и то као посебан предмет од школске 2004/2005. године (Ћекић-Marković, 2015). Упркос бројним иницијативама за промовисање предузетништва и настојању да се млади кроз образовање подстакну на предузетничко размишљање и покретање сопственог посла, у нашој психолошкој и педагошкој литератури готово и да нема радова који се баве овом проблематиком.

Полазећи од уже дефиниције предузетништва, наше интересовање усмерено је на проучавање фактора који обликују намеру средњошколаца у Србији да се одреде за samozapošljavanje. Сматрамо да су истраживања овог проблема неопходна како бисмо могли да формулишемо

научно засноване препоруке за предузетничко образовање, које би допринело да се млади у нашој земљи више опредељују за ову каријерну могућност. Наиме, бројна истраживања у свету показују да су фактори који обликују предузетничку намеру младих значајно условљени културним и друштвено-економским контекстом, што значи да се у концепирању програма за предузетничко образовање не можемо ослањати само на искуства из других земаља. Такође, циљ нам је да покренемо нека важна питања која ће подстаћи и усмерити будућа истраживања овог сложеног феномена у Србији.

Концептуални модели предузетничке намере

Проучавање намере да би се предвидео одређени тип понашања има богату историју у социјалној психологији (Ajzen, 1987, 1991). Намера се сматра посебно важном када су у питању понашања која се ретко дешавају, која је тешко посматрати и која су временски удаљена, какво је предузетничко понашање (Krueger & Brazeal, 1994). Имајући у виду да се појединци не опредељују за предузетничку каријеру случајно, већ намерно и плански, намера се сматра првим и критичним кораком у одлучивању. Предузетничка намера дефинисана је као свесно уверење које усмерава пажњу, искуство и понашање особе ка остварењу специфичног циља – покретања сопственог посла (Bird, 1988; Krueger & Brazeal, 1994). Намера се концептуално и емпиријски означава као најснажнији блиски предиктор предузетничке активности¹ и најчешће је проучавана варијабла у савременим истраживањима о предузетништву. Истраживања су показала да је намера добар предиктор понашања чак и кад је оно релативно временски удаљено, као што је случај са избором каријере код средњошколаца (Krueger, 2007; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Marques, Ferreira, Gomes & Rodrigues, 2012).

Током више од три деценије настојања да се објасни предузетничка намера и предузетничко понашање, доминантан утицај имала су два теоријска приступа: Шаперов модел о предузетничком догађају – ЕЕ (Shapiro, 1975; Shapiro & Sokol, 1982) и Ајзенова теорија о планираном понашању – ТРВ² (Ajzen, 1991). Детаљно разматрање ових модела није у фокусу наше рада,³ али је за предмет нашег истраживања важно да укажемо на њихове сличности и разлике. Оба приступа наглашавају да су *уверење о сопственој компетентности*, које је слично Бандурином појму самоефикасности (Bandura, 1986), као и *позитивни ставови* према предузетништву, главни предуслови предузетничке намере. Разлика је

¹ Према Теорији о планираном понашању, намера објашњава око 30% варијансе понашања (Ajzen, 1987).

² ЕЕ – Entrepreneurial event; ТРВ – Theory of planned behaviour.

³ Више о теоријама видети у: Krueger *et al.*, 2000.

у томе што Шаперов модел укључује фактор *склоност ка акцији*, као специфичну особину личности која има директан утицај на предузетничку намеру, док према Ајзеновом моделу карактеристике личности представљају удаљене предикторе предузетничке намере.

Оба модела много пута су проверавана у проучавању предузетничке намере (Autio Keeley, Klofsten, Parker & Hay, 2001; Davidsson, 1995; Liñán, Rodríguez-Cohard & Rueda-Cantuche, 2011; Krueger, 1993; Krueger & Carsrud, 1993; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Roy, Akhtar & Das, 2017). Иако је њихова валидност емпиријски потврђена, у новијим истраживањима указује се на нека ограничења и потребу за модификацијама. Ово се, пре свега, односи на примену теорије о планираном понашању у истраживањима предузетништва (Lüthje & Franke, 2003; Lortie & Castogiovanni, 2015; Roy, Akhtar & Das, 2017). Истраживања показују да је предузетничко понашање сувише комплексно да би се могло објаснити само поменути конструктима. С тим у вези, предлаже се трагање за особинама личности и социодемографским факторима, како би се њиховим укључивањем у модел повећала његова предиктивна моћ. У новијим истраживањима три фактора привлаче посебну пажњу: лична иницијатива, предузетничко искуство и предузетничко образовање.

Преглед истраживања о личној иницијативи, предузетничком искуству и предузетничком образовању као факторима предузетничке намере

Претходна истраживања потврђују да су особине личности важан предиктор предузетничке намере, што је у складу са општим теоријамa о избору каријере према којима избор представља израз личности (Holland, 1997, према: Obschonka *et al.*, 2010). Интересовање истраживача за персоналне карактеристике поново је оживело после скоро две деценије. Деведесетих година прошлог века овом приступу, који је био најзаступљенији у истраживањима предузетништва, упућене су озбиљне критике. Закључено је да предузетници чине веома хетерогену групу и да нема много смисла трагати за заједничким персоналним предикторима (Gartner, 1989). Новије метаанализе показују да су контрадикторни налази ранијих истраживања често били последица методолошких разлика и да су одређене карактеристике личности (мотивација за постигнуће, самоефикасност, независност, склоност ка ризику, унутрашњи локус контроле) релевантне за предузетничку намеру и понашање (Brandstätter, 2011; Rauch & Frese, 2007; Zhao & Seibert, 2006; Zhao, Seibert & Lumpkin, 2010). Међутим, новијим истраживањима замера се што су усмерена на широке диспозиције личности (попут *Великих Пет*), уместо на специфичне, које више одговарају захтевима предузетничке активности (Utsch & Rauch, 2000). Једна од таквих карактеристика је лична иницијатива.

Концепт личне иницијативе уведен је у област проучавања предузетништва са појавом *теорије о личној иницијативи*, насталој у оквиру организационе психологије. Иницијативност је дефинисана као самопокретачко, проактивно и истрајно понашање да би се превазишле препреке и остварили циљеви (Frese, Fay, Hilburger, Leng & Tag, 1997; Frese & Fay, 2001). Аутор теорије ово понашање сматра главним конструктом за предузетништво и указује на његову повезаност са понашањима као што су самозапошљавање, брзо проналажење посла, планирање каријере и успех у каријери (Frese, 2009).

Појам иницијативе се у литератури о предузетништву појављује у различитим теоријским приступима и сходно томе користе се различити термини. У поменутој теорији о предузетничком догађају аутори користе концепт *склоност ка акцији* и дефинишу га као индивидуалну особину према којој се људи разликују, с обзиром на степен испољене иницијативе (Shapiro & Sokol, 1982). У другим приступима користи се термин *проактивност*. Проактивна личност описана је као она која није спутана ситуационим факторима, а проактивно понашање се изједначава са преузимањем иницијативе ради унапређивања постојећих околности или креирања нових (Bateman & Crant, 1993; Crant, 1996; Krueger & Brazeal, 1994). Дакле, аутори поменуте концепте користе као синониме. Новија настојања да се „уведе ред” у ову област, како би се осмислили валидни мерни инструменти, пружају емпиријску подршку претпоставци да је реч о функционално еквивалентним конструктима (Tornau & Frese, 2013).

Нешто другачији садржај појма личне иницијативе налазимо у радовима Робичекове, која уводи конструкт *иницијатива за лични развој* и дефинише га као активно и намерно ангажовање особе у процесу личног развоја (Robitschek, 1998: 184). Овај конструкт укључује спознају која охрабрује лични развој, као и понашања која активирају мотивацију да се предузму одређени кораци који доводе до промене. Особе које имају висок ниво личне иницијативе нису само свесне да се временом развијају, већ проактивно истражују могућности за свој развој. Проверавајући валидност конструкта и инструмента који је конструисала за његово мерење, Робичекова је утврдила да је иницијатива за лични развој, између осталог, позитивно повезана са истраживањем каријерних могућности и професионалним идентитетом (Robitschek & Cook, 1999; Robitschek *et al.*, 2012).

Упркос томе што се лична иницијатива сматра кључном особином за формирање предузетничке намере, ова веза није често испитивана емпиријски. Аутори метаанализа о ефектима проактивне личности на предузетничку намеру и успех у каријери као главни разлог за мали број истраживања наводе недостатак валидних инструмената за мерење конструкта личне иницијативе (Fuller & Marler, 2009; Schlaegel & Koenig, 2014). Малобројна новија истраживања, спроведена са студенти-

ма, потврђују да је лична иницијатива добар предиктор предузетничке намере, односно да особе које у већој мери испољавају проактивност имају израженију предузетничку намеру (Delle & Amadu, 2015; Travis & Freeman, 2017; Yan, 2010).

Предузетничко искуство. Према теорији о предузетничком догађају, међу социјалним факторима који могу допринети позитивним ставовима према предузетништву посебно се издваја утицај претходног излагања предузетничком искуству (Sharero & Sokol, 1982). Истраживања показују да су предузетници најчешће имали као узоре родитеље, рођаке, пријатеље или успешне предузетнике из јавног живота (Krueger, 1993), као и да опажање пожељности предузетничке каријере зависи од *ширине и квалитета* тог искуства (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Van Auken, Fry & Stephens, 2006).

Одавно је познато да узори могу имати снажан утицај на избор професије (на пример, Krumboltz *et al.*, 1976). Феномен *узора* или *модела* објашњава се теоријама *идентификације* (Kagan, 1958) и *социјалног учења* (Bandura, 1986). Идентификација представља когнитивни одговор на уверење појединца да су карактеристике и тежње друге особе сличне њеним, као и да узор игра пожељну друштвену улогу. Поред тога, узори пружају доказе да се одређени циљеви могу остварити. Према теорији социјалног учења, људи уче у друштвеном контексту посматрајући друге и идентификују се са онима који су успешни у домену у коме и они желе да се остваре.

Најчешће је истраживана веза између предузетништва у породици и предузетничке намере. На пример, Алтинај и сарадници су на узорку од 279 студената туризма и хотелијерства у Великој Британији открили да приватни посао у породици значајно позитивно утиче на намеру студената да се баве предузетништвом (Altinay, Madanoglu, Daniele & Lashley, 2012). Аутори су закључили да традиција породичног бизниса помаже појединцу да стекне знања и вештине који, ако су компатибилни са њиховим личним карактеристикама, могу подстицати њихову предузетничку намеру. Сличан налаз добијен је у истраживању које је спроведено са одраслима који су похађали семинаре у вези са покретањем сопственог бизниса (Carr & Sequeira, 2007). Аутори истичу да претходно предузетничко искуство у породици служи као важан међугенерациски утицај на предузетничку намеру деце и да је тај утицај снажнији, што је већа родитељска подршка.

Предузетничко образовање сматра се једним од кључних инструмената за подстицање предузетничке намере. Овај утицај најчешће се објашњава теоријом о социјализацији каријере, према којој је одлука да се изабере одређено занимање условљена социјалним факторима, међу којима образовање у вези са тим занимањем заузима посебно место (Dyer, 1994).

Анализе бројних предузетничких програма показују да је њихов главни циљ подизање свести о постојању ове каријерне могућности, како би се млади више заинтересовали и подстакли на самозапошљавање. Садржај програма и практична настава интегришу знања из области маркетинга, финансија и рачуноводства у вези са оснивањем и вођењем фирме, а највећи нагласак је на овладавању вештинама развијања пословног плана. Критике које се упућују већини програма односе се на доминацију приступа „учење о предузетништву”, односно на примену традиционалних наставних метода попут *ex cathedra* предавања, одвојености од реалног живота, испита. Новије анализе предузетничког образовања у Великој Британији указују и на изолованост овог наставног предмета у школском курикулуму, као и на стицање апстрактних знања и вештина које нису релевантне за комплексну предузетничку праксу (Higgins & Galloway, 2014).

Упркос значајном броју истраживања о ефектима предузетничког образовања на предузетничку намеру, ова веза није довољно јасна и ретко се испитују посебни педагошки фактори (дизајн курикулума, наставне методе, припремљеност наставника и слично) који могу утицати на формирање предузетничке намере. Такође, истраживања са ученицима средњих школа много су мање заступљена од истраживања која су спроведена са студентима. Већина истраживања сведочи о позитивним ефектима предузетничких програма (Paco, Ferreira, Raposo, Rodrigues & Dinis, 2011; Peterman & Kennedy, 2003; Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007; Wilson, Kickul & Marlino, 2007). Анализом ових програма уочавају се њихове заједничке карактеристике: дуге трајање програма (од неколико месеци до годину дана), интердисциплинаран приступ садржајима, интерактивно и искуствено учење, ангажовање предузетничких узора у настави, учење путем решавања проблема, подстицање креативног мишљења. Међутим, не могу се занемарити истраживања у којима није пронађена значајна позитивна веза између ових варијабли (Fayolle & Gailly, 2015; Rodrigues, Dinis, Paco, Ferreira & Raposo, 2012; Zampetakis, Gotsi, Andriopoulos & Moustakis, 2011), или су утврђени негативни ефекти предузетничког образовања на намеру да се започне сопствени посао (Oosterbeek, van Praag & Ijsselstein 2010). Аутори ове налазе најчешће објашњавају као последицу доминације традиционалних наставних метода и фокусирање на стицање вештина за писање пословног плана.

Предузетничко образовање интегрисано је у образовни систем Србије као посебан предмет само у средњим стручним школама од школске 2004/2005. године. Налази се на листи обавезних стручних предмета са фондом од 62 до 64 часа годишње и реализује се у завршној години школовања. Главни циљеви су да ученици стекну основна предузетничка знања и вештине, да развијају позитивне ставове према предузетништву, као и да се оспособе за активно тражење посла и за самозапошљавање (Службени гласник РС, бр. 10/2012). Предмет највећим делом

предају наставници општих, општестручних и стручних предмета који су прошли дводневну обуку, у којој је акценат био на активним методама наставе. Према нашем сазнању, ефекти предузетничког образовања на предузетничке намере средњошколаца у Србији до сада нису били предмет научног истраживања. Испитивања ставова студената Универзитета у Новом Саду показала су да они сматрају да је предузетничко образовање недовољно за развој позитивних ставова према предузетништву, као и да су знања која добијају претежно теоријска и недовољно примењива у предузетничкој пракси (Markov i Izgarjan, 2010; Markov i Stanković, 2008).

Контекст и циљ истраживања

Ово истраживање спроведено је у оквиру шире студије чији је циљ био проучавање визија будућности младих у Србији.⁴ Циљ истраживања био је да се испита који фактори су значајни за формирање намере средњошколаца у Србији да се одреде за покретање сопственог посла. Поред личне иницијативе, претходног предузетничког искуства (предузетничких узора) и предузетничког образовања, испитиване су и следеће варијабле: пол, образовање родитеља и школски успех. Такође, испитана је веза између ученичке перцепције друштвено-економског контекста у коме живе и њихове предузетничке намере.

МЕТОД

Узорак. Испитаници су ученици четвртог разреда (N=222) из пет средњих школа у Србији, три гимназије (Београд, Параћин, Шид) и две економске школе (Београд и Чачак). Просечна старост испитаника је 18,6 година. Структура узорка према полу и врсти школе дата је у Табели 1.

⁴ Пројекат билатералне сарадње Републике Србије и Републике Словеније под називом „Образовање и транзиција ка одраслости у визијама будућности младих” (2015–2017) чију је реализацију финансирало Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије. За потребе овог истраживања, део узорка из пилот истраживања проширен је испитаницима из економске школе, како би се постигла релативна уједначеност испитаника према варијабли *врста школе*.

Табела 1: Структура узорка према полу и врсти школе

Школа	Пол		Укупно
	м	ж	
Економска	41	76	117
Гимназија	30	75	105
Укупно	71	151	222

Варијабле и начин мерења

Зависна варијабла, *предузетничка намера*, испитана је тврдњом „Када замишљам своју будућност, видим себе као особу која покреће своју сопствену фирму/посао”. Алтернативе за одговор дате су у облику петостепене Ликертове скале на којој су испитаници изражавали степен слагања (1=Уопште се не слажем, 2=Углавном се не слажем, 3=Нити се слажем, нити се не слажем, 4=Углавном се слажем, 5=У потпуности се слажем). Независне варијабле у овом истраживању су: лична иницијатива, претходно предузетничко искуство испитаника, предузетничко образовање, ученичка перцепција друштвено-економског контекста, пол, образовање оца, образовање мајке и школски успех.

Лична иницијатива мерена је мултидимензионалном скалом PGIS-II (Robitschek, 2008) која мери конструкт *иницијатива за лични развој*. Скала има 16 тврдњи и састоји се од четири подскеле: Сврсисходно понашање – *Радим активно на сопственом напретку*; Коришћење ресурса – *Тражим прилике да бих напредовао/ла као личност*; Способност планирања промене – *Знам да направим реалистичан план како бих се променио/ла*; Спремност за промену – *Знам шта треба да променим код себе*. Све тврдње су позитивно формулисане. Укупни скор скале израчунава се сабирањем скорова подскела, па се сума подели са 4; скор сваке подскеле представља просечну вредност одговора на тврдње које чине подскалу. Скала је Ликертовог типа и у оригиналној верзији је шестостепенa (три нивоа слагања и три нивоа неслагања). У овом истраживању примењена је модификована верзија скале, са пет алтернатива одговора (*Уопште се не слажем*; *Углавном се не слажем*; *Нити се слажем*, *нити се не слажем*; *Углавном се слажем*; *У потпуности се слажем*), јер се у нашој средини најчешће примењује овај тип скале. Према тврдњи ауторке, скала има добре психометријске карактеристике (Robitschek *et al.*, 2012). У овом истраживању, показало се инструмент има задовољавајућу поузданост. Вредност Кронбаховог коефицијента за целу скалу је 0,89, а за подскеле: Сврсисходно понашање $\alpha=0,79$, Коришћење ресурса $\alpha=0,68$; Способност планирања промене $\alpha=0,84$ и Спремност за промену $\alpha=0,73$.

Претходно предузетничко искуство испитаника испитивано је помоћу питања „Да ли је неко у твојој породици имао сопствено предузеће?” Навели смо четири категорије значајних особа из окружења испитаника: родитељи, бабе и деде, блиски рођаци, блиски пријатељи породице, а испитаници су могли да наведу и неку другу значајну особу. Испитаници су одговарали на тај начин што су за сваку категорију заокруживали *да* или *не*. Дакле, свака од категорија представљала је засебну варијаблу. Као засебна варијабла, посматрана је сума категорија значајних особа које су испитаници означили да се баве предузетништвом. Варијаблу смо назвали *ширина предузетничког искуства*. Вредност ове варијабле креће се у распону од 0 до 5.

Варијаблу *предузетничко образовање* представља врста школе коју ученици похађају: ученици из економских школа (профили пословни и финансијски администратор), имали су током четврте године предмет Предузетништво према важећем наставном плану и програму („Службени гласник РС”, 10/2012); ученици из гимназија током школовања нису имали никакав облик предузетничког учења, што је утврђено посебним питањем у упитнику („Да ли си похађао неки од предузетничких програма или учествовао у неком предузетничком пројекту?”).

Перцепција друштвено-економског контекста испитивана је питањем „Да ли своју будућност више замишљаш у земљи или у иностранству?” Испитаници су се изјашњавали на седмостепеној скали која је садржала алтернативе у распону од -3 до 3, при чему је -3 значило да испитаник своју будућност замишља *искључиво у Србији*, а 3 да своју будућност замишља *искључиво у иностранству*; број 0 је означавао неодлучност.

Образовање оца и мајке испитивано је помоћу пет алтернатива: 1 – основна школа, 2 – средња школа, 3 – виша школа, 4 – факултет и 5 – магистратура или докторат. Школски успех изражен је просечном оценом на крају првог полугодишта четвртог разреда.

Подаци су прикупљени у мају 2016. године. Ученици су попуњавали упитник у учioniци, током једног школског часа. Просечно време за попуњавање упитника било је око 40 минута.

За анализу података коришћена је дескриптивна статистика, Хи-квадрат тест, т-тест, Пирсонов коефицијент линеарне корелације, као и поступак стандардне вишеструке регресионе анализе, да бисмо разумели како скуп свих независних варијабли објашњава зависну варијаблу. Све анализе урађене су у програмском пакету SPSS 21.

РЕЗУЛТАТИ

Пре главних анализа, проверили смо да ли има значајних разлика у дистрибуцији мушких и женских испитаника према врсти школе, да бисмо избегли могућност да дође до интерференције варијабле пола и врсте школе. Хи-квадрат тест независности није показао значајну везу између пола и школе, $\chi^2(1, n=222)=0,789$; $p=0,375$), $f_i=0,069$, што значи да се пропорција мушких и женских испитаника не разликује значајно у економској школи и у гимназији.

У Табели 2 дате су средње вредности и стандардне девијације за испитиване варијабле, као и Пирсонови коефицијенти корелације независних варијабли са зависном варијаблом. Добијени налази показују да су следећи фактори значајно повезани са предузетничком намером испитаника: иницијатива за лични развој, родитељи – предузетници, ширина предузетничког искуства, процена друштвено-економског контекста (живот у Србији или у иностранству) и образовање оца.

У наставку, детаљније ћемо приказати неке резултате који су посебно важни за наш рад, укључујући додатне анализе, које смо урадили како бисмо разјаснили однос између појединих варијабли.

Табела 2: Дескриптивна статистика и корелације независних варијабли са варијаблом предузетничка намера

Варијабла	N	M	SD	r
Предузетничка намера	222	3,46	1,21	
Сврсисходно понашање	219	3,87	0,75	0,24**
Коришћење ресурса	218	3,17	0,84	0,15*
Способност планирања	218	3,77	0,73	0,29**
Спемност за промену	218	3,80	0,68	0,27**
Иницијатива за лични развој	218	3,65	0,60	0,29**
Родитељи предузетници	219	0,32	0,47	0,17**
Бабе и деде предузетници	219	0,20	0,40	0,09
Рођаци предузетници	219	0,58	0,49	0,08
Блиски пријатељи породице предузетници	219	0,66	0,47	0,05
Неко други	218	0,03	0,16	-0,11

Ширина предузетничког искуства	218	1,78	1,07	0,16*
Врста школе	222			0,12
Живот у Србији или у иностранству	222	0,30	2,12	0,16**
Образовање оца	222	2,76	0,98	0,14*
Образовање мајке	222	2,73	0,91	0,08
Пол	222			-0,06
Школски успех	220	4,03	0,84	-0,06

Напомена: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

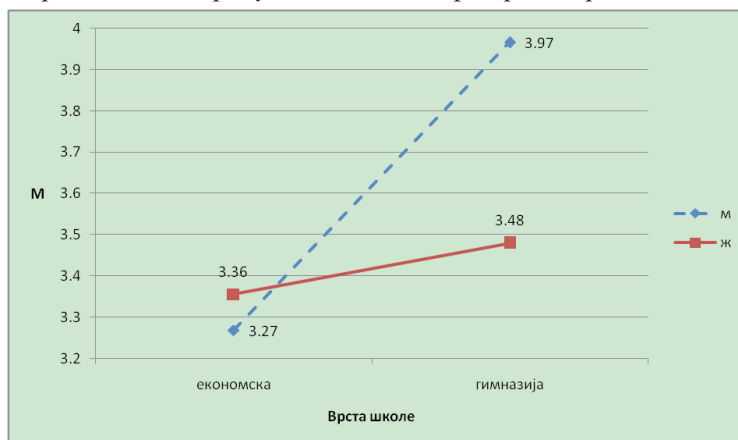
Испитивањем веза између варијабли које су мерене скалом PGIS-II и предузетничке намере установљене су позитивне и значајне корелације (Табела 2). Најјача повезаност пронађена је између варијабли *иницијатива за лични развој* (укупни скор на скали) и *предузетничка намера*. Све корелације значајне су на нивоу 0,01 и умереног су утицаја (*иницијатива за лични развој* $r^2=0,09$; *сврсисходно понашање* $r^2=0,06$; *способност планирања* $r^2=0,08$; *спемност за промену* $r^2=0,07$), осим корелације за варијаблу *коришћење ресурса*, која је значајна на нивоу 0,05 и чији је утицај мали ($r^2=0,02$). Поред тога, за подскалу *коришћење ресурса* добијена је најмања средња вредност и највећа варијабилност резултата. Налази које смо добили у потпуности су у складу са закључцима које је ауторка извела на основу испитивања психометријских карактеристика скале на различитим узорцима. Наиме, подскала *коришћење ресурса* даје доследно ниже средње вредности и већу варијансу од осталих подскала. Поред тога, ова подскала имала је знатно ниже корелације са свим другим скалама, у поређењу са осталим подскалама PGIS-II (Robitschek *et al.*, 2012: 284). Т-тестом је утврђено да нема разлика према полу и врсти школе по величинама скорова на подскалама и укупном скору скале PGIS-II.

Предузетничко искуство и предузетничка намера. Испитивањем везе између појединих категорија блиских особа које су се бавиле предузетништвом и предузетничке намере испитаника, утврђена је позитивна и значајна корелација само за категорију *родитељи предузетници*, док за остале категорије блиских особа корелације нису статистички значајне. Поред тога, утврђена је позитивна и значајна повезаност између варијабле *ширина предузетничког искуства* и варијабле *предузетничка намера*.

Предузетничко образовање и предузетничка намера. Између врсте школе и предузетничке намере није утврђена значајна веза. Пол се такође није показао као значајан фактор за предузетничку намеру. Додатном анализом проверавали смо да ли постоји интеракција између ва-

ријабле пола и врсте школе. Т-тест посебно за младиће и девојке показао је значајност разлика код дечака између две школе на нивоу 0,02, што значи да дечаци у гимназији показују већу склоност ка предузетништву, од дечака у економској школи (младићи гимназија $M=3,97$; $SD=1,10$; младићи економска $M=3,27$; $SD=1,30$), $t(69)=-2,38$; $p=0,02$. Израчунати Ета-квадрат износи 0,08, што представља умерени утицај (Cohen, 1988: 28–47). Разлика није пронађена код девојака.

Графикон 1: Разлика између младића и девојака у погледу изражености предузетничке намере према врсти школе



Образовање родитеља и предузетничка намера. Утврђена је значајна повезаност између варијабле степен образовања оца и предузетничке намере испитаника, што значи да средњошколци који имају више изражену предузетничку намеру имају очеве чији је степен образовања већи. Степен образовања мајке није се показао као значајан фактор предузетничке намере.

За варијаблу *школски успех* није пронађена значајна корелација са предузетничком намером. Применом т-теста независних узорака показало се да је просечан школски успех ученика гимназије ($M=4,15$; $SD=0,78$) значајно виши од просечног успеха ученика економске школе ($M=3,92$; $SD=0,87$); $t(218)=2,03$; $p=0,04$. Гледано према полу, просечан школски успех девојака ($M=4,13$; $SD=0,74$) значајно је виши него код младића ($M=3,81$; $SD=0,98$); $t(218)=2,72$; $p=0,01$. Стога, урађена је додатна анализа повезаности школског успеха са предузетничком намером, засебно за ученике гимназије и ученике економске школе. Иста додатна анализа урађена је засебно за младиће и девојке. Иако ниједна корелација није значајна, уочавамо тенденцију да младићи, који имају нижи просечан школски успех, имају јаче изражену предузетничку намеру ($r=-0,22$; $n=70$; $p=0,07$).

Живот у Србији или живот у иностранству и предузетничка намера. Готово половина испитаника замишља своју будућност у иностранству (45%), трећина преферира живот у Србији, док је 25% испитаника неодлучно у вези с тим. Позитивна и значајна корелација између ове две варијабле указује на то да су средњошколци, који имају израженију предузетничку намеру, склонији да замишљају свој живот у иностранству.

Стандардном вишеструком регресијом испитивали смо у којој мери скуп свих испитиваних независних варијабли може да предвиди зависну варијаблу. Прелиминарним анализама доказано је да нису биле нарушене претпоставке нормалности, линеарности, мултиколинеарности, сингуларности и хомогености варијансе. Варијабла *ширина предузетничког искуства* искључена је из модела, да би се избегла грешка сингуларности (Pallant, 2009: 153). Добијени резултати показују да модел као целина објашњава 16,3% укупне варијансе, $F(8,201)=4,89$; $p<0,01$. У коначном моделу, статистички су значајна само три фактора предузетничке намере, при чему фактор *иницијатива за лични развој* има највећи бета коефицијент ($\beta=0,26$; $p<0,01$), следи варијабла *родитељи предузетници* ($\beta=0,17$; $p<0,01$) и варијабла *живот у Србији или иностранству* ($\beta=0,14$; $p<0,05$).

ДИСКУСИЈА

У настојању да утврдимо који су фактори значајни за формирање предузетничке намере код младих у Србији, определили смо се за узорак средњошколаца. Увидом у литературу у овој области уочили смо да је највећи број истраживања спроведен са студентима и одраслима. Један од разлога за овај избор заснива се на претпоставци да су особе вишег степена формалног образовања склоније предузетничким подухватима, од мање образованих особа (Kennedy & Drennan 2001). Друго, дуго се сматрало да мерење предузетничке намере код ученика средње школе не може бити добар предиктор за њихово будуће занимање. Међутим, новија истраживања пружају доказе да очекивања и намере у вези са будућим занимањем почињу да се формирају током ране и средње адолесценције (Low *et al.*, 2005; Marques, Ferreira, Gomes & Rodrigues, 2012; Wilson, Kickul & Marlino, 2007). Резултати малобројних истраживања о стабилности раних аспирација према одређеним занимањима потврђују овај закључак. На пример, у једној лонгитудиналној студији у Великој Британији показало се да је предузетничка намера, коју су изразили ученици на узрасту од 16 година, била добар предиктор њиховог будућег занимања у 34. години (према: Falck, Hebllich & Luedemann, 2012).

У фокусу нашег интересовања била су три фактора, као потенцијални корелати предузетничке намере средњошколаца у Србији: лична иницијатива, предузетничко искуство и предузетничко образовање. Од

увођења концепта личне иницијативе у област проучавања предузетништва (Frese *et al.*, 1997), истраживања су доследно давала емпиријску подршку претпоставци да је лична иницијатива добар предиктор предузетничке намере и успеха у предузетничкој каријери. Резултати најновијих истраживања, такође, потврђују ову везу (Delle & Amadu, 2015; Solesvik, 2016; Travis & Freeman, 2017). У нашем истраживању, за мерење личне иницијативе, први пут је примењен инструмент PGISS-II (Robitschek, 2012). За ову скалу определили смо се јер су истраживања ауторке показала да иницијатива за лични развој има значајан утицај на истраживање каријерних опција и избор професије (Robitschek & Cook, 1999). Такође, показало се да је овај конструкт позитивно повезан са аутономијом и самоприхватањем, карактеристикама личности које су значајно повезане са предузетничком намером.

Резултати нашег истраживања показују да је иницијатива за лични развој значајан фактор предузетничке намере. Испитаници који себе у будућности виде као предузетнике, изражавају већи степен спремности за лични развој: они знају које кораке треба да предузму да би остварили жељене личне промене, знају да направе реалистичан план и поставе реалистичне циљеве за промене. Дакле, они су склони да примењују активне, креативне и продуктивне стратегије које се сматрају кључним и за предузетничку активност. Поред тога што је добијени налаз у складу са налазима других истраживања, он указује и на важност даљег трагања за особинама личности које могу допринети разумевању овог сложеног феномена. У том смислу, сложили бисмо се са ауторима који тврде да се концептуални модели за објашњење предузетничке намере, који „игноришу” улогу персоналних карактеристика (попут Ајзеновог модела, прим. аутора) не могу сматрати комплетним (Yan, 2010).

Као значајан фактор предузетничке намере издвојили су се *родитељи – предузетници*, што значи да средњошколци који имају бар једног од родитеља који се бави предузетништвом имају израженију предузетничку намеру. Овај налаз подударан је са налазима новијих истраживања у којима је пронађен позитиван утицај традиције породичног предузетништва на намеру испитаника да се одреде за предузетничку професију (Altınay *et al.*, 2012; Carr & Sequeira, 2007). Поред тога, утврдили смо да су ученици који су изражавали јачи степен предузетничке намере, у свом окружењу имали већи број блиских особа које су се бавиле предузетништвом. С обзиром на то да су и друга истраживања указала на то да пожељност предузетничке професије зависи од ширине и квалитета претходног предузетничког искуства (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Van Auken, Fry & Stephens, 2006), могли бисмо посредно закључити да су искуства наших испитаника са предузетничким узорима била позитивна.

Предузетничко образовање није се показало као значајан фактор за предузетничку намеру средњошколаца, односно између ученика из

економских школа и гимназија нема значајне разлике у степену изражености предузетничке намере. При тумачењу овог налаза морамо бити обазриви јер је наше истраживање корелационог типа, а само на основу нацрта „мерење намере пре и после” могли бисмо поуздано утврдити да ли похађање предмета Предузетништво има значајан утицај на формирање предузетничке намере ученика. Иако до сада није било истраживања о ефектима предузетничког образовања у средњој школи, неки показатељи иду у прилог закључку да се ова настава не одвија на задовољавајући начин. Подаци из документа о политикама, моделима и пракси предузетничког образовања у Србији, добијени испитивањем ставова ученика који су похађали овај предмет, указују на то да највећи број ученика нема јасну слику о томе која је била његова сврха. Такође, ученици сматрају да је превише времена у настави посвећено вештинама писања пословног плана (Šekić-Marković, 2015: 40). Ови подаци, као и резултати малобројних испитивања ставова студената о предузетничком образовању на факултетима (Markov i Stanković, 2008; Markov i Izgarjan, 2010), сугеришу да је неопходно систематско праћење наставе, као и анализа наставног плана и програма за предузетничко образовање.

Имајући у виду да се у неким истраживањима о ефектима предузетничког образовања на предузетничку намеру показало да је ова веза посредована полом, тако да образовање има значајнију улогу у формирању намере код девојака него код младића (Wilson, Kickul & Marlino, 2007), урадили смо додатне анализе како бисмо испитали ову претпоставку на нашем узорку. Испитивање интеракције између пола и врсте школе показало је да ученици из гимназија показују већи степен предузетничке намере од ученика из економских школа, док код ученица није пронађена значајна разлика. Овај налаз указује на то да у будућим истраживањима о ефектима предузетничког образовања треба посебну пажњу обратити на медијаторску улогу пола. Такође, налаз да су ученици из гимназија исказали јачу предузетничку намеру од ученика из економских школа захтева даља испитивања. Једно од објашњења могло би бити да ученици из гимназија имају већу мотивацију за постигнућем и веће самопоштовање од ученика из економских школа, будући да су се у претходним истраживањима ови фактори показали као значајне медијаторске варијабле за предузетничку намеру.

Утврдили смо да је само степен образовања оца значајно повезан са предузетничком намером, тј. да средњошколци чији очеви имају већи степен образовања имају више изражену предузетничку намеру. Иако се пол и школски успех нису показали као значајни фактори предузетничке намере, додатне анализе указују на то да је њихов однос према предузетничкој намери сложенији него што се претпостављало. У будућим истраживањима пол и школски успех, као и њихова интеракција, требало би да буду испитани као медијатори сложених односа између фактора који обликују предузетничку намеру младих.

Претпоставка да је спремност младих да изаберу предузетништво као каријерну опцију детерминисана њиховим опажањем расположивих ресурса у контексту (Shinnag *et al.*, 2012), потврђена је у нашем истраживању. Средњошколци који имају израженију предузетничку намеру склонили су да замишљају свој живот у иностранству, што вероватно значи да контекст у коме живе опажају као неповољан за предузетничку активност. Подршку за овај закључак налазимо у малобројним домаћим истраживањима у којима студенти негативно процењују атмосферу за започињање приватног посла због привредне и политичке нестабилности, крхког законског оквира и високог степена корупције (Markov i Izgarjan, 2010: 325).

На крају, испитивање предиктивне моћи скупа свих независних варијабли показало је да су за објашњење предузетничке намере средњошколаца значајна само три фактора: иницијатива за лични развој, родитељи предузетници и опажање пожељности контекста за предузетништво. Иако укупни предиктивни ефекат није велики, наши налази показују да има много смисла да се у постојеће концептуалне моделе за објашњење предузетничке намере укључе и ови фактори, како би се повећала њихова предиктивна моћ.

ЗАКЉУЧАК

Циљ рада био је да допринесе разумевању фактора који обликују намеру младих у Србији да се одреде за самозапошљавање. С обзиром на то да је ово прво истраживање код нас које је спроведено са ученицима средњих школа, сматрамо да има значајан допринос у неколико домена. Прво, скала PGIS-II коју смо применили за мерење иницијативности ученика показала се као валидан и поуздан инструмент, који би могао бити примењен у будућим истраживањима о предузетништву. Као што смо истакли у прегледу истраживања, аутори метастудија о значају личне иницијативе за предузетништво указују на то да постоји мали број одговарајућих инструмената за ову сврху. Поред тога, сматрамо да би ова скала могла послужити стручним сарадницима у школи као један од начина да се међу ученицима идентификују потенцијални предузетници и да им се, уколико за то покажу интересовање, кроз саветодавни рад помогне у процесу одлучивања о будућој професији.

Друго, резултати које смо добили имају важне импликације за планирање и конципирање предузетничког образовања у Србији. Новија истраживања показују да је средња адолесценција критичан период за подстицање позитивних ставова према предузетништву, као и за овладавање компетенцијама које су младима потребне да би показали већу спремност да се одреде за самозапошљавање и храброст да се суоче са препрекама које их на том путу чекају (Falck, Heblich & Luedemann, 2012; Oosterbeek, van Praag & Ijsselstein 2010; Rodrigues *et al.*, 2012).

Иако су наши налази добијени на релативно малом узорку, сугеришу да међу ученицима гимназија има више оних који изражавају предузетничку намеру што значи да би предузетничко образовање требало увести у све средње школе, а не само у стручне. Друге препоруке одnose се на садржај програма и начин његове реализације. Налаз да је лична иницијатива значајан фактор предузетничке намере указује на важност њеног подстицања у предузетничком образовању, као и у целокупном процесу школовања. Како показују резултати истраживања, вредновање иницијативности у школама у Србији је генерално ниско, а ученичка иницијатива у настави је веома мало заступљена (Polovina, 2014; Komlenović i Polovina, 2012). С друге стране, посебне стратегије за подстицање иницијативности које се примењују у оквиру програма за предузетничко образовање у неким земљама показују значајне позитивне ефекте (према: Solesvik, 2016).

Када су наставни приступи и методе у питању, искуства из других земаља показују да су најуспешнији они предузетнички програми у којима се, уместо традиционалног фокуса на развијање пословних планова и техничке аспекте предузетништва, примењују стратегије попут искуственог учења (*learning by doing*), тимског рада, решавања проблема и подстицања дивергентног мишљења, како би млади учили комплексне вештине које су неопходне за динамична тржишта. Такође, ангажовање успешних предузетника из локалне средине, као ментора и саветника у настави, показало се као успешна пракса јер доприноси да млади развијају психолошке стратегије одржавања мотивације и смањивања анксиозности у вези са избором предузетничке каријере.

На крају, желимо да укажемо на нека методолошка ограничења нашег истраживања. Једно од ограничења тиче се проблема од кога „пате” сва истраживања, која су заснована на самоизвештавајућим мерама. Објективније мере дале би поузданије резултате, а у наредна истраживања требало би укључити лонгитудиналну перспективу да би се видело колико је предузетничка намера добар предиктор предузетничког понашања. Друго ограничење односи се на то да смо предузетничку намеру испитивали само једном тврдњом. Иако је то честа пракса у истраживањима овог проблема (на пример, Altinay *et al.*, 2012; Autio *et al.*, 2001; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Peterman & Kennedy, 2003), сматрамо да би у будућим истраживањима требало да буде примењена скала са више тврдњи, како би се повећала поузданост добијених налаза.

Коришћена литература

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology", *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1–63.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Altınay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. C. & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bateman, T. & Crant, M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103–118.
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442–453.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230.
- Carr, J. & Sequeira, J. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.
- Cohen, J. W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd Edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Crant, M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34, 42–49.
- Čekić–Marković, J. (2015). *Preduzetničko obrazovanje: Komparativni pregled obrazovnih politika, modela i prakse*. Tim za socijalno uključivanje i smanjivanje siromaštva i Vlada Republike Srbije.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *Paper presented for the RENT IX Workshop*. November 23–24, Piacenza, Italy.
- Delle, E. & Amadu, I. M. (2015). Proactive personality and entrepreneurial intention: Employment status and student level as moderators. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 3(4), 1–13.
- Dyer, G. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 7–21.
- European Commission (2002). Final report of the expert group "Best Procedure", *Project on the Education and Training for Entrepreneurship*. Brussels: Enterprise Directorate General.
- Falck, O., Heblich, S. & Luedemann, E. (2012). Identity and entrepreneurship: Do school peers shape entrepreneurial intentions? *Small Business Economics*, 39(1), 39–59.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K. & Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 139–161.
- Frese, M. & Fay, D. (2001). Personal initiative: An active performance concept for work in the 21st century. *Research in Organizational Behavior*, 23, 133–187.
- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship – an action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 435–494.

- Fuller, B., Jr. & Marler, L. E. (2009). Change driven by nature: A meta-analytic review of the proactive personality literature. *Journal of Vocational Behavior*, 75(3), 329–345.
- Gartner, W. (1989). "Who is an entrepreneur"? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 47–68.
- Higgins, D. & Galloway, L. (2014). Refocusing – building a future for entrepreneurial education and learning. *Industry & Higher Education*, 28(6), 449–457.
- Kagan, J. (1958). The concept of identification. *Psychological Review*, 65, 296–305.
- Kennedy, J. & Drennan, J. (2001). A review of the impact of education and prior experience on new venture performance. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2(3), 153–169.
- Komlenović, Đ. i Polovina, N. (2012). Procena nastavnika o ispoljavanju učeničke inicijativnosti. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 44(2), 266–282.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 5, 5–21.
- Krueger, N. & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 316–323.
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Krueger, N., Reilly, M. & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 15, 411–432.
- Krueger, N. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123–138.
- Krumboltz, J., Mitchell, A. & Jones, G. (1976). A social learning theory of career selection. *The Counseling Psychologist*, 6, 71–80.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Lortie, J. & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: What we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935–957.
- Low, K., Yoon, M., Roberts, B. & Rounds, J. (2005). The stability of vocational interests from early adolescence to middle adulthood: A quantitative review of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 131(5), 713–737.
- Lüthje, C. & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R & D Management*, 33(2), 135–147.
- Markov, S. i Izgarjan, A. (2010). Perception of the entrepreneurship of the male and female students at the University of Novi Sad. *Sociološki pregled*, 44(2), 325–336.
- Markov, S. i Stanković, F. (2008). Univerzitetsko okruženje i preduzetničke težnje studenata. U S. Markov i F. Stanković (ur.), *Univerzitet i preduzetništvo* (str. 73–113). Novi Sad: Univerzitet.
- Marques, C., Ferreira, J., Gomes, D. & Rodrigues, R. (2012). Entrepreneurship education: How psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurial intention. *Education and Training*, 54(8/9), 657–672.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63–72.
- Oosterbeek, H., van Praag, M. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54, 442–454.
- Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R. & Dinis, A. (2011). Entrepreneurial intention among secondary students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 92–106.
- Pallant, J. (2009). *SPSS: priručnik za preživljavanje*. Beograd: Mikro knjiga.

- Peterman, N. E. & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(2), 129–144.
- Polovina, N. (2014). Inicijativnost učenika: konceptualna analiza. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 46(2), 320–338.
- Pravilnik o nastavnom planu i programu srednjeg stručnog obrazovanja u području rada ekonomija, pravo i administracija (2012). *Službeni glasnik RS – Prosvetni glasnik*, br. 10/2012.
- Raush, A. & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
- Robitschek, C. (1998). Personal growth initiative: The construct and its measure. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 30, 183–198.
- Robitschek, C. & Cook, S. (1999). The influence of personal growth initiative and coping styles on career exploration and vocational identity. *Journal of Vocational Behavior*, 54, 127–141.
- Robitschek, C., Ashton, M., Spering, C., Geiger, N., Byers, D., Schotts, G. & Thoen, M. (2012). Development and psychometric properties of the Personal Growth Initiative Scale – II. *Journal of Counseling Psychology*, 59, 274–287.
- Rodrigues, R. G., Dinis, A., Paco, A., Ferreira, J. & Raposo, M. (2012). The effect of an entrepreneurial training program on entrepreneurial traits and intention of secondary students. In T. Burger-Helmchen (Ed.), *Entrepreneurship – Born, Made and Educated* (pp. 77–92). InTech, Rijeka.
- Roy, R., Akhtar, F. & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science and technology students in India: Extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 1013–1041.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Shapiro, A. (1975). The *displaced, uncomfortable entrepreneur*. *Psychology Today*, 9(6), 83–88.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ševkušić, S. i grupa autora (2010). *Preduzetničko učenje u gimnazijama*. Beograd: IMG i Ministarstvo prosvete Republike Srbije,
- Shinnar, R., Giacomini, O. & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493.
- Solesvik, M. (2016). Entrepreneurial self-efficacy, personal initiative and entrepreneurial intentions: Comparison of emerging and developed economies. *Paper presented at the 3d international conference "GSOM emerging markets conference 2016", 6-8 October, St. Petersburg, Russia*.
- Souitaris, V., Zerbini, S. & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
- Tornau, K. & Frese, M. (2012). Construct clean-up in proactivity research: A meta-analysis on the nomological net of work-related proactivity concepts and their incremental validities. *Applied Psychology*, 62, 44–96.
- Travis, J. & Freeman, E. (2017). Predicting entrepreneurial intentions: Incremental validity of proactive personality and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(1), 45–57.
- Utsch, A. & Raush, A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 45–62.

- Van Auken, H., Fry, F. L. & Stephens, P. (2006). The influence of role models on entrepreneurial intentions. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(2), 157–167.
- Wilson, F., Kickul, J. & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387–406.
- Yan, J. (2010). The impact of entrepreneurial personality traits on perception of new venture opportunity. *New England Journal of Entrepreneurship*, 13(2), 21–35.
- Zampetakis, L., Gotsi, M., Andriopoulos, C. & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people. *Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199.
- Zhao, H. & Seibert, S. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91, 259–271.
- Zhao, H., Seibert, S. & Lumpkin, G. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.

Примљено 28.3.2018; прихваћено за штампу 30.5.2018.

WHICH FACTORS SHAPE THE INTENTION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS IN SERBIA TO PURSUE ENTREPRENEURSHIP?

Slavica Ševkušić

Institute for Educational Research, Belgrade, Serbia

Ljubomir Stojanović

Primary school "Vojvoda Stepa", Belgrade, Serbia

Radmila Simijonović

Second Secondary School of Economics, Belgrade, Serbia

Abstract

In spite of numerous initiatives for promoting entrepreneurship in Serbia and the endeavours to encourage young people through education to think as entrepreneurs and start their own business, there are almost no papers in our psychological and educational literature that deal with this topic. Starting from Eisen's theory of entrepreneurial behaviour as planned and intentional, we conducted a research with the aim of determining the factors which influence the intention of young people in Serbia to choose entrepreneurship as a career option. The focus in the research was on the following factors: personal initiative, entrepreneurial experience (close persons as entrepreneurial role models) and entrepreneurship education. Additionally, the role of gender, school achievement and parental education was analysed, as well as the role of perceiving the socioeconomic context in which young people live. The sample was convenient and comprised 222 fourth-grade students from two schools of economics and three grammar schools in Serbia. Robitschek's scale (PGISS-II) was used for measuring personal initiative, while other instruments were constructed for the purposes of the research. The used statistical procedures included descriptive statistics, Chi-square, t-test, Pearson's coefficient of linear correlation, as well as standard multiple regression analysis. The results indicate that the personal growth initiative, entrepreneurial experience (especially parents who are entrepreneurs) and the perception of the context in which young people live are the most important factors for forming an entrepreneurial intention in secondary school students in Serbia. The obtained findings are discussed, first and foremost, in the context of implications for entrepreneurship education in which the desirable educational strategies refer to encouraging student initiative and engaging successful entrepreneurs in teaching as mentors.

Key words: entrepreneurship, factors of entrepreneurial intention, entrepreneurship education, personal initiative, secondary school students.

КАКИЕ ФАКТОРЫ ВОЗДЕЙСТВУЮТ НА НАМЕРЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СРЕДНИХ ШКОЛ СЕРБИИ ЗАНЯТЬСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ?

Славица Шевкушич

Институт педагогических исследований, Белград, Сербия

Любомир Стоянович

Восьмилетняя школа им. Воеводы Степы, Белград, Сербия

Радмила Симийонович

Второе экономическое училище, Белград, Сербия

Аннотация

Вопреки многочисленным инициативам, связанным с улучшением позиции предпринимательства в Сербии и вопреки усилиям, направленным на поощрение молодых людей, чтобы в процессе образования развивали предпринимательское мышление и готовность к началу своей деятельности, в отечественной психологической и педагогической литературе почти нет работ, посвященных данной проблематике. Исходя из теории Айзена о предпринимательском поведении как запланированном и сознательном поведении, авторы провели исследование, цель которого – выявить, какие именно факторы определяют намерение подростков в Сербии избрать предпринимательство как возможность для создания карьеры. В фокусе предлагаемого исследования были следующие факторы: личная инициатива, предпринимательский опыт (родные и знакомые как образцы для подражания в предпринимательстве) и предпринимательское образование. Кроме того, исследовались роль пола, успеваемости в школе и образования родителей, а также роль видения общественно-экономического контекста, в котором живет подрастающее поколение. Исследование проведено на корпусе 222 учащихся четвертых классов из двух экономических училищ и трех гимназий в Сербии. Для измерения инициативности использовалась шкала Робичековой (PGISS-II), тогда как остальные инструменты сконструированы для нужд данного исследования. Из статистических поступков использовалась описательная статистика, хи-квадрат, т-тест, коэффициент линейной корреляции Пирсона, а также стандартизованный многократный регрессионный анализ. Результаты показывают, что инициативность в плане личного развития, предпринимательский опыт (особенно родителей) и объективное видение контекста, в котором живет подрастающее поколение, являются важнейшими факторами формирования предпринимательской интенции учащихся средних школ в Сербии. Полученные результаты рассматриваются преимущественно в контексте выводов для становления такой концепции предпринимательского образования, в которой поощрение инициативы учащихся и участие успешных предпринимателей как руководителей в обучении являлись бы положительными педагогическими стратегиями.

Ключевые слова: предпринимательство, факторы предпринимательской интенции, предпринимательское образование, личная инициатива, учащиеся средних школ.