

Evaluacija programa razvijanja poduzetničkih sposobnosti mladih: Kreativno-edukativna škola za mlade poduzetnike (KEŠ)

UDK: 371.214.11:65.012

Prethodno priopćenje

Primljeno: 13.12.2012.



Dr. sc. Asmir Gračanin¹
Filozofski fakultet u Rijeci,
Odsjek za psihologiju
agracanin@ffri.hr



Bojana Ćoso, prof.²
Osnovna škola
Fran Krsto Frankopan, Krk

Sažetak

Učenje i razvoj poduzetničkih kompetencija uvršteno je u strateške dokumente za razvoj obrazovanja i poduzetništva u Republici Hrvatskoj, pri čemu se nameće potreba za postojanjem cjelovitog programa učenja poduzetništva i poduzetničkih vještina od najnižih razina obrazovanja. Kreativno-edukativna škola za mlade poduzetnike KEŠ provodi se kao cjeloviti program među uče-

¹ Asmir Gračanin je diplomirao psihologiju na Filozofskom fakultetu u Rijeci 2003. godine. Na Filozofskom fakultetu u Ljubljani stekao je magisterij znanosti 2006., te doktorirao 2011. godine. Radi kao viši asistent. Autor je brojnih radova iz područja psihologije ličnosti i suradnik na različitim projektima lokalne zajednice vezanima uz edukaciju i zdravlje građana.

² Bojana Ćoso je diplomirala psihologiju na Filozofskom fakultetu u Rijeci 2006. godine. Pohađa interdisciplinarni doktorski studij Jezik i kognitivna neuroznanost.

nicima sedmih i osmih razreda koji pohađaju osnovne škole Grada Rijeke. Evaluacija programa pokazala je kako je KEŠ ostvario većinu svojih ciljeva. Program je ostvario pozitivan efekt kod polaznika na faktorima koji se podrazumijevaju kao osnovne poduzetničke karakteristike: nekonvencionalnosti i kreativnosti, poduzetničke samoefikasnosti, stavovima i zainteresiranosti za poduzetništvo te samoprocjenjenom znanju o poduzetništvu.

Ključne riječi: poduzetništvo, poduzetničke osobine, edukacija o poduzetništvu

1. Uvod

Poduzetništvo u širem smislu podrazumijeva aktivnosti koje uključuju kreativnost, inovativnost, upornost, samostalnost i sl., dok se u užem smislu odnosi na iskorištavanje prilika i resursa za stvaranje vrijednosti uz razumno preuzimanje rizika (Tkalec, 2011.). Razvoj ovih aktivnosti pridonosi gospodarskom rastu kroz stvaranje novog znanja, inovacija te poticanje proizvodnje (Jokić i sur., 2007.). *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje* (Ministarstvo znanosti obrazovanja i športa, 2010.) pretpostavlja obavezno uvođenje međupredmetnih tema u obrazovanje temeljenih na osam ključnih kompetencija za cjeloživotno obrazovanje, pri čemu se jedan od modula odnosi na učenje i razvoj poduzetničkih kompetencija. Kurikulum stavlja težište na „razvoj osobina ličnosti te znanja, vještina, sposobnosti i stavova potrebnih za djelovanje pojedinca kao uspješne poduzetne osobe“ (Ministarstvo znanosti obrazovanja i športa, 2010., 45). Istodobno, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2010.) usvojilo je *Strategiju učenja za poduzetništvo 2010.-2014.* koja izdvaja nužnost stjecanja kompetencija za poduzetništvo od najnižih razina obrazovanja. Osnovna pretpostavka strategije je da učenje poduzetništva, kao jedne od temeljnih kompetencija, podrazumijeva najefikasnije stjecanje pojedinih vještina i znanja u ranim fazama razvoja pojedinca. Psiholgijski pristupi poduzetništvu pokazali su jasnu povezanost karakteristika ličnosti, razvoja vještina i stavova te poduzetničkog statusa. Petofaktorski model ličnosti pokazao je povezanost s poduzetničkim statusom, pri čemu su poduzetnici u odnosu na menadžere imali više rezultate na faktoru savjesnosti i otvorenosti prema iskustvu, a niže na neuroticizmu i ugodnosti, dok ekstraverzija nije pokazala značajne razlike (Zhao i Seibert, 2006.). Vezano uz ovakve nalaze, pojedini autori smatraju kako su poduzetničke vještine isključivo vezane za karakteristike ličnosti te kako ih se stoga ne može usavršavati. Takav stav pretpostavlja poduzetničkovu determiniranost temperamentom i talentom koji posjeduje (Thompson, 2004.).

S druge strane, istraživanja su ukazala na važnost stavova i vještina koje se mogu razvijati i direktno utječu na poduzetničko ponašanje. Pregledom literature mogu se naći brojne vještine i osobine koje se smatraju važnim za poduzetničku uspješnost poput autonomnosti, inovativnosti, preuzimanje rizika, vještine pregovaranja, samopouzdanje, upornost ili strateško razmišljanje. Ipak, većina autora naglašava važnost i usmjerava se na ispitivanje poduzetničke *samoefikasnosti* (npr. Fayolle i Gailly, 2008.; Kruger i Brazeal, 1994.; Linan, 2004; Miljković Krečar, 2010), *kreativnosti* (npr. Fillis, 2010.; Nystrom, 2006.; Ward, 2004.) te *motiva za postignućem i unutarnjeg lokusa kontrole* (npr. Ibrahim i Soufani, 2002.; Littunen, 2000.; Rauch i Frese, 2000.; Shariff i Saud, 2009.) kao osnovnih poduzetničkih osobina koje su važne tijekom ranih ali i kasnijih faza poduzetničkih aktivnosti. Razina samoefikasnosti se smatra jednom od osnovnih karakteristika koje utječu na interes, razvoj i rezultate poduzetničkog ponašanja. Pod pojmom samoefikasnosti podrazumijeva se iniciranje i ustrajanje u aktivnostima, postavljanje viših ciljeva te izostanak naučene bespomoćnosti (Kruger i Brazeal, 1994.). Na percepciju poduzetničke samoefikasnosti utječu okolinske varijable poput opažanja poduzetničkog modela u obitelji (Miljković Krečar, 2010.), ali i učenje i stjecanje relevantnih znanja i vještina. Stoga u programima razvijanja poduzetničkih vještina naglasak treba stavljati upravo na razvoj poduzetničke samoefikasnosti (Fayolle i Gailly, 2008.; Linan, 2004.). Druga karakteristika koja se usko vezuje za poduzetništvo je kreativnost. Baron (2000.) poduzetničku kreativnost opisuje kao prepoznavanje prilika u okruženju te njihovo iskorištavanje, odnosno generiranje ideja i njihovu provedbu. Testovi kreativnosti pokazali su kako su viši rezultati na testu povezani s poduzetničkim namjerama i ponašanjem (Hamidi, Wennberg i Berglund, 2008.; Ward, 2004.). Konačno, motiv za postignućem kao osnova za samostalno rješavanje problema, postavljanje te postizanje ciljeva (McClelland, 1965.) i unutarnji lokus kontrole koji podrazumijeva osobnu kontrolu nad postupcima pa tako i postignućem (Rotter, 1990.), povezani su s pokretanjem poduzetničkog pothvata ali i s kasnijim uspjehom u poduzetništvu (Rauch i Frese, 2000.).

Fayolle, Gailly i Lassas-Clerc (2006.) programe za razvoj poduzetništva definiraju kao pedagoške programe koji putem učenja nastoje kod polaznika razviti poduzetničke stavove i vještine te tako utjecati na razvoj poduzetničke osobnosti. Kao okvir za evaluaciju programa predlažu Teoriju planiranih ponašanja (Ajzen, 1991.) u kojoj ključnu ulogu ima kognitivna samoregulacija koja u centar postavlja pojedinačnu namjeru za izvođenjem određenog ponašanja. Namjera se očituje kao skup motivacijskih faktora koji utječu na ponašanje pri čemu jačina namjere za izvođenje određenog ponašanja uvjetuje vjerojatnost njegovog pojavljivanja. Namjera izvođenja pojedinog ponašanja pod utjecajem je stavova, subjektivnih normi i percipirane

kontrole nad tim ponašanjem. Fayolle i suradnici stoga predlažu teoriju planiranih ponašanja kao dobar alat za pedagoško modeliranje, usmjeravanje i pojačavanje poduzetničkih namjera kroz proces učenja.

Istraživanja iz zemalja koje unutar svog obrazovnog sustava provode edukacije o poduzetništvu, pokazuju kako učenje poduzetništva povećava vjerojatnost zaposlenja osobe nakon završetka obrazovanja (Li i Liu, 2011.), povećava namjeru i vjerojatnost pokretanja vlastitog posla (Kolvereid i Moen, 1997.) te kako može utjecati na izbor zanimanja (Ekpoh i Edet, 2011.; Wilson i sur., 2007.). Imajući u vidu ovakve rezultate iz zemalja koje sustavno poučavaju poduzetništvo, zabrinjavajuće zvuči istraživanje koje su na učenicima osnovnih škola u Republici Hrvatskoj proveli Jokić i sur. (2007.), a koje je pokazalo kako većina učenika osmih razreda nije usvojila niti osnovne pojmove poduzetništva i poduzetničkih vještina. Iz toga proizlazi kako poduzetništvo nije dovoljno integrirati u postojeću nastavu, već je potrebno sustavno poučavanje. Vojnović i Manojlović (2011.) stoga predlažu cjelovit i zaokružen program poučavanja, koji bi se provodio kontinuirano tijekom godine ili u kraćoj ali intenzivnoj edukaciji.

Program kreativno-edukativne škole (KEŠ) za mlade poduzetnike

Razvoj poduzetničkih sposobnosti mladih u Primorsko-goranskoj županiji ostvaruje se Programom kreativno-edukativne škole (KEŠ) za mlade poduzetnike čija je provedba započela u školskoj godini 2008./2009. KEŠ podrazumijeva sustavno i cjelogodišnje podučavanje učenika sedmih i osmih razreda poduzetničkim vještinama te upoznavanje s osnovnim pojmovima iz poduzetništva. Ciljevi KEŠ-a mogu se, prema njegovom programu, strukturirati u sljedeće kategorije: razvoj kreativnosti i nekonvencionalnog razmišljanja, povećanje usmjerenosti na postignuće, motiviranje za prihvaćanje izazova koji prate poduzetničke aktivnosti, povećanje asertivnosti i komunikativnosti, povećanje zainteresiranost za poduzetništvo, stjecanje pozitivnih stavova o poduzetnicima i znanja o poduzetništvu, što bi sve skupa trebalo rezultirati i ostvarenjem krajnjeg cilja, a to je porast poduzetničke samoeфикаsnosti.

KEŠ je izvanškolska aktivnost koja se provodi kroz 29 radionica u trajanju od 58 školskih sati s ciljem razvoja poduzetničkih kompetencija, pri čemu se radionice provode jednom tjedno s pauzom tijekom školskih praznika.

Radionice sadržajem obuhvaćaju sedam ciklusa. Prvi ciklus uključuje usvajanje osnovnih pojmova u poduzetništvu kroz definiranje poduzetničkih vještina, razbijanja mitova o poduzetništvu te usvajanje definicija iz poduzetništva kroz primjere uspješnih poduzetnika iz riječkog okružja. Drugi ciklus odnosi se na poslovne ideje što uključuje definiranje poslovnih ideja, pronalaženje ideja u vlastitom okružju te usvajanje tehnika generiranja poslovnih ideja. Treći ciklus usmjerava se na poslovno

planiranje, na koje se nadovezuje četvrti ciklus radionica s ciljem razjašnjavanja pojma potrošača i istraživanja tržišta usmjerenog na potrošača. Posljednja tri ciklusa odnose se na poslovnu komunikaciju, donošenje odluka te konkretne primjere iz prakse. Od zadanog programa i redosljeda radionica odstupa se jedino ukoliko na radionice dolaze poduzetnici koji predstavljaju svoj poduzetnički put.

Radionice vode dva mentora od kojih jedan dolazi iz poduzetničkog okruženja i ima fakultetsko obrazovanje ekonomskog usmjerenja, dok je drugi voditelj iz područja obrazovanja s iskustvom rada u osnovnoj školi, pri čemu se naglasak stavlja na pedagoško-psihološko obrazovanje adekvatno dobi polaznika. Voditelji su prošli kratku edukaciju za provođenje programa, a sudjelovali su i u svim fazama izrade programa radionica.

Načini i oblici rada razlikuju se od načina rada u formalnom obrazovanju te se nastoji na minimum svesti frontalni rad. Svaka radionica sastoji se od četiri dijela. Uvodni dio uključuje igru s različitim ciljem, ovisno o ciklusu kojem radionica pripada. Prvi ciklusi sadrže igre upoznavanja članova tzv. ledolomce, dok kasnije igre za cilj imaju stvaranje pozitivne i poticajne atmosfere te poticanje razvoja komunikacijskih i socijalnih vještina. Drugi dio radionice uključuje kratku verbalno-vizualnu prezentaciju glavne teme radionice i razjašnjavanje osnovnih pojmova, pri čemu se nastoji što više koristiti metoda razgovora i navoditi polaznike da sami dođu do definicija pojmova. Središnji dio radionice podrazumijeva pojedinačni ili timski rad na konkretnom zadatku vezanom uz glavnu temu poput izrade plakata, osmišljavanja poslovnih planova, korištenja tehnika za generiranje ideja, istraživanja tržišta itd. Na kraju svake radionice polaznici i voditelji kratko evaluiraju završenu radionicu.

2. Cilj i problem istraživanja

Cilj ovog rada je evaluirati projekt KEŠ, preciznije ispitati u kojoj je mjeri došlo do razvoja poduzetničkih osobina, sposobnosti i vještina odnosno u kojoj mjeri je došlo do podizanja poduzetničke kulture kod polaznika nakon završetka programa.

Problem na koji se istraživanjem pokušalo odgovoriti je sljedeći:

1. Ispitati utječe li sudjelovanje djece u programu KEŠ na razvoj poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti, pozitivnih stavova prema poduzetništvu i interesa za poduzetništvo kao ciljevima koji su određeni samim programom.

3. Metoda

Kako bi se dobio uvid u kvalitetu programa napravljena je evaluacija projekta KEŠ. Evaluacija je trajala od 1.12.2010. do 20.5.2011. i uključivala je usporedbu zadanih ciljeva programa i promjena koje su mjerene na polaznicima programa u razdoblju njegovog pohađanja.

3.1. Ispitanici

U ispitivanju je sudjelovalo 16 polaznika Kreativno-edukativne škole za mlade poduzetnike, od čega 8 dječaka i 8 djevojčica. Djeca su se dobrovoljno odlučila za upisivanje radionica nakon informativnog predavanja koje je provedeno u 15 osnovnih škola na području grada Rijeke. Predavanje je uključivalo kratak opis programa, a neki od čimbenika koji su trebali utjecati na motivaciju polaznika su npr. posjeta uspješnim tvrtkama, razvoj vještina koje su važne ne samo za poduzetništvo već i za socijalne odnose, itd. Kao kontrolna grupa, u ispitivanju je sudjelovalo i 40 učenika OŠ „Srdoči“ u Rijeci, od čega 18 dječaka i 22 djevojčice. Svi ispitanici bili su učenici sedmog ili osmog razreda. Ispitanici iz kontrolne grupe bili su proporcionalno izjednačeni s polaznicima KEŠ-a po spolu, razredu (generaciji) i prosječnom uspjehu u prethodnoj školskoj godini.

3.2. Pribor i postupak

Kako bi se utvrdili efekti koje radionice KEŠ-a imaju na polaznike provedeno je istraživanje koje se usmjerilo na faktore od interesa odnosno na obilježja polaznika na kojima se očekivala promjena do koje bi došlo zbog sudjelovanja u programu. Faktori su određeni detaljnom analizom prethodno navedenih ciljeva programa, usklađivanjem tih ciljeva s teorijskim aspektima poduzetničkih karakteristika, te na osnovi postojećih upitnika poduzetničkih karakteristika. Rezultati na varijablama od interesa usporedili su se između djece polaznika i kontrolne skupine u dva mjerenja, jedno na početku provođenja programa i jedno na kraju. Zbog tehničkih poteškoća, prvo mjerenje na polaznicima KEŠ-a izvršeno je kada su radionice već podmakle, tako da se porast na varijablama od interesa ne može očekivati u tolikoj mjeri kao što bi to bio slučaj da su djeca ispitana prije početka radionica. Ipak, promjene je moguće uočiti i u ovom slučaju, te one mogu biti indikativne i korisne za evaluaciju programa i njegovu daljnju razradu. Osim praćenja promjena na polaznicima KEŠ-a i na kontrolnoj skupini, korisni podaci mogu se dobiti i pomoću ispitivanja razloga odustajanja od sudjelovanja u programu, budući da su pojedini sudionici, kao što je to slučaj kod svakog programa ove vrste, u toku njegove provedbe iz različitih razloga odustajali od sudjelovanja. Stoga je malom uzorku “ispalih” sudionika također

ponuđen upitnik kojim se pokušalo utvrditi moguće razloge odustajanja. Ostale analize su kvalitativnog karaktera, a napravljene su na osnovu odgovora na otvorena pitanja koje su dali polaznici i neki od pojedinaca koji su tokom provođenja programa odustali od sudjelovanja. Drugi aspekt evaluacije je također kvalitativnog karaktera, a pripremljen je na osnovi razgovora s različitim sudionicima programa, na osnovi promatranja izvođenja radionica te, na posljetku, na osnovi usporedbe navedenoga s dokumentom programa.

Upitnik poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu

Kako bi se ispitalo u kojim aspektima je postignut napredak kod polaznika KEŠ-a konstruiran je upitnik poduzetničkih karakteristika na čiji je razvoj program usmjeren, a koji je bio primjeren kako dobi polaznika tako i društvenom kontekstu u kojem se program odvija. Upitnik je temeljen na radu Irene Miljković Krečar (2008.) u kojem je konstruiran i empirijski provjeren *Upitnik poduzetničkih sklonosti*, potom na osnovi teorijskih postavki koje proizlaze iz rada "Strategije učenja i poučavanja za razvoj poduzetničke kompetencije u neformalnom obrazovanju" (Begović, Stanković i Tkalec, 2010.), te na temelju širokog pregleda znanstvene literature iz područja psihologije poduzetništva i psihologije ličnosti na osnovu čega su iz različitih skala koje mjere relevantne koncepte odabrane odgovarajuće čestice. Najvažnije, upitnik je konstruiran na način da pokrije sve karakteristike polaznika na koje je prema ciljevima programa trebalo utjecati, te je samim time usko vezan uz praćenje programa samih radionica. U skladu s navedenim, osim čestica iz *Upitnika poduzetničkih sklonosti* (28 čestica), u novu skupinu čestica su također uvrštene i dodatne čestice koje se odnose na asertivnost i komunikativnost (4 čestice) koje su kreirane na temelju pregleda postojećeg upitnika koji uključuje mjere asertivnosti i društvenosti, *NEO-PI-R* (Costa i McCrae, 2005.), potom čestice koje se odnose na *potrebu za postignućem* (4 čestice) koncipiranu u okviru McClellandove teorije potreba (McClelland, 1987.), čestice iz *Skale lokusa kontrole* (2 čestice; Levenson, 1981.), čestice iz *Skale kreativnosti* (3 čestice; Peterson i Seligman, 2004.), čestice koje se odnose na sklonost i stavove prema riziku (2 čestice), te na interes za i stavove prema poduzetništvu i poduzetnicima (7 čestica). Konačno, treba napomenuti kako se upitnikom nije mjerila direktna reprodukcija znanja koja su polaznici trebali usvojiti tokom pohađanja radionica. Subjektivna procjena mogućnosti reprodukcije dobivenih znanja i poduzetnička samoefikasnost mjerene su preko samoprocjena znanja i samoefikasnosti ispitanika u aktivnostima odnosno područjima znanja na koje je bio usmjeren sam program KEŠ. U tu je svrhu uz već postojeće čestice iz *Upitnika poduzetničkih sklonosti* generirano još 8 čestica vezanih uz specifične ciljeve KEŠa.

Na opisani je način derivirano ukupno 58 čestica. Te čestice odgovaraju 6 teoretskih faktora koji su usklađeni s ranije navedenim ciljevima KEŠ-a, a koji će biti detaljnije opisani u odjeljku *Rezultati*.

S ciljem konačne izrade upitnika koji će biti primjeren dobi ispitanika i datom kontekstu, provedeno je predispitivanje u obliku 4 fokus grupe na temu poduzetništva u trajanju od po 45 minuta. Na temelju gore navedenih upitnika, te faktora od interesa koji proizlaze iz teorije koja je u osnovi proučene literature, kao i na temelju ciljeva koji su određeni samim programom, konstruirana je lista od 30 polaznih pitanja prilagođenih za razgovor u fokus grupi. Dvije fokus grupe su provedene s polaznicima KEŠ-a (11 djece 7. i 8. razreda, 5 dječaka i 6 djevojčica) u trajanju od 2 školska sata. Pitanja na kojima je temeljena fokus grupa koncipirana su na način da potaknu djecu na odgovore koji bi uključivali sadržaje vezane uz prethodno derivirane čestice. Drugim riječima, odgovori djece na ta pitanja trebali su pokriti značenje 58 pripremljenih čestica, dok je upravo sama forma dječjih odgovora bila ono što se fokus grupom pokušavalo utvrditi. Primjer takvog pitanja je „Da li je, da bi se u nečemu uspjelo, važniji trud ili talent? Zašto?“, a primjeri brojnih odgovora na to pitanje su „Važniji je trud jer ako se više trudiš, postaješ onda i bolji“ ili „Talent je važniji a neki ljudi su imali sreće pa su se rodili s talentom“. Uz diskurs iz navedenih fokus grupa također je uzet u obzir i diskurs iz dvije fokus grupe koje su provedene u prvoj fazi nastanka programa, a u kojima su sudjelovali nasumce odabrani učenici Osnovne Škole Srdoči u Rijeci, kao učenici koji su eventualno mogli postati polaznici KEŠ-a (12 djece 7. i 8. razreda, 6 dječaka i 6 djevojčica). U tim se grupama razgovaralo o raznim temama vezanim uz poduzetništvo. Na osnovu diskursa odnosno fonda riječi koji se iskazao tokom sve četiri fokus grupe, pojedine čestice su izmjenjene kako bi ih djeca lakše razumjela. Iz *Upitnika poduzetničkih sklonosti* preoblikovano je 17 čestica, s liste samoprocjena samoeфикаsnosti ispitanika u ciljanim aktivnostima odnosno područjima znanja preoblikovane su 4 čestice dok je iz svake od preostalih skupina preoblikovana po jedna čestica.

Novonastalim upitnikom su pokriveni svi unaprijed planirani faktori koji proizlaze iz ciljeva programa. Taj početni upitnik se sastojao od 58 čestica na koje se odgovaralo na skali Likertovog tipa od 5 stupnjeva. Primjer čestice je “Tamo gdje drugi ljudi ne vide ništa, ja vidim priliku za dobar posao”. Konačne skale koje upitnik mjeri sastavljene su na osnovu analiza na aktualnim podacima, budući da je to bilo prvo testiranje ponuđenih čestica na populaciji djece. U upitnik su također ubačena i dva otvorena pitanja od kojih je prvo glasilo “Pokušaj ukratko napisati što ti se sve sviđa na KEŠ-u.” a drugo “Da možeš, što bi promijenio/la na KEŠ-u?”. Upitnikom su također prikupljeni podaci o spolu, dobi te prosječnoj ocjeni u prošloj školskoj

godini (prvo mjerenje) odnosno o očekivanoj ocjeni u tekućoj školskoj godini (drugo mjerenje).

Upitnik odustajanja od programa

Osim glavnog upitnika, kojim su praćeni polaznici KEŠ-a, sastavljen je i upitnik kojim je ispitano petoro djece koja su tokom provođenja programa odustala od pohađanja radionica. Upitnik je sastavljen također na osnovi prethodno opisane fokus-grupe, te na osnovi razgovora s voditeljima radionica i s koordinatorom programa. Sastojao se od osnovnih demografskih podataka (razred, spol, prosječna ocjena u prošloj godini) te od 33 čestice (strukturirana pitanja) kojima se pokušalo pokriti sve moguće razloge odustajanja, ali i provjeriti preferencije prema različitim aspektima programa. Na sve čestice odgovaralo se na petostupanjskoj skali Likertovog tipa. Primjer čestice je: “Moji roditelji su smatrali da mi način rada na KEŠ-u ne koristi”. Drugi dio upitnika sadržavao je otvoreno pitanje koje je glasilo “Molimo te da svojim riječima navedeš razloge odustajanja od KEŠ-a”.

4. Rezultati i rasprava

Od 58 čestica koje tvore početni *upitnik poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu*, izbačene su one čestice koje su značajno snižavale statističku pouzdanost (Cronbach alpha) ciljanih skala. Izbačeno je ukupno 20 čestica. Zbog malog broja ispitanika izbjegnuta je metoda faktorske analize te su skale sastavljene na osnovi unaprijed određenih veza čestica i pojedinih skala a potom na osnovi provjeravanja statističke pouzdanosti svake od skala. Svrstavanje čestica u skale od interesa, a time i u novonastale skale u potpunosti prati logiku prethodno opisanih ciljeva programa KEŠ-a.

Upitnik *poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu* sastoji se od 6 skala koje karakterizira dovoljno visoka pouzdanost da bi se one mogli tretirati kao varijable od interesa (upitnik se nalazi u prilogu 1):

Skala 1 – *nekonvencionalnost i kreativnost* odnosi se na sklonost ka neuobičajenim i novim načinima rješavanja problema koji podrazumijevaju i preuzimanje rizika te na percepciju vlastite kreativnosti, odnosno na povjerenje u sebe glede ovih obilježja (čestice 3, 11, 12 i 44; izostavljene su čestice 2 i 37);

Skala 2 – *usmjerenost na postignuće i prihvaćanje izazova* odnosi se na želju pojedinca da se okuša u rješavanju težih zadataka tj. da prihvati izazove i uključi se u aktivnosti koje mogu ali i ne moraju dovesti do uspjeha (čestice 1, 4, 5, 13, 18, 19, 23 i 26; izostavljene su čestice 8, 9, 14, 34 i 53);

Skala 3 – *poduzetnička samoefikasnost* je najveća i najvažnija skala u upitniku, a odnosi se na povjerenje u svoje poduzetničke karakteristike, na ustrajnost pojedinca općenito, na poduzetničke sklonosti te na karakteristike vođe (čestice 7, 10, 16, 17, 21, 25, 28, 32, 35, 38, 41, 51, 52, 55 i 57; izostavljene su čestice 6, 20, 22, 30, 31, 33, 36, 42 i 56);

Skala 4 – *asertivnost i komunikativnost* se odnosi na dva obilježja koja mogu biti vrlo korisna u poduzetničkoj aktivnosti (čestice 15, 48 i 49; izostavljena je čestica 50);

Skala 5 – *pozitivni stavovi o poduzetnicima i zainteresiranost za poduzetništvo* odnosi se na pozitivnost stavova tj. dobro mišljenje o poduzetnicima i poduzetništvu te na vlastitu spremnost da se postane poduzetnikom (čestice 24, 27, 29, 47, 54 i 58; izostavljene su čestice 39, 43 i 46);

Skala 6 – *samoprocijenjeno znanje o poduzetništvu* – odnosi se na vlastito mišljenje pojedinca o tome koliko zna odnosno koliko je u zadnje vrijeme naučio o poduzetništvu (čestice 40 i 45);

U Tablici 1. prikazane su pouzdanosti (Cronbach Alpha) za svaku od skala, te aritmetičke sredine i standardne pogreške mjerenja za svaku od skala kod polaznika KEŠ-a i kontrolne skupine pri prvom i drugom mjerenju.

Za ukupan rezultat na upitniku te za svaku od navedenih skala izračunate su razlike između kontrolne grupe ispitanika i polaznika KEŠ-a, na početku i na kraju provođenja programa, odnosno promjena u rezultatu kroz vrijeme. U tu je svrhu provedena mješovita MANOVA s ponovljenim mjerenjima (2 x 2), pri čemu se prva nezavisna varijabla odnosila na vrijeme mjerenja (prvo i drugo mjerenje), a druga na grupu (polaznici i kontrolna), dok su kao zavisne varijable u statistički postupak uključeni prosječni rezultati na svakoj od šest skala od interesa. Prosječna ocjena u tekućoj godini ubačena je u izračun kao kovarijat. Očekivalo se je da će na svim varijablama doći do razlika između ovih dvaju grupa te da će se one povećati prema kraju provođenja programa, budući da su se tada mogli očekivati njegovi efekti. No, kako je prvo mjerenje na žalost izvršeno kada je program već započeo, razlike među grupama moglo se očekivati već i tada. Budući da je ispitivanje vršeno na svim (ili gotovo svim) polaznicima KEŠ-a, podaci su tretirani kao da su dobiveni na populaciji a ne na uzorku pa nije bilo obavezujuće uzimati u obzir statističke značajnosti iako su one u velikom broju slučajeva prisutne. Rezultati su dovoljno jasni kada se uzme u obzir deskriptivna statistika (tablica 1 i slike), no značajne razlike su ipak navedene jer one dodatno naglašavaju veličinu postignutih efekata radionica.

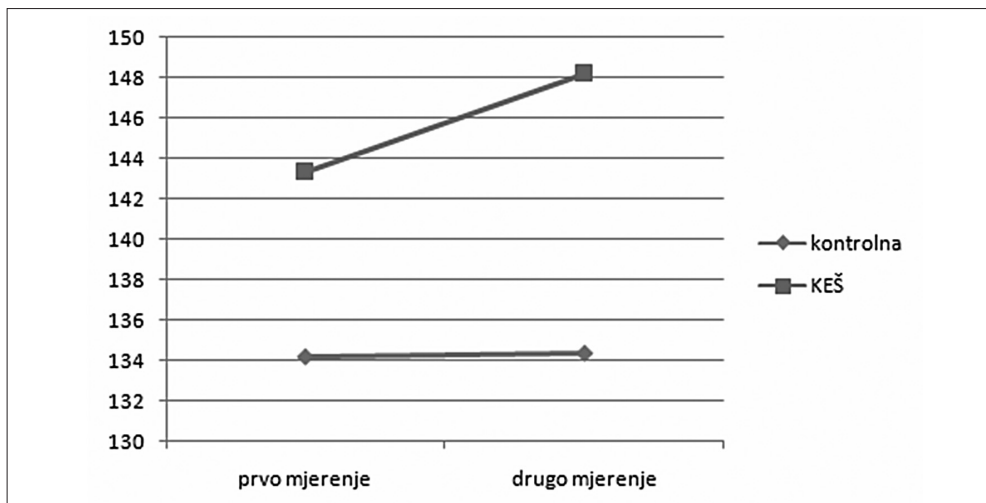
Kao što se vidi iz Slike 1, polaznici KEŠ-a su pri oba mjerenja imali viši rezultat na svim skalama upitnika od kontrolne grupe, pri čemu je razlika između grupa i statistički značajna ($F(6,33) = 9,47; p < 0,001$). Interakcija između mjerenja vremena

Tablica 1. Prosječne pouzdanosti, aritmetičke sredine i standardne pogreške skala *Upitnika poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu* pri prvom i drugom mjerenju za skupinu polaznika i kontrolnu skupinu.

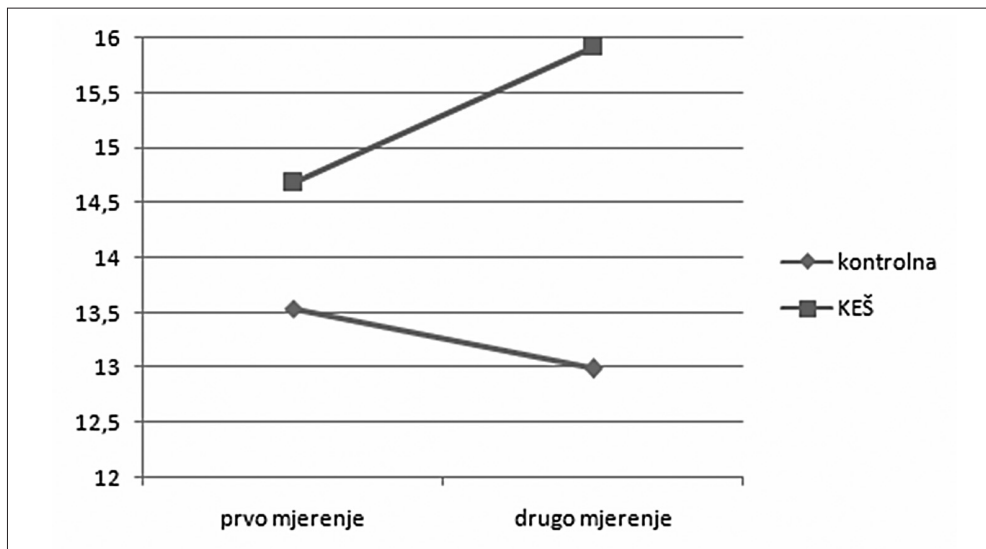
Skala	Nek. i kreat.		Usm. na post. i prih. izazov.		Poduz. samoefik.		Asertiv. i komunikativ.		
Broj čestica	4		8		15		3		
Cronbach α	0,64		0,72		0,84		0,59		
Mjerenje	1	2	1	2	1	2	1	2	
Polaznici	M	14,72	15,95	24,65	24,20	60,32	62,47	11,43	12,12
KEŠ-a	SE	1,10	1,16	0,90	1,20	2,00	2,51	0,58	0,58
Kontrolna skupina	M	13,70	13,11	21,63	22,91	59,78	59,71	13,60	13,47
	SE	0,58	0,62	0,48	0,63	1,06	1,33	0,30	0,30

Skala	Pozit. stav. i zainteresir.		Znanje		Čitav upitnik		
Broj čestica	6		2		38		
Cronbach α	0,76		0,71		0,72		
Mjerenje	1	2	1	2	1	2	
Polaznici	M	24,37	24,71	7,85	8,74	143,34	148,20
KEŠ-a	SE	1,19	1,19	0,49	0,63	4,22	5,23
Kontrolna skupina	M	20,33	20,17	5,14	5,04	134,19	134,41
	SE	0,63	0,63	0,26	0,33	2,24	2,72

M – aritmetička sredina; SE – standardna pogreška mjerenja



Slika 1. Razlika između grupa kroz vrijeme na ukupnom rezultatu upitnika poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu.

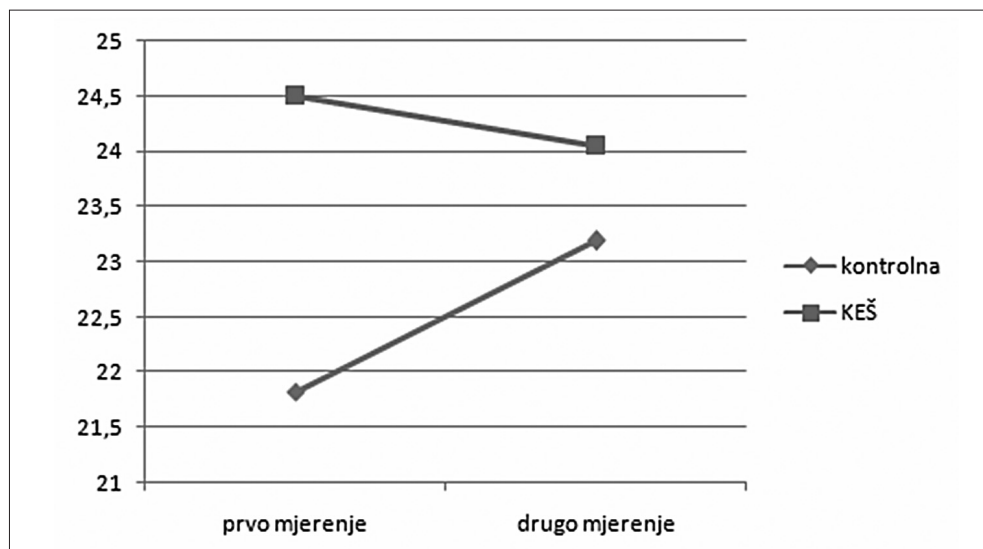


Slika 2. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali *nekonvencionalnosti i kreativnosti*.

i pripadnosti grupi je, kada se uzmu u obzir rezultati na svim skalama, statistički granično značajna ($F(6,33) = 2,19$; $p = 0,07$) i ide u očekivanom smjeru. Unatoč zakašnjelom prvom mjerenju kada su polaznici KEŠ-a već mogli imati povišen rezultat na upitniku zbog efekata pohađanja prvih radionica, njihov je ukupni rezultat i dalje, prema kraju programa rastao, dok je kod kontrolne grupe ostao jednako nizak. Kao što je već navedeno, pri analizi je statistički kontroliran prosjek ocjena, pa se ne može reći da su polaznici KEŠ-a imali viši ukupan rezultat na upitniku zbog toga što su već u startu općenito bili uspješniji učenici.

Rezultat na skali *nekonvencionalnosti i kreativnosti* kod polaznika KEŠ-a s vremenom je porastao dok se kod kontrolne grupe čak i smanjio (Slika 2), a taj je efekt (interakcija) statistički značajan ($F(1, 38) = 4,32$, $p < 0,05$). Razlika između grupa nije statistički značajna ($F(1,38) = 2,56$; $p = 0,12$), iako ide u očekivanom smjeru, što je pak manje važan rezultat jer je ukupno gledano, došlo do značajne promjene kroz vrijeme. Razlika u nekonvencionalnom pristupu problemima i preferencijama prema kreativnosti između polaznika KEŠ-a i djece iz kontrolne grupe se tokom školske godine značajno povećala, u poželjnom smjeru.

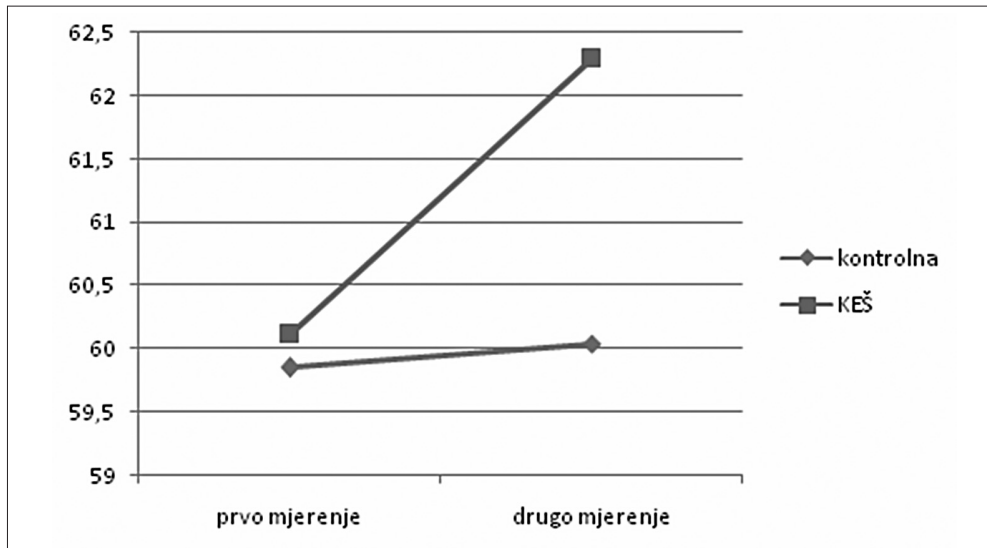
Na skali *usmjerenost na postignuće i prihvaćanje izazova* (Slika 3) nije bilo statistički značajnih efekata pohađanja radionice jer interakcija između pripadnosti grupi i vremena mjerenja ($F(1,38) = 2,34$; $p = 0,11$) nije statistički značajna unatoč tome što su na Slici 3 uočljive promjene. Utvrđeno je pak da su polaznici KEŠ-a pri oba mjerenja statistički značajno viši na rezultatu ove skale ($F(1,38) = 4,34$; $p < 0,05$),



Slika 3. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali *usmjerenost na postignuće i prihvaćanje izazova*

što je očekivano i poželjno, no da im rezultat ponešto čak i pada dok kontrolnoj grupi taj rezultat raste. Treba stoga uzeti u obzir nešto manje vjerojatnu ali ipak postojeću mogućnost da radionice doista nisu imale očekivani efekt na promjene u *usmjerenosti na postignuće i prihvaćanju izazova*, što se u daljnjem planiranju programa može pomnije razmotriti. Nadalje, moguće je također i da su polaznici radionica u prvoj fazi projekta ostvarili nagli porast na ovoj skali da bi s vremenom postali ipak nešto realniji i objektivniji, prvenstveno u prihvaćanju izazova. Takva interpretacija bi podrazumijevala da, dok su u prvoj fazi postigli skok u motivaciji i usmjerenosti na postignuće koji bi bili neselektivni, u drugoj su fazi vjerojatno – kroz upoznavanje činjenica i pridobivanje znanja vezanih uz poduzetništvo – blago i ne statistički značajno ispravili svoje aspiracije. Poduzetničke karakteristike upravo i uključuju poznavanje vlastitih sposobnosti i prilagođavanje situacije istima (Koellinger, Minniti i Schade, 2007.). Ove *perceptivne varijable* (Arenius i Minniti, 2005.) prihvaćanja rizika izrazito su važne u početcima poduzetničkih pothvata ali i za njegovu uspješnost, stoga je nužno u obzir uzeti i negativne efekte prekomjernog samopouzdanja poput izostavljanja relevantnih informacija pri donošenju odluka i izostanak preispitivanja vlastitih odluka (Zacharakis i Shepherd, 2001.). Ispravljanje aspiracija polaznika KEŠ škole moglo bi pozitivno utjecati na razvoj njihovih poduzetničkih karakteristika.

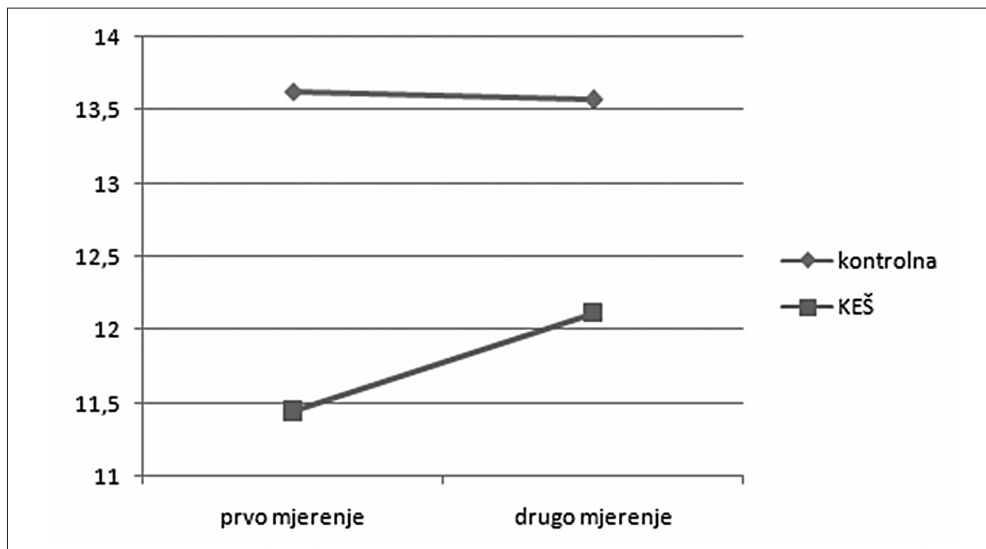
Na skali *poduzetničke samoefikasnosti* (Slika 4) rezultat je kod polaznika KEŠ-a s vremenom porastao dok je kod kontrolne grupe ostao gotovo jednak. No ta interak-



Slika 4. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali poduzetnička samoefikasnost

cija ($F(1,38) = 1,09$; $p = 0,30$), kao ni ukupna razlika među grupama ($F(1,38) = 0,50$; $p = 0,48$) nisu značajne, pa se može reći da je došlo do poželjnih, iako malih efekata KEŠ-a na porast *poduzetničke samoefikasnosti*. Treba naglasiti da je ovo najveća i najvažnija skala (Fayolle i Gailly, 2008.; Fayolle i sur., 2006.; Izquierdo i Buelens, 2011.) pa se može reći da je u tom smislu program bio učinkovit. Odgovarajuća i u pravilu visoka samoefikasnost je prvi preduvjet da bi pojedinac poduzeo potrebne korake kako bi ostvario neki cilj. Poduzetnička samoefikasnost se iz tog razloga može smatrati centralnim dijelom programa KEŠ jer je upravo ona ključna osobina koju bi pojedinci trebali razviti i njegovati kako bi jednog dana obavljali poduzetničke aktivnosti u najširem smislu.

Kao što se iz slike 5 može vidjeti, ispitanici iz kontrolne grupe imaju više rezultate na skali *asertivnosti i komunikativnosti* ($F(1,38) = 9,47$; $p < 0,01$). Prema tome, dok razlika među grupama u promjenama kroz vrijeme nije statistički značajna ($F(1,38) = 1,73$; $p = 0,20$), utvrđena je neočekivana značajna razlika između grupa na toj skali. Kontrolna grupa je u oba mjerenja imala značajno viši rezultat na *asertivnosti i komunikativnosti*. Ovaj rezultat ne govori ništa o samim radionicama nego je najvjerojatnije posljedica činjenice da su na KEŠ krenula upravo djeca koja su nešto manje komunikativna i asertivna od prosjeka, a od KEŠ-a bi se trebalo očekivati da im pomogne u razvoju tih karakteristika. U skladu s navedenim, iako uočena promjena nije statistički značajna, kod polaznika KEŠ-a je došlo do porasta na ovoj skali dok kod pripadnika kontrolne skupine nije došlo do nikakve promjene, pa se

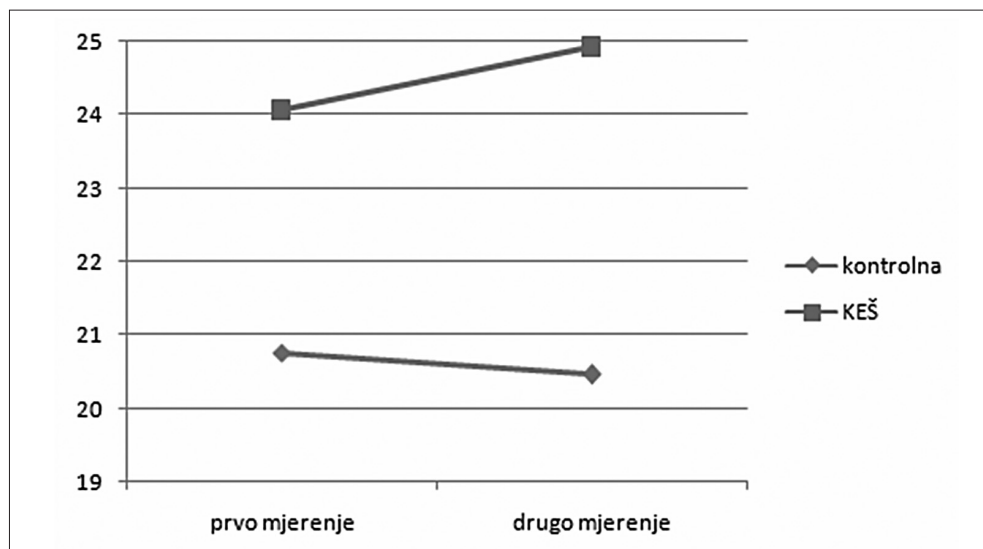


Slika 5. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali asertivnost i komunikativnost

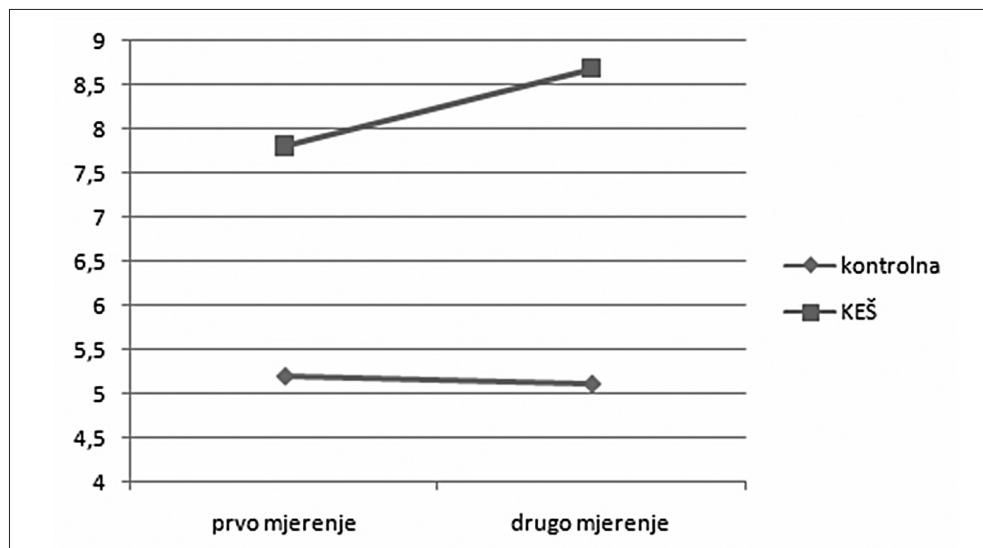
u tom smislu efekti KEŠ-a mogu smatrati odgovarajućima, iako su iz statističke perspektive mali. No, treba imati na umu da se radi o osobinama koje su gotovo dispozicijske, tj. karakteriziraju pojedince kroz duge vremenske periode (radi se o osobinama ličnosti), pa se veće promjene od toga u odnosu na sve druge skale nisu niti mogle očekivati, tj. i uočene promjene se mogu smatrati velikima i poželjnim. Tome treba pridodati i činjenicu da ranije navedenu skalu *poduzetničke samoeфикаsnosti* na kojemu polaznici KEŠ-imaju viši rezultat i na kojemu su ostvarili porast uključuje i karakteristike vođe – koje se preklapaju s asertivnošću i komunikativnošću, pa se u tom smislu može reći da se radi o različitim aspektima istog konstrukta od kojih su neki došli do izražaja tokom programa, a neke je očito teže mijenjati.

Skala *stavovi o poduzetnicima i zainteresiranost za poduzetništvo* (Slika 6) pokazuje kako su polaznici KEŠ-a mnogo zainteresiraniji za poduzetništvo od djece u kontrolnoj grupi, a ta je razlika i statistički značajna ($F(1,38) = 13,74; p < 0,01$). Iako razlika u promjenama na ovoj skali nije statistički značajna ($F(1,38) = 0,90; p = 0,80$), ona ide u očekivanom smjeru. Polaznici KEŠ-a su pri prvom mjerenju već bili više zainteresirani za poduzetništvo i imali mnogo pozitivnije stavove nego li druga djeca, a s vremenom se ta razlika još malo povećala.

Kao što se iz slike 7 može vidjeti, iako se razlika među grupama u *samoprocijenjenom znanju o poduzetništvu* nije statistički značajno povećala ($F(1,38) = 1,95; p = 0,17$), ono je već i pri prvom mjerenju bilo izuzetno viša u grupi polaznika KEŠ-a i ta je razlika kroz oba mjerenja statistički značajna ($F(1,38) = 36,33; p <$



Slika 6. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali stavovi o poduzetnicima i zainteresiranost za poduzetništvo



Slika 7. Razlika između grupa kroz vrijeme na skali samoprocijenjeno znanje o poduzetništvu.

0,001). Ovaj je rezultat iznimno važan za razumijevanje cjelokupnih rezultata ovog dijela evaluacije. On pokazuje da je već i prije prvog mjerenja očito došlo do velikih promjena kod sudionika KEŠ-a, tj. da su radionice na njih djelovale u planiranom smjeru jer gotovo da ne postoji nikakva vjerojatnost da su ta djeca ušla u projekt s

ovoliko većim samoprocijenjenim znanjem. Upravo se iz ovog razloga i ostali, od početka povišeni rezultati na drugim skalama mogu smatrati posljedicom sudjelovanja u KEŠ-u, zbog čega je u nekim slučajevima bilo mnogo teže uočiti kasnije promjene na tim skalama. Drugim riječima, svaki povišeni rezultat kod polaznika KEŠ-a već je na početku vrlo vjerojatno bio rezultat efekta prvih radionica. S druge strane, činjenica da je s prolaskom vremena došlo do povećanja razlike na ukupnom rezultatu upitnika između polaznika KEŠ-a i ne-polaznika govori o efektima većeg dijela kasnijeg pohađanja radionica.

Razlozi odustajanja

Za ispitivanje razloga odustajanja od pohađanja radionica korišten je ranije opisani upitnik izrađen samo za tu svrhu. Ukupno je sedmero djece odustalo od pohađanja radionica, i to sva u početnoj fazi, tj. tokom prva dva mjeseca. S obzirom na mali broj ispitanika do kojih smo među njima naknadno uspjeli doći (4 djece), podaci su obrađeni samo deskriptivno. Većina odgovora kretala se oko srednjih vrijednosti tj. vrijednosti 3,00 (Tablica 2), što znači da se djeca često nisu mogla odlučiti za odgovore koji se tiču odustajanja ili preferencija vezanih uz program. Ipak, rezultati na dijelu čestica kretali su se prema krajnjim vrijednostima i indikativni su za moguće razloge odustajanja.

Tablica 2. Prosječne i srednje vrijednosti odgovora na čestice u upitniku odustajanja

Pitanje	Prosječna vrijednost	Srednja vrijednost
Nastavila/nastavio bih ići na KEŠ da je u školi a ne izvan škole.	2,8	4
Na KEŠ-u smo učili korisne stvari.	2,8	3
Na KEŠ-u mi je bilo dosadno.	2,6	2
Zadaci na KEŠ-u su bili naporni.	2	2
Na KEŠ-u smo mogli čuti i naučiti dosta novih stvari.	3,8	4
Moji roditelji su smatrali da mi način rada na KEŠ-u ne koristi.	1,8	1
Nije mi se više dalo ići na KEŠ	3	3
Moji roditelji ne žele da:		
... imam aktivnosti kao što je KEŠ jer već imam dovoljno izvanškolskih aktivnosti.	1,8	1
... imam dodatne aktivnosti kao što je KEŠ jer zbog njih ne stignem učiti.	2	2
... da putujem u drugi dio grada na bilo koju dodatnu aktivnost.	2	2

... da zbog KEŠa ostajem tako kasno u gradu, tj. da dolazim tako kasno kući.	2,4	2
Moji roditelji smatraju:		
... da bi bilo dobro da sam nastavila/nastavio ići na KEŠ.	3,2	2
... da mi KEŠ nije oduzimao vrijeme za učenje.	3,6	4
... smo na KEŠ-u učili korisne stvari	3,6	3
... da smo na KEŠ-u trebali ipak učiti malo više a manje se igrati.	2,8	3
Odustao/odustala sam od KEŠ a zato jer:		
... na radionice nije išao nitko koga poznajem.	2,4	2
... nismo učili stvari koje su me zanimale.	2,4	2
... su radionice trajale predugo.	2	2
... nismo učili ništa što bi koristilo nekome tko je poduzetnik.	3	3
... jednostavno nisam imao/imala volje za dodatnu izvanškolsku aktivnost.	3	3
... su mi roditelji zabranili da idem na radionice.	1	1
... smo se na radionicama previše igrali a premalo učili.	1,2	1
... nisam imala/imao vremena zbog puno školskih i drugih obaveza.	1,4	1
... mi se nije sviđalo društvo.	2,6	3
... nismo učili ništa novo što bi nam koristilo u životu.	3,4	3
Sviđalo mi se ići na KEŠ zato jer:		
... je tamo bilo i mojih prijatelja.	3,4	3
... smo učili korisne stvari.	2,6	3
... sam željena/želio postati poduzetnik	2	2
... volim raditi u grupi.	3	4
... su voditelji bili dobri, zabavni.	4,2	5

Rezultati su pokazali kako je veća vjerojatnost da bi djeca nastavila pohađati program kada bi se održavao u njihovim matičnim školama, a ne na drugoj lokaciji. Djeca su odgovarala uglavnom s neslaganjem na izjavu da im se sviđalo odlaziti na radionice jer bi željela postati poduzetnik. Čini se da ona ili od početka nisu imala pozitivan stav o poduzetništvu ili su čak s vremenom prestala biti zainteresirana za poduzetništvo. Da bi se provjerila ova (druga) nepovoljna mogućnost napravljena je dodatna analiza u kojoj su rezultati na skali *stavovi o poduzetnicima i zainteresiranost za poduzetništvo* pri prvom mjerenju uspoređeni između djece koja su do kraja

nastavila ići na KEŠ i djece koja su odustala, tj. koja nisu bila prisutna pri drugom mjerenju (dakle djeca koja su prestala ići, a ne nužno ona koja su kasnije ispunjavala upitnik *odustajanja*). Utvrđeno je da su djeca koja su kasnije odustala već pri prvom mjerenju imala niži rezultat na ovoj skali od ostalih polaznika, što može govoriti o nešto nižoj motivaciji ove djece u samom početku a onda time, barem djelomično, i o razlozima njihova odustajanja. Nasuprot ovim rezultatima, prema daljnjoj analizi rezultata na upitniku *odustajanja*, očigledno je da djeci koja su odustala na KEŠ-u nije bilo dosadno, da im zadaci nisu bili naporni, da smatraju da su mogli naučiti dosta novih stvari, posebice da roditelji nisu imali negativne stavove, ali su bili donekle indiferentni o pohađanju radionica te da su i ovoj djeci voditelji bili zabavni. Uočeno je da su djeca koja se nisu pojavila na drugom ispitivanju, dakle djeca koja su odustala od pohađanja radionica, imala nešto niži prosjek ocjena – 3,92 u odnosu na djecu koja su završila program – 4,42, što može govoriti o tome da se jednostavno radi o djeci koja su u nešto manjoj mjeri sklona završavati svoje zadatke do kraja.

Kvalitativni podaci

Osim podataka koji se mogu obraditi statistički odnosno kvantitativno, upitničkim mjerenjem na sudionicima i na kontrolnoj grupi prikupljeni su i rezultati koji se mogu analizirati kvalitativno. Na pitanja o tome “što im se sviđa na KEŠ-u” polaznici su odgovarali u 2 navrata. Iz odgovora je vidljivo općenito zadovoljstvo polaznika programom. Dva osnovna elementa koja su polaznici istaknuli su učenje korisnih i novih stvari te zabavan rad/rad bez pritiska. Za daljnje poboljšanje projekta potrebno je usmjeriti pažnju na sugestije o tome “što bi ispitanici promijenili na KEŠ-u”. Odgovori su pokazali da polaznici (žele): 1. ne bi mijenjali ništa; 2. voljeli bi da su se radionice odvijale češće; 3. više terenske nastave; 4. više gostiju; 5. više igara; 6. manje teorije; 7. više praktičnih zadataka. Treba napomenuti da je drugo mjerenje kod polaznika KEŠ-a provedeno prije 2 zadnje radionice odnosno aktivnosti od kojih je jedna uključivala upravo posjet jednoj uspješnoj proizvodnoj tvrtki kao i razvojnoj agenciji i poduzetničkom inkubatoru koji predstavlja potporu mladim tvrtkama, a s kojima su polaznici bili iznimno zadovoljni, pa bi ovaj aspekt vezan uz terensku nastavu odnosno praktičnost zasigurno bio drugačije naglašen u odgovorima da je mjerenje izvršeno naknadno.

Opće smjernice na osnovu ostalih kvalitativnih analiza programa

O sudjelovanju učenika na radionicama KEŠ-a odlučuju i roditelji i sami učenici te je potrebno motivirati obje skupine. Roditelji trebaju biti informirani i potaknuti na pristanak i podršku djeci za odlazak na radionice kroz prezentiranje realnih i trajnih dobrobiti za njihovu djecu koje će proizaći iz pohađanja radionica. Vjerojatnost

da roditelji sami u dovoljnoj mjeri procjene korisnost od usvajanja općih vještina koje je zacrtano u planu i programu KEŠa vrlo je mala. Nasuprot tome, formalan status u obliku diplome koja „bi jednoga dana mogla povećati šansu za zaposlenje na poželjnim radnim mjestima“ sigurno bi povećao motivaciju roditelja da potiču svoju djecu za prisustvovanje radionicama. Isto tako, preveliki naglasak na učenju poduzetničkih znanja i razvoju poduzetničkih vještina mogao bi neke roditelje odgovoriti od poticanja djece na sudjelovanje iz razloga što smatraju da bi njihova djeca trebala upisati gimnaziju, potom fakultet te da nikako ne bi trebala postati poduzetnicima jer je to ispod razine njihovih mogućnosti odnosno sposobnosti koje bi se npr. mogle iskazati u nekim drugim aspektima svijeta rada (što je, naravno, potpuno pogrešno). U tom bi se smislu program mogao promovirati kroz nešto šire dobrobiti za njegove polaznike te bi osim poduzetništva aduti programa mogli biti i razvoj kreativnog rješavanja problema i sl. Iako bi se time moglo odmaknuti od prvog cilja i fokusa programa, moguće je da bi zbog toga bile privučene i dodatne skupine polaznika. Iz samog naziva programa uočena je tendencija uopćavanja tj. riječ poduzetništvo je stavljena u drugi plan, što je na tragu ove ideje. Takva bi se tendencija svakako mogla korisno nastaviti i marketinškim elementima programa. Važan čimbenik u provedbi programa su i razrednici te profesori polaznika i potencijalnih polaznika u njihovim matičnim školama. Jedna od mogućnosti je da oni, nakon što su adekvatno instruirani i motivirani, razgovaraju direktno s učenicima i roditeljima pojedinih učenika za koje sami procijene da bi im pohađanje KEŠ-a moglo koristiti ili čak prisustvuju na prvoj radionici. Za to bi trebalo posvetiti posebnu pažnju razrednicima bez obzira na to da li su oni formalni informatori (učitelji i stručni suradnici zaduženi za poticanje programa po svojim školama) ili ne. Posljednja sugestija odnosi se na marketinške aspekte programa, a usmjerena je na što intenzivnije korištenje novih tehnologija u privlačenju sudionika, što bi između ostaloga podrazumijevalo korištenje društvenih mreža, ali i korištenje „privlačnih“ tehnologija unutar same provedbe programa, kao npr. zadavanje domaćih zadataka preko mrežnih portala i sl.

6. Zaključak

Na temelju kvantitativnih i kvalitativnih analiza može se zaključiti da je provođenje programa KEŠ kao izvanškolske aktivnosti dovelo do ostvarenja velike većine ciljeva zadanih istim programom. Došlo je do željenih promjena na ukupnim rezultatima upitnika koji je mjerio utjecaje na ciljane poduzetničke karakteristike kao i na njegovim skalama *nekonvencionalnost i kreativnost, poduzetnička samoeфикаsnost, asertivnost i komunikativnost, stavovi o poduzetnicima i zainteresiranost za poduzetništvo* te na skali *samoprocijenjeno znanje o poduzetništvu*. Nije došlo

do željenih promjena na skali *usmjerenost na postignuće i prihvaćanje izazova* na kojima je ciljana skupina već pri prvom mjerenju imala visok rezultat. Nadalje, uz nužno osipanje sudionika tokom provođenja programa treba napomenuti da je i polovično pohađanje radionica moglo dovesti do poželjnih efekata, budući da su sama mjerenja pokazala viši rezultat kod polaznika u odnosu na kontrolnu skupinu već nakon održavanja prvih nekoliko radionica, zbog čega se osipanje može smatrati nepoželjnim ali nikako poražavajućim ishodom. Na posljeticu, kvalitativne analize programa pokazale su da je provođenje programa usklađeno s njegovim ciljevima i propisanim planovima što u kombinaciji s dobivenim rezultatima dovodi do zaključka da je provođenje programa bilo uspješno te da je uz postepena unapređenja program korisno nastaviti.

Literatura

- Ajzen, I. (1991.). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Arenius, P. i Minniti, M. (2005.). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Baron, R.A. (2000.). Psychological perspectives on entrepreneurship: cognitive and social factors in entrepreneurs' success. *Current directions in psychological science*, 9, 15-18.
- Begović, V., Stanković, D., i Tkalec, Z. (2009.). Strategije učenja i poučavanja za razvoj poduzetničke kompetencije u neformalnom obrazovanju. *Zbornik radova 4. međunarodne konferencije Neformalno obrazovanje i informalno učenje odraslih održane u Šibeniku 29.-31.5.2009.* (str 83-93). Zagreb: Hrvatsko andragoško društvo
- Costa P.T., i McCrae, R.R. (2005.). *Priručnik: NEO-PI-R*. Zagreb: Naklada Slap.
- Ekpoh, U.I. i Edet, A.O. (2011.). Entrepreneurship Education and Career Intentions of Tertiary Education Students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria. *International Education Studies*, 4, 172-178.
- Fayolle, A. i Gailly, B. (2008.). From craft to science: Teaching and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32, 7, 569-563.
- Fayolle, A., Gailly, B. i Lassas-Clerc, N. (2006.). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30, 9, 701-720.
- Fillis, I. (2010.). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18, 49-81.
- Hamidi, D.Y., Wennberg, K. i Berglund, H. (2008.). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Businesses and Enterprise Development*, 15, 2, 304-320.
- Ibrahim, A.B. i Soufani, K. (2002.). Entrepreneurship education in Canada. *Education plus training*, 44, 421-430.
- Izquierdo, E. i Buelens, M. (2011.). Competing models of entrepreneurial intentions: the influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13, 1, 75-91.
- Jokić, B., Baranović, B., Bezinović, P., Dolenc, D., Domović, V., Marušić, I., Pavin Ivanec, T., Rister, D. i Ristić Dedić, Z. (2007.) *Ključne kompetencije "učiti kako učiti" i "podu-*

- zetništvo" u osnovnom školstvu Republike Hrvatske; istraživački izvještaj. Zagreb: European Training Foundation i Institut za društvena istraživanja, Centar za istraživanje i razvoj obrazovanja.
- Koellinger, P., Minniti, M. i Schade, C. (2007.). „I think I can, I think I can“: Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28, 4, 502-527.
- Kolvreid, L. i Moen, O. (1997.). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European Industrial Training*, 21, 4, 154-160.
- Kruger Jr., N.F. i Brazeal, D.V. (1994.). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18, 91-104.
- Levenson, H. (1981.). Differentiating among internality, powerful others, and chance. U: H. M. Lefcourt (ur.), *Research with the locus of control construct* (Vol. 1, str. 15-63). New York: Academic Press
- Li, Z. i Liu, Y. (2011.). Entrepreneurship education and employment performance. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3, 3, 195-203.
- Linan, F. (2004.). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa / Small Business*, 3, 11-35.
- Littunen, H. (2000.). Entrepreneurship and the characteristics of entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6, 295-309.
- McClelland, D.C. (1965.). Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389-392.
- McClelland, D.C. (1987.). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge.
- Miljković Krečar, I. (2008.). Konstrukcija i empirijska provjera upitnika poduzetničkih sklonosti. *Psiholojske teme*, 17, 57-73.
- Miljković Krečar, I. (2010.). Teorijski modeli poduzetničke karijere. *Društvena istraživanja*, 19(3), 441-461.
- Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2010.). *Strategija učenja za poduzetništvo 2010.-2014*. Zagreb.
- Ministarstvo znanosti obrazovanja i športa (2010.). *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje*. Zagreb.
- Nystrom, H. (2006.). Creativity and Entrepreneurship. *Creativity and Innovation Management*, 2, 237-242.
- Peterson, C. i Seligman, M. E. P. (2004.). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. New York: Oxford University Press/Washington, DC: American Psychological Association.
- Rauch, A. i Frese, M. (2000.). Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings. U: C.L. Cooper i I.T. Robertson (ur.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* str. 101-142). Chichester: Wiley
- Rotter, J.B. (1990.). Internal versus external control of reinforcement. *American Psychologist*, 45, 489-493.
- Shariff, M.N.M. i Saud, M.B. (2009.). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4, 129-135.
- Thompson, J.L. (2004.). The facets of the entrepreneur: identifying entrepreneurial potential. *Management Decision*, 42, 2, 243-258.

- Tkalec, M. (2011.). Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. *Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo održane u Zagrebu 2.lipnja 2011.* (str. 35-43). Zagreb: Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski
- Vojnović, N. i Manojlović, S. (2011.). Psihološki aspekti poduzetničke kompetencije učenika utvrđeni strateškim aktima i očekivana ograničenja u njihovoj provedbi. *Zbornik radova 1. međunarodne konferencije učenje za poduzetništvo održane u Zagrebu 2.lipnja 2011.* (str. 63-75). Zagreb: Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski
- Ward, T.B. (2004.). Cognition, creativity and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19, 173-188.
- Wilson, F., Kickul, J. i Marlino, D. (2007.). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship, theory and practice*, 31, 387-406.
- Zacharakis, A.L. i Shepherd, D.A. (2001.). The nature of information and overconfidence on venture capitalists' decision making. *Journal of Business Venturing*, 16(4), 311-332.
- Zhao, H. i Seibert, S.E. (2006.). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.

Evaluation of the programme for the development of the entrepreneurial competences of the young

Abstract

The development of entrepreneurship competencies has become an integral part of strategic documents for education and entrepreneurship in Croatia, which imposes the need for complete entrepreneurship education program from the early stages of formal education. The Creative-Educative School (CES) for young entrepreneurs is a program integrated in elementary schools in Rijeka, intended for 7th and 8th grade pupils. The evaluation of the program shows that the CES program has achieved most of its goals. A positive effect of the program on factors that represent primary entrepreneurship skills has been found: unconventionality and creativity, entrepreneurial self-efficacy, attitudes towards and interest in entrepreneurship as well as self-appraised knowledge about entrepreneurship.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur skills, entrepreneurship education

Prilog 1

Upitnik poduzetničkih osobina, poduzetničke samoefikasnosti i stavova o poduzetništvu

Ovdje su navedene neke tvrdnje s kojima se možeš ali i ne moraš slagati. Molimo te da pokraj svake tvrdnje zaokružiš jedan broj koji će označavati koliko se slažeš ili ne slažeš s tom tvrdnjom. Pritom brojevi znače sljedeće:

- 1 – uopće se ne slažem
- 2 – uglavnom se ne slažem
- 3 – niti se slažem niti se ne slažem (ne znam, nisam sigurna)
- 4 – uglavnom se slažem
- 5 – u potpunosti se slažem

1. Radije bih zaradila manje u sigurnom poslu, nego mnogo više u rizičnom poslu. 1 2 3 4 5
2. Radije činim stvari na uobičajen način, nego da izmišljam nove načine. . . 1 2 3 4 5
3. Drugi često smatraju moje ideje neobičnima. 1 2 3 4 5
4. Kada određujem vlastite ciljeve, radije biram teže nego lakše. 1 2 3 4 5
5. Bez rizika nema profita. 1 2 3 4 5
6. Ne mogu sjediti i čekati da se stvari dogode, želim sama utjecati na njih. . 1 2 3 4 5
7. Kada nešto odlučim, najčešće to i ostvarim. 1 2 3 4 5
8. Ako je nešto teže za izvesti, onda je zbog toga manje zanimljivo 1 2 3 4 5
9. Ne volim započinjati poslove koji u sebi nose rizik. 1 2 3 4 5
10. I kad mi se netko suprotstavi, mogu naći načina da ostvarim što želim. . . 1 2 3 4 5
11. Često imam nove, drugačije ideje. 1 2 3 4 5
12. Kažu da sam dosjetljiva i da imam bujnu maštu. 1 2 3 4 5
13. Kad nešto činim, važno mi je da to bude izvrsno, a ne samo da odradim posao. 1 2 3 4 5
14. Poduzetna sam. 1 2 3 4 5
15. Dobro je izražavati svoje stavove 1 2 3 4 5
16. Ako se dovoljno potrudim, u stanju sam riješiti i jako teške zadatke 1 2 3 4 5
17. Uvjerena sam da mogu postići uspjeh u većini aktivnosti kojih se primim. . 1 2 3 4 5
18. Kada bi me netko zapošljavao, voljela bih da je to zbog moje kreativnosti. 1 2 3 4 5
19. Ako je zadatak posvećen nečemu što volim, onda je bolje da je teži. . . . 1 2 3 4 5
20. Radom se može jako puno postići. 1 2 3 4 5
21. Često znam što se od mene očekuje i onda kada mi se to izravno ne kaže. 1 2 3 4 5
22. Najbolje je kad si u poslu "sam sebi šef". 1 2 3 4 5
23. Više volim poslove u kojima mogu testirati svoje sposobnosti nego one koje mogu obaviti lako. 1 2 3 4 5
24. Nisam zainteresirana za poduzetništvo. 1 2 3 4 5
25. U nejasnim situacijama volim preuzeti vodstvo i donositi odluke. 1 2 3 4 5

26. Ako sama mogu birati zadatak, onda ću radije odabrati teži. 1 2 3 4 5
27. Tamo gdje drugi ljudi ne vide ništa, ja vidim priliku za dobar posao. 1 2 3 4 5
28. U stanju sam obavljati stvari barem jednako dobro kao i većina drugih ljudi. 1 2 3 4 5
29. Bilo bi me strah postati poduzetnicom. 1 2 3 4 5
30. Često pomislim kako su drugi puno sposobniji i uspješniji od mene. 1 2 3 4 5
31. Neki ljudi su naprosto rođeni sretni. 1 2 3 4 5
32. Snalažjiva sam. 1 2 3 4 5
33. Ono što mi se događa u životu većinom određuju drugi ljudi. 1 2 3 4 5
34. Ili si prirodno dobar u nečemu, ili nisi, trud s time ima malo veze. 1 2 3 4 5
35. Vjerujem u sebe. 1 2 3 4 5
36. Kad radim u grupi, obično drugima prepuštam vodstvo. 1 2 3 4 5
37. Teško mi je nositi se s tuđim novim, ludim ili otkaćenim idejama. 1 2 3 4 5
38. Smatraju me snalažljivom. 1 2 3 4 5
39. Poduzetnike bi trebalo više poštovati nego što ih se danas poštuje. 1 2 3 4 5
40. Znam o poduzetništvu mnogo više toga nego li prije nekoliko mjeseci. 1 2 3 4 5
41. Kada kažem da ću nešto napraviti, obično to tako i bude. 1 2 3 4 5
42. Što se više trudiš, postaješ bolji. 1 2 3 4 5
43. Poduzetnik se može postati samo ako od početka imaš mnogo novca. 1 2 3 4 5
44. Nisam kreativna osoba. 1 2 3 4 5
45. Imam mnogo više znanja o poduzetništvu nego moji vršnjaci. 1 2 3 4 5
46. Bolje je biti nezaposlen i čekati dobar posao nego pokušati biti poduzetnik
ako nije sigurno da ćemo u tome uspjeti. 1 2 3 4 5
47. Poduzetnici su uglavnom nepošteni ljudi. 1 2 3 4 5
48. Dobro je uvijek reći vlastito mišljenje. 1 2 3 4 5
49. Komunikativna sam osoba. 1 2 3 4 5
50. Uvijek je dobro da naša okolina zna kakav je naš stav o nečemu. 1 2 3 4 5
51. I kada mi nešto ne ide od ruke, svejedno pokušavam i dalje raditi na tome. 1 2 3 4 5
52. Volim preuzimati odgovornost. 1 2 3 4 5
53. Bez rizika čovjek nikada ništa neće dobiti. 1 2 3 4 5
54. Poduzetnici su dobri i korisni za državu. 1 2 3 4 5
55. Često mi na pamet padaju korisne ideje. 1 2 3 4 5
56. Od svojih vršnjaka i školskih kolega ponekad mogu naučiti jednako
važne i korisne stvari kao što mogu naučiti od profesora. 1 2 3 4 5
57. Često mi se čini da razmišljam drugačije ali i bolje od drugih. 1 2 3 4 5
58. Voljela bih postati poduzetnicom. 1 2 3 4 5