

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ
ДС/ВМ05/4-02 бр. 2685/1-XVI/I 3
22.12.2016. године

ВЕЋЕ НАУЧНИХ ОБЛАСТИ
ДРУШТВЕНО-ХУМАНИСТИЧКИХ НАУКА

Наставно-научно веће Филозофског факултета у Београду на својој IX редовној седници, одржаној 22.12.2016. године – на основу чл. 231. став 1. алинеја 15. и 16. и члана 278. Статута Факултета, прихватило је Извештај Комисије за докторске студије с предлогом теме за докторску дисертацију: ТУМАЧЕЊЕ ПОСТИГНУЋА ПРЕДУЗЕТНИКА: АТРИБУЦИОНИ ПРИСТУП, докторанда Марије Манасијевић.

За ментора је одређен проф. др Драган Попадић.

Доставити:

1x Универзитету у Београду
1x Стручном сараднику за
докторске дисертације
1x Шефу Одсека за правне послове
1x Архиви

ПРЕДСЕДНИК ВЕЋА

Проф. др Војислав Јелић

Факултет <u>Филозофски</u>	УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ
<u>04/1-2 бр. 6/228</u>	Веће научних области друштвено-хуманистичких
(број захтева)	наука
<u>23.12.2016.</u>	(Назив већа научних области коме се захтев упућује)
(датум)	

ЗАХТЕВ
за давање сагласности на предлог теме докторске дисертације

Молимо да, сходно члану 46. ст. 5. тач. 3. Статута Универзитета у Београду («Гласник Универзитета», бр. 131/06), дате сагласност на предлог теме докторске дисертације:

Тумачење постигнућа предузетника: атрибуциони приступ

(пун назив предложене теме докторске дисертације)

НАУЧНА Психологија
ОБЛАСТ

ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

Име, име једног од родитеља и презиме кандидата:

Марија (Славко) Манасијевић

Назив и седиште факултета на коме је стекао високо образовање:

Факултет за правне и пословне студије др Лазар Вркатић, Нови Сад

2009.

Година дипломирања:

Назив мастер рада кандидата:

Мотивационе диспозиције руководиоца и извршилаца

Назив факултета на коме је мастер рад одбрањена:

Факултет за правне и пословне студије др Лазар Вркатић, Нови Сад

Година одбране мастер рада: 2011.

Обавештавамо вас да

Наставно-научно веће

је

на

седници

22.12.2016.

одржаној

размотрило предложену тему и закључило да је тема подобна за израду докторске дисертације.

	ДЕКАН ФАКУЛТЕТА Проф. др Војислав Јелић
--	--

Додатак уз образац 1.

ПОДАЦИ О МЕНТОРУ

за кандидата Марија Манасијевић

Име и презиме ментора: Драган Попадић

Звање: Редовни професор

Списак радова који квалификују ментора за вођење докторске дисертације:

1. Bizumic, B., Duckitt, J., Popadic, D., Dru, V., i Krauss, S. (2009). A cross-cultural investigation into a reconceptualization of ethnocentrism. *European Journal of Social Psychology*, 39:6, 871-899
2. Popadić, D.: *Nasilje u školama*. Beograd: Institut za psihologiju: UNICEF, 2009
3. Popadić, D., J. Savić i S. Dimitrijević: *Regional Research on Young People: Final report on research conducted in countries and regions of former Yugoslavia*. Beograd, Altera, 2005
4. D. Popadić: Conceptions of democracy among elementary school students. In: L. Kolouh-Westin (Ed.), *Democracy in Education in Bosnia-Herzegovina and FR Yugoslavia* (pp. 65-84), Stockholm: Stockholms Universitet, 2002
5. Popadić, D. i Plut, D. (2007). Nasilje u osnovnim školama u Srbiji: oblici i učestalost. *Psihologija*, 2, str. 309-328.

Заокружити одговарајућу опцију (А, Б, В или Г):

А) У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији техничко-технолошких, природно-математичких и медицинских наука ментор треба да има најмање три рада са SCI, SSCI, ANCI или SCIE листе, као и Math-Net.Ru листе.

Б) У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији друштвено-хуманистичких наука ментор треба да има најмање три рада са релевантне листе научних часописа (Релевантна листа научних часописа обухвата SCI, SSCI, AHCI и SCIE листе, као и ERIH листу, листу часописа које је Министарство за науку класификовало као M24 и додатну листу часописа коју ће, на предлог универзитета, донети Национални савет за високо образовање. Посебно се вреднују и монографије које Министарство науке класификује као M11, M12, M13, M14, M41 и M51.)

В) У случају израде докторске дисертације према ранијим прописима за кандидате који су стекли академски назив магистра наука ментор треба да има пет радова (референци) које га, по оцени Већа научних области, квалификују за ментора односно дисертације.

Г) У случају да у ужој научној области нема квалификованих наставника, приложити одлуку Већа докторских студија о именовању редовног професора за ментора.

ДЕКАН ФАКУЛТЕТА

Датум _____

М.П.

проф. др Војислав Јелић

Univerzitet u Beogradu
Filozofski fakultet
Odeljenje za psihologiju

Tumačenje postignuća preduzetnika: atribucioni pristup
- Obrazloženje teme doktorske disertacije -

Mentor:
Prof. dr Dragan Popadić

Kandidatkinja:
Marija Manasijević

Beograd,
novembar 2016.

Uvod

Preduzetništvo predstavlja značajno polje savremenog poslovanja koje je pre svega važno za autore u okviru ekonomskih i organizacionih disciplina. Hobom (Hobohm, 2001) ukazuje na važnost oblasti preduzetništva u razvoju ekonomije jednog društva, budući da mala i srednja preduzeća čine blizu 90% svih preduzeća i zapošljavaju između 50% i 60% ukupne radne snage u svetu. U Srbiji pak, mala i srednja preduzeća i preduzetnici čine 99,8% aktivnih preduzeća, zapošljavaju oko dve trećine zaposlenih u nefinansijskom sektoru i učestvuju sa oko 30% u formiranju bruto društvenog proizvoda Srbije (Izveštaj o malim, srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu, Ministarstvo privrede Republike Srbije). Doprinos ekonomskom rastu od strane preduzetnika je posebno važan u periodima krize, budući da svojim radom uvode promene u postojeće poslovanje kreiranjem novih proizvoda i usluga, ili otvaranjem novih tržišta (Wennekers, Uhlaner, Thurick, 2002; Ferguson, Condoor, 2012). Međutim, imajući u vidu da su za razvoj preduzetništva u jednom društvu pored ekonomskih, pravnih i istorijskih okolnosti, bitni i faktori koji proističu iz samog pojedinca, smatramo da je izuzetno važno istražiti psihološke determinante tumačenja postignuća preduzetnika i njegovih implikacija za pojedinca i socijalnu okolinu u kojoj radi.

U literaturi pronalazimo brojne definicije preduzetništva, koje variraju od autora do autora, u zavisnosti od istorijskog trenutka, društvenog poretka, i naučne discipline iz kojih potiču. Preduzetništvo se kao konstrukt u ekonomskim i orgnizacionim naukama najčešće posmatra kroz prizmu specifičnosti poslovnog modela koji je svojstven mikro, malim i srednjim preduzećima, te prati uticaj takvih poslovnih modela na razvoj ekonomije jednog društva. Sa druge strane, preduzetništvo kao socijalno-psihološki konstrukt u fokus stavlja pojedinca, osnivača kompanije, njegove karakteristike, specifični način ponašanja koji je nastao kao posledica interakcije njegovih predispozicija i sredine u kojoj živi i radi.

Jedno od najranijih određenja preduzetništva dao je Šumpeter (Schumpeter, 1934) ističući proces razvoja novih proizvoda ili usluga, metoda proizvodnje i različitih izvora ponude kao njegove važne odrednice. Na taj način ovaj autor skreće pažnju na specifičnost preduzetnika u odnosu na menadžere i vlasnike preduzeća.

Kao osnovne odrednice preduzetništva brojni autori iz oblasti psihologije izdvajaju karakteristike ličnosti kao što su: inovativnost (Schumpeter, 1934), želja za odgovornošću (Sutton, 1954), potreba za postignućem (McClelland, 1961), ambicioznost, potreba za nezavisnošću, odgovornost, samopouzdanje (Davids, 1963), potreba za kontrolom, odgovornost, samopouzdanje, preduzimljivost, inovativnost i spremnost za preuzimanje rizika (Carland, Hoy, Boulton, Carland, 1984; Jones, English, 2004; Njedomir, 2015). Sa druge strane, pojedini autori u fokus definicije stavljaju ponašanje preduzetnika koje je specifično po tome što se pojedinci oslanjaju na svoje sposobnosti i prepoznaju povoljne šanse za osnivanje i razvoj nekog biznisa (Shane, Locke, Collins, 2003).

Najveći broj istraživača u okviru psihološkog izučavanja preduzetništva pri njegovom određenju usmerio se na opis preduzetnika kao pojedinca i njegovih ponašanja, zanemarujući konceptualizaciju procesa preduzetništva, koji objedinjuje pojedinca i njegovo ponašanje u određenom kontekstu (Venkataraman, 1997). U tom smislu, pri definisanju preduzetništva Šejn i Venkataraman (Shane, Venkataraman, 2000) naglašavaju značaj izvora povoljnih šansi, procesa njihovog prepoznavanja, evaluacije i iskorišćavanja od strane nekog pojedinca. Gartner (Gartner, 1985) navodi listu procesa koji su specifični za preduzetničku karijeru: prepoznavanje prilike za preduzetništvo (Schumpeter, 1934; Cole, 1965; Kilby, 1971; Vesper, 1980); akumulacija resursa (Schumpeter, 1934; Cole, 1965; Peterson i Berger, 1971; Vesper, 1980); plasiranje proizvoda i usluga na tržište (Schumpeter, 1934; Cole, 1965; Kilby, 1971; Peterson i Berger, 1971; Vesper, 1980); proizvodnja proizvoda (Schumpeter, 1934; Kilby, 1971; Peterson i Berger, 1971; Vesper, 1980); građenje organizacije (Cole, 1965; Kilby, 1971); odgovaranje vlastima i društvu (Cole, 1965; Kilby, 1971).

Pored normativnog pristupa u definisanju karakteristika koje su specifične za preduzetnika u literaturi pronalazimo i dimenzionalni pristup koji uvažava razlike u zastupljenosti određenih karakteristika, stavova i vrednosti, te otežava proces jedinstvenog definisanja preduzetništva (Gartner, 1985; Tang, Tang, Lohrke, 2008).

Smit (Smith, 1967, prema Rauch, Frese, 2000) razlikuje dve osnovne vrste preduzetnika: preduzetnike zanatlije i preduzetnike oportuniste. Ove dve vrste preduzetnika se razlikuju po nivou obrazovanja, načinu dolaska do osnivačkog kapitala,

donošenju poslovnih odluka i stopi i brzini rasta preduzeća. Ovoj klasifikaciji Smit je kasnije dodao i tip preduzetnika pronalazača (Miner, Smith, Bracker, 1992).

Tang i saradnici, sa druge strane, (Tang et al., 2008) pominju četiri tipa preduzetnika: istinski vernik, preduzetnik bez jasne ideje, praktični tip i preduzetnik iz nužde, koji imaju različite atribucione stilove, nivo preduzetničke opreznosti, kao i motiv postignuća, spremnost na rizik i posvećenost preduzeću.

Koncept koji donekle objedinjuje napred navedene definicije preduzetništva i preduzetnika nazvan je preduzetnička orijentacija i predstavlja sklop određenih osobina ličnosti, stavova i vrednosti koji zajedno stvaraju predispoziciju za ispoljavanje preduzetničkog ponašanja u sferi rada (Bojanović, Čizmić, Petrović, 1995). Ovaj konstrukt od posebnog je značaja za podsticaj nivoa preduzetništva u jednoj zajednici, budući da se zasniva na socijalno-psihološkim varijablama kao što su vrednosti i stavovi, koji se agencijama socijalizacije mogu promovisati u društvu.

Postoje izvesna terminološka preklapanja između određenja preduzetnika i vlasnika malih i srednjih preduzeća (Carland et al, 1984). Naime, preduzetništvo nije rezervisano isključivo za mala i srednja preduzeća, već se može javiti i u većim organizacijskim sistemima. Sa druge strane, svaki vlasnik malog, tj. srednjeg preduzeća nije nužno preduzetnik po svojim karakteristikama, tj. ponašanju koje u prvi plan ističe inovativnost i stvaranje nove vrednosti. Preduzetnici se, takođe mogu poistovećivati sa samozaposlenim pojedincima (Almeida, 2014). Međutim, pored podudarnosti u pogledu kreiranja novog radnog mesta, za preduzetnika je specifično inovativno ponašanje u radnom procesu, te se ovi termini ne mogu u punom smislu te reči koristiti kao sinonimi.

Sumirajući sve navedene pristupe i dileme pri njegovom definisanju, smatramo da preduzetništvo predstavlja proces osnivanja, vođenja i razvoja novih kompanija sa ciljem stvaranja profita ili ostvarenja nekomercijalnih ciljeva. Pod terminom “nove kompanije” podrazumevamo sve oblike inovativnosti, od otvaranja preduzeća koje ne postoji u datoj sredini, do kreiranja sopstvenog proizvoda ili usluge koja ne postoji na tržištu u datom trenutku. Preduzetnik u tom smislu predstavlja proaktivnog pojedinca koji prepoznaje priliku za uspeh i svoju ideju sprovodi u delo sa velikom posvećenošću i spremnošću na prihvatanje neizvesnosti tržišta.

Preduzetništvo u Srbiji.

Nivo razvijenosti preduzetništva varira od države do države, ali je u stalnom porastu na globalnom nivou usled rasta nivoa obrazovanja, nivoa poslovnih veština i povećanja nesigurnosti zaposlenja u sferi rada (Njegomir, 2015). Osim sticanja navedenih uslova, za razvoj preduzetništva u jednoj sredini u psihološkom smislu neophodno je razvijanje stava prema preduzetništvu kod rukovodilaca i izvršilaca (Bojanović i sar, 1995).

Povećanje nivoa zastupljenosti preduzetnika u privredi od posebnog je značaja u državama koje se već dugi niz godina nalaze u tranziciji, kao što je naša. Ekonomski pokazatelji stanja privrede u našoj zemlji ukazuju na visoku stopu nezaposlenosti (18,7% u 2016. godini) i najnižu stopu rasta BDP-a (1,8% u 2016.godini), što je svrstava u red najmanje ekonomsko razvijenih zemalja jugoistočne Evrope koje nisu članice Evropske unije (International Monetary Fund, may 2016). U situaciji kada je model za privlačenje velikih stranih investicija upitan usled nedostatka sredstava za njegovo održavanje, kao i makroekonomskih tendencija u svetu, razvijanje preduzetničke orijentacije u Srbiji javlja se kao potencijalno dobro rešenje.

Prema podacima Izveštaja o malim, srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu (Ministarstvo privrede Republike Srbije) naša zemlja ima ispodprosečne vrednosti GEDI indikatora (Global Entrepreneurship Development Indicator) koji ukazuju na nepovoljnu klimu za razvoj preduzetništva. Najveći broj malih i srednjih preduzeća i preduzetnika se bavi trgovinom na veliko i malo ili je u okviru prerađivačke industrije (proizvodnja prehrambenih proizvoda, pića, tekstila, odevnih predmeta, nameštaja, kože i predmeta od kože itd), a najveća koncentracija ovih preduzeća se nalazi u Beogradu i Vojvodini (Izveštaj o malim, srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu, Ministarstvo privrede Republike Srbije). U ovom izveštaju je takođe navedeno da u poređenju sa zemljama sličnog nivoa privrednog razvoja Srbija ima prednost u pogledu veština koje preduzetnici početnici poseduju, kao i u uvođenju novih proizvoda i tehnologija. Slabosti našeg privrednog sistema u pogledu razvijenosti preduzetništva ogledaju se u: nedovoljno prilika za pokretanje novih firmi, širenju straha od neuspeha u smislu rizika ulaganja, nedovoljnoj društvenoj podršci preduzetništvu, neodgovarajućem udelu ženskog preduzetništva i firmi u sektoru srednje i visoke

tehnologije, niskom nivou konkurencije, nižem nivou kvaliteta radne snage i nedovoljnom stepenu okrenutosti ka izvozu proizvoda, tj. usluga.

Istraživanja javnog mnjenja o spremnosti pojedinaca u Srbiji za bavljenje preduzetništvom prate ovakve pesimistične trendove. Naime, prema podacima istraživanja CEVES-a (Centar za visoke ekonomske studije, izveštaj 2014) građani Srbije bi najradije radili u javnom preduzeću (65%), zatim pokrenuli sopstveni biznis (30%) i u 5% slučajeva radili u privatnom sektoru. Ovi podaci ukazuju na važnost promovisanja proaktivne orijentacije među stanovništvom. Kako bismo bolje razumeli odnos prema preduzetničkoj inicijativi navodimo i rezultate CEVES-a o motivima za osnivanje sopstvene firme, prema kojima najveći broj ispitanika smatra da je osnovni pokretač preduzetništva želja da pojedinac bude sam svoj gazda i obezbedi sebi zaposlenje (80%), da može da preživi (65%), da može ostvari svoje snove (70%) i bavi se stvaralaštvom (73%). Procena motiva varira u odnosu na godine i obrazovanje ispitanika, tako da su mlađi i niže obrazovani ispitanici pridavali veći značaj stvaralaštvu kao osnovnom motivu, za razliku od starijih i obrazovanijih ispitanika koji su smatrali da je bavljenje preduzetništvom u našoj sredini nužda. Ovo istraživanje javnog mnjenja je delimično u skladu sa navodima Penezića (2009) o motivima za bavljenje preduzetništvom u našoj zemlji, gde se kao najznačajniji izdvajaju: dramatične promene u porodičnoj i/ili ličnoj situaciji, dostupnost materijalnih dobara za pokretanje biznisa, preduzetničke sposobnosti i primeri drugih preduzetnika koji su postigli uspeh.

U okviru promocije preduzetništva značajan je i faktor percepcije preduzetnika od strane šire društvene zajednice. Prema podacima CEVES-a, preduzetnici se na skali poželjnosti pojedinih oblika zaposlenja nalaze na dnu lestvice, ispod osoba koje su zaposlene u preduzeću inostranog vlasništva, zatim zaposlenih u javnim preduzećima i osoba koje pripadaju slobodnim profesijama. Sa druge strane, zaposlenje u domaćoj privatnoj kompaniji je jedino percipirano kao manje poželjno od bavljenja preduzetništvom. Ovi podaci mogu upućivati na strahopoštovanje koje zajednica ima prema preduzetničkom pozivu, koji iziskuje puno energije, vremena i posvećenosti, a dolazak nagrada je najčešće spor i mukotrpan. Istovremeno, u našoj javnosti postoji i sumnjičav odnos prema vlasnicima privatnih preduzeća. Naime, u toku i nakon ratnog perioda '90ih godina u našoj zemlji pojavio se veliki broj privrednika koji su uspeh

“preko noći”, odnosno van zakonskih okvira. Time se stvorio prototip kriminalnog privrednika, tj. tajkuna, koji je svoje bogatstvo stekao na polulegalan ili nelegalan način, uz podršku državnih ili organa lokalne samouprave. Ovakvi primeri bacili su senku na pojam predanog rada kao garanta uspeha na tržišnoj utakmici, te se stiče utisak da se do privrednog uspeha u našoj zemlji ne može doći sasvim legalno. Ovako ambivalentan i podozriv odnos prema preduzetnicima može biti otežavajući faktor u procesu promovisanja preduzetništva kao vrednosti koje vodi ka proaktivnom odnosu prema svojoj budućnosti. Istovremeno, i pojedinci koji se u ovim uslovima odluče na bavljenje preduzetništvom suočavaju se sa stereotipom “pohlepnog privatnika” ili “tajkuna” i on bitno može uticati na postavljanje ciljeva novoosnovane kompanije i subjektivnog doživljaja uspeha ili neuspeha samog preduzetnika.

Prateći propise i aktuelnosti Evropske Unije, čijem članstvu naša država teži, Ministarstvo privrede Republike Srbije proglasilo je 2016. godinom preduzetništva. To podrazumeva donošenje zakonske regulative koja će olakšati osnivanje, poslovanje i razvoj malih i srednjih preduzeća i izdvajanje sredstava za stimulatívne programe. Osim toga, inicijative Evropske unije se posebno dotiču i značaja stvaranja pozitivne društvene klime za preduzetništvo, što pored zakonske regulative uključuje i promovisanje pozitivnih primera preduzetništva i uvođenje edukacije iz ove oblasti na svim nivoima obrazovanja.

Ovaj rad zamišljen je kao empirijska potpora oblasti preduzetništva iz psihološkog ugla. Na samom početku daćemo kraći teorijski i pojmovni okvir za istraživanje načina atribuiranja uspeha u populaciji preduzetnika.

Vajnerov model atribucije postignuća

„Naivna analiza akcije“ Frica Hajdera usmerila je pažnju psihologa na analizu ponašanja ljudi, u kojem je osnovna dilema bila da li je ponašanje posledica nečije namere ili ne, što je dalje impliciralo različito gledište na problem odgovornosti u interpersonalnim odnosima. Ovaj model dalje je razvijao Vajner (Wiener, 1980) koji se bavio atribucijom postignuća pojedinca.

Naime, atribuiranje uspeha ili neuspeha pojedinca u nekoj značajnoj aktivnosti u kojoj je učestvovao sa namerom može se, prema Vajneru pripisati dvema dimenzijama: lokusu uzroka i stabilnosti uzroka. Ukrštanjem pomenute dve dimenzije dobijaju se četiri

moguća objašnjenja uspeha, tj. neuspeha: sposobnosti, zalaganje, težina zadatka i sreća. Svakom od ovih faktora može se pripisati veći ili manji značaj u objašnjenju postignuća pojedinca, što implicira različiti odnos prema konkretnom događaju.

Istraživanje Vajnera i Kukla (Weiner, Kukla, 1970) pokazalo je da atribucije uspeha ili neuspeha sposobnostima ili naporu mogu doprineti različitoj vrednosnoj evaluaciji od strane posmatrača. Pre svega, nivo pohvale i pokude je u direktnoj vezi sa nivoom uspeha, tj. neuspeha. Takođe, od strane posmatrača su najviše su nagrađeni i najmanje kažnjeni pojedinci koji su u školskom kontekstu pokazali motivaciju za postignuće datog školskog uspeha, nasuprot manje ili više sposobnim pojedincima. Na taj način, prednost u evaluaciji školskog uspeha data je motivaciji, kao unutrašnjem i kontrolabilnom faktoru, u odnosu na sposobnosti koje su unutrašnje i nekontrolabilne od strane pojedinca.

Ovakva tendencija javlja se i u situaciji atribucije sopstvenog školskog uspeha. Naime, prema istraživanju Popadića (1986) učenici sa dominantno unutrašnjim lokusom kontrole svoj uspeh u školi u većoj meri povezuju sa zalaganjem nego sa srećom ili okolnostima.

U kasnijim istraživanjima Vajner je ispitivao i faktore koji originalno potiču iz Kelijevog modela atribucije, kao što su konsenzus, distinktivnost i konzistentnost ponašanja pojedinca. Friz i Vajner (Frieze, Weiner, 1971), su svojim ispitanicima, koji su imali zadatak da procene uzrok nečijeg ponašanja, gde su osim informacije o uspehu ili neuspehu u zadatku davali i informacije o tome kakve su rezultate osobe beležile u ranijem periodu na istoj vrsti zadatka, zatim o ranijim postignućima na sličnim zadacima i procenat opšte učestalosti uspeha na toj vrsti zadatka. Rezultati ovog istraživanja su pokazali da je za procenu o lokusu uzroka uspeha važna informacija o konsenzusu, tj., važno je kako se osoba u proseku snašla u konkretnoj situaciji, u poređenju sa drugim ljudima u takvoj situaciji. Ukoliko je veliki broj pojedinaca imao uspeh u takvoj situaciji, uzrok uspeha objekta posmatranja videće se u spoljašnjim faktorima, kao što je težina zadatka. Lociranje nečijeg uspeha ili neuspeha u dispozicionim svojstvima javlja se kada se uzimaju u obzir podaci o ranijem postignuću pojedinca u takvoj vrsti zadatka, a odluka o konkretizovanju atribucije na stabilne i nestabilne unutrašnje faktore donošena je nakon uvida u doslednost nečijeg postignuća.

Finalni model atribucije postignuća, pored lokusa i stabilnosti, sadrži i faktor kontrolabilnosti (Weiner, 1980, tabela 1).

Tabela1. Trodimenzionalni model atribucije postignuća (preuzeto od Popadić, 2015)

	<i>Unutrašnji lokus</i>		<i>Spoljašnji lokus</i>	
	<i>Stabilni</i>	<i>Nestabilni</i>	<i>Stabilni</i>	<i>Nestabilni</i>
<i>Pod kontrolom</i>	Stalni napor	Povremeni napor	Trajna pomoć ili ometanje drugih	Povremena pomoć ili ometanje drugih
<i>Van kontrole</i>	Sposobnost	Raspoloženje, umor	Težina zadatka	Sticaj okolnosti

Trodimenzijski model atribucije postignuća postaje kompleksan za tumačenje u situacijama kada se razmatra mogućnost spoljašnjeg lokusa. Naime, u originalnom, Vajnerovom tumačenju kontrolabilnost spoljašnjeg lokusa podrazumeva kontrolu od strane drugih, što znači da sreća, tj. sticaj okolnosti nije pod kontrolom drugih ljudi, a pomoć ili ometanje socijalne sredine jeste. Ugao gledanja atribucije može se usmeriti i na samog aktera u tumačenju dimenzija modela. Naime, može se postaviti pitanje da li akter može uticati na svoju socijalnu sredinu, te dobiti pomoć ili ometanje nje, što predstavlja posredni uticaj na spoljašnje faktore. Ovakvo tumačenje dimenzija modela atribucije postignuća može razlikovati nivoe direktne i indirektno kontrole spoljašnjih faktora, što implicira različite zaključke o odgovornosti i njihove posledice.

Ovaj model predstavlja osnovnu matricu u tumačenju nečijeg postignuća, ali ne isključuje različito tumačenje jednog istog događaja od strane dva pojedinca zbog razlike u doživljaju pojedinih faktora. U tom smislu, Baron (Baron, 2006) skreće pažnju na individualne kognitivne strukture pojedinca, koje služe kao okvir tumačenja situacija nastalih sumiranjem dotadašnjeg životnog iskustva.

Proces atribucije prema postavkama ovog modela kod pojedinca je svestan u situacijama koje su za njega važne, neočekivane ili sa negativnim ishodom, dok u ostalim situacijama funkcioniše prema izvesnom automatizmu „laičkih naučnika“ (Weiner, 1985).

Prema osnovnim postavkama modela atribucije određeni tip atribucija doprinosi javljanju određenih emocija koja utiču na ponašanje pojedinca u budućnosti. Pritom je veoma važno da li procenjujemo uzroke sopstvenog ili tuđeg postignuća. Tumačenje sopstvenog uspeha unutrašnjim faktorima doprinosi javljanju emocije ponosa, dok isti način atribucije tuđeg ponašanja vodi javljanju simpatije (Steinsmeier-Pelster, Heckhausen, 2008).

Popadić (2015) navodi da atribicioni stilovi, kao relativno stabilna usmerenja u tumačenju sopstvenog postignuća mogu uticati na nivo samopoštovanja, tako da unutrašnje atribucije u situaciji uspeha doprinose višem nivou samopoštovanja. Sa druge strane, tumačenje uzroka unutrašnjim čionicioma u situaciji neuspeha vremenom dovodi do nižeg nivoa samopoštovanja i osećaja bespomoćnosti. Osećaj krivice javlja se kada se ishodi neuspeha tumače unutrašnjim i kontrolabilnim faktorima (nedostatak zalaganja), dok je stid posledica tumačenja neuspeha unutrašnjim i nekontrolabilnim faktorima (nedostatak sposobnosti) (Steinsmeier-Pelster, Heckhausen, 2008).

Vajner je sa svojim saradnicima (Weiner, Graham, Chandler, 1982) ispitivao i modalitete afektivnog reagovanja pri proceni tuđeg ponašanja, gde se kao najznačajniji faktor izdvojio faktor kontrolabilnosti. Naime, rezultati tog istraživanja su pokazali da će se ljutnja češće javljati kao odgovor na neuspeh u određenoj situaciji ukoliko se atribucija usmeri na unutrašnje, stabilne i kontrolabilne faktore, kao što je odsustvo zalaganja. Sažaljenje se, pak, javlja u situacijama kada se uzrok neuspeha vidi u unutrašnjim, stabilnim i nekontrolabilnim faktorima, kao što je manjak sposobnosti.

Atribucija pored emotivnih, može imati i posledice kognitivne prirode. Naime, u zavisnosti od procene stabilnosti i globalnosti dimenzija kauzalnosti uspeha ili neuspeha pojedinac može formirati očekivanja o budućim ishodima svog angažovanja na toj vrsti zadatka (Weiner, 1985). Očekivanja dalje vode pojedinca ka istrajnosti u ponašanju pojedinca.

Veza između socijalne kognicije i ponašanja u Vajnerovom modelu nalazi se u uticaju atribucionog procesa na motivaciju koja dalje utiče na ponašanje, tj. rezultat pojedinca (Weiner, 1986). Motivacija pojedinca se može razmatrati u pogledu nivoa izraženosti, ali i u pogledu sadržaja, tj. orijentacije ka postizanju uspeha i orijentacije ka izbegavanju neuspeha (Atkinson, 1964). Hekhausen (Heckhausen, 1977) navodi da se

ponašanje pojedinca razlikuje u odnosu na dominantnu vrstu motivacije, kao i referentnih okvira za tumačenje posledica akcija koje preduzima.

Naime, pojedinci motivisani postizanjem uspeha su skloniji atribuiranju svog uspeha unutrašnjim faktorima kao što su sposobnosti i napor, a neuspeha nedovoljnim zalaganjem. Postizanje uspeha je povezano sa emocijama zadovoljstva i doprinosi jačanju samopouzdanja, dok se neuspeh se u ovom slučaju povezuje sa očekivanjem da će pojedinac moći da prevaziđe prepreke u narednoj situaciji (Heckhausen, 1977). Sa druge strane, pojedinci koji su motivisani izbegavanjem neuspeha su usmereni da neuspeh pripisuju nedostatkom sposobnosti, dok se za tumačenje uspeha nije izdvojio specifični obrazac atribucije (Weiner et al, 1971). Emocija stida kod ovih pojedinaca predstavlja afektivnu osnovu tumačenja situacije i doprinosi niskom samopoštovanju. Ponašanje ove dve grupe pojedinaca je usmereno na različite ciljeve: samopoboljšanje kod pojedinaca usmerenih na postizanje uspeha i očuvanje samopoštovanja kod pojedinaca usmerenih na izbegavanje neuspeha. U skladu sa tim pojedinci biraju zadatke različitog nivoa zahtevnosti (Steinsmeier-Pelster, Heckhausen, 2008).

Atribucijske pristrasnosti.

Psiholozi su u okviru razmatranja različitih atribucionih modela imali u vidu da su atribucije subjektivne, stoga nisu usmerili svoju pažnju na procenu tačnosti atribucija, već na principe naučne analize svakodnevnih pojava u socijalnom svetu. U literaturi pak pronalazimo izvesne atribucijske pristrasnosti koje ukazuju na određene pravilnosti u iskrivljavanju naučnih principa analize čiji je cilj ušteda energije pojedinca u procesu socijalne kognicije.

Osnovna atribucijska greška odnosi se na tendenciju da se pri percepciji i atribuciji tuđeg ponašanja atribucije usmeravaju ka unutrašnjim činiocima, dok se spoljašnji faktori zanemaruju (Ross, 1977). Na taj način se simplifikuje proces socijalne kognicije i štedi energija posmatrača, koji ne preispituje sve moguće spoljašnje uticaje koji mogu biti nepoznati, neočekivani i složeni. Individualistička kultura takođe može uticati na češću pojavu osnovne atribucijske greške (Miller, 1984).

U okviru ovog modela atribucije od posebnog je značaja da li se procenjuje sopstveno ili tuđe ponašanje. Naime, u objašnjenju sopstvenog neuspeha skloni smo da

uzrok pripisujemo spoljašnjim faktorima, dok istovremeno pribegavamo unutrašnjim atribucijama pri proceni tuđeg neuspeha (Jones, Nisbett, 1972).

Takva razlika u analizi situacija između aktera i posmatrača može se javiti zbog razlike u količini dostupnih informacija, te načinu korišćenja dostupnih informacija u zavisnosti da li smo akteri ili posmatrači situacije (Popadić, 2015). Pored toga, tendencija različitih atribucija u zavisnosti od uloge pojedinca javlja se i kao posledica realne razlike u percepciji događaja (Storms, 1973). Bas (Buss, 1978) smatra da se ova razlika javlja zbog toga što akteri daju razloge zbog kojih su se ponašali na određeni način, a posmatrači navode uzroke ponašanja aktera.

Pored pojednostavljivanja kompleksnog socijalnog sveta, atribucijske pristrasnosti javljaju se i sa ciljem izgradnje, tj. očuvanja pozitivne slike o sebi. Ovakva usmerenja su naročito izražena u situaciji procene ličnog i tuđeg uspeha, tj. neuspeha. Naime, pojedinci češće svoj uspeh pripisuju unutrašnjim činiocima, a neuspeh spoljašnjim činiocima. Ovakav obrazac opažanja tuđeg uspeha ili neuspeha nije zabeležen osim ako su to značajni drugi koji predstavljaju modele ponašanja (Popadić, 2015). O ovoj motivacionoj pristrasnosti u tumačenju sopstvenog uspeha ili neuspeha svedoči istraživanje Džonsona i saradnika (Johnson, Feigenbaum, Weiby, 1964) koji su bavili procenom uspeha u podučavanju matematike.

Kognitivna psihologija preduzetništva – pravci istraživanja

Psihološka istraživanja u oblasti preduzetništva na samom početku su najčešće bila ateorijska, deskriptivna i služila su u praktične svrhe. Pored toga, u literaturi postoje nedoslednosti u pogledu tipa i veličine uzoraka studija koje su služile za dalju generalizaciju karakteristika preduzetnika, što je doprinelo haotičnosti psiholoških istraživanja u okviru preduzetništva (Rauch, Frese, 2000). Takođe, jedan deo studija se bavio predviđanjem sklonosti za bavljenjem preduzetništvom, a drugi deo studija su bile posvećene predviđanju uspeha preduzetnika na osnovu pojedinih psiholoških karakteristika, te u brojnim listama i metanalizama dolazi do zanemarivanja razlika u ciljevima istraživanja, što je dalje doprinelo tome da brojni rezultati iz ranijih istraživanja danas nisu replikabilni. U ovoj istraživačkoj oblasti postoje izvesni pomaci u klasifikovanju brojnih psiholoških istraživanja, a najveći doprinos tome dali su istraživači iz oblasti kognitivne psihologije.

Kruger (Krueger, 2003) navodi osnovne pravce istraživanja kognitivne psihologije u oblasti preduzetništva:

a/ percepcija (prepoznavanje prilika, heuristici, atribicioni modeli, donošenje odluka, identitet uloge)

b/ namera (preduzetničke namere: Ajzenova Teorija planiranog ponašanja i Šapiroov model preduzetničkog događaja, implementacija namera, preuzimanje kompanije, socijalni uticaji, socijalna kognicija i kognitivna struktura promovisanja preduzetničkih namera)

c/ struktura uverenja (percepcija samoefikasnosti, kolektivna samoefikasnost, individualne razlike, lična preduzetnička orijentacija, spremnost na delovanje, tamna strana preduzetništva)

d/ dublje kognitivne strukture (sheme, shemate, skriptovi, mape)

e/ učenje (obrazovanje o preduzetništvu: tradicionalni i konstruktivistički pristup, preduzetničko iskustvo, sticanje preduzetničkih veština).

Navedeni pravci istraživanja nisu podjednako razvijeni, te se kao najplodnija oblast istraživanja danas izdava za oblast preduzetničkih namera, njihovog predviđanja i podsticanja putem obrazovanja. Popularnost koncepta preduzetničkih namera proizilazi iz tendencije psihologa za predviđanjem ponašanja, što predstavlja implicitno očekivanje naučne zajednice od psihologije kao nauke. Osim toga, istraživanja u ovoj oblasti su najčešće sprovedena na studentskoj populaciji, što predstavlja lakši put dolaska do ispitanika u odnosu na istraživanje na preduzetničkoj populaciji. U skladu sa tim, istraživanja na studentskoj populaciji nude mogućnosti za praćenje efekata uticaja različitih socijalizatorskih faktora u kreiranju povoljne klime za bavljenje preduzetništvom. Istraživači preduzetničkih namera se najčešće zadovolje proverom modela u kome je finalni korak namera da se mladi ljudi bave preduzetništvom, ali su malobrojne provere modela u praksi, u smislu analize ponašanja u realnoj situaciji kod ispitanika koji su iskazali nameru da osnuju svoj biznis. Izostavljanje ovog finalnog koraka provere smatramo značajnim nedostatkom koncepta preduzetničkih namera, iako svesni da su i namera i konkretno ponašanje posledica uticaja osobe i sredine u kojoj se on nalazi, te ne možemo tragati za apsolutnom verifikacijom modela.

Uzimajući u obzir navedene nedostatke istraživanja u oblasti preduzetništva našu pažnju usmerili smo na proces atribucije uspeha preduzetnika, sa idejom proveriti Vajnerovog modela atribucije postignuća u sferi preduzetništva. U nastavku ćemo prikazati tendencije istraživanja u ovoj oblasti, kao i varijable koje mogu biti značajni medijatori atribucije postignuća preduzetnika.

Atribucija uspeha preduzetnika i njegove determinante.

Atribuciona teorija jedna je od klasičnih socijalno-psiholoških teorija koja je našla svoju primenu u oblasti istraživanja percepcije i kognicije preduzetnika ili onih koji bi to voleli da budu. Istraživanja atribucije uspeha i pogotovu neuspeha su važne za razumevanje prirode preduzetništva u konkretnoj sredini. Osim toga, ispitivanjem socijalne kognicije preduzetnika može se doći do značajnih saznanja za razvoj preduzetničke orijentacije u zajednici, uvažavajući njene kulturno-istorijsko-političke specifičnosti.

Preduzetnici pokazuju optimističnije atribucije koje ih vode ka ponašanju usmerenom ka cilju u odnosu na ostalu populaciju (Gatewood, Shaver, Gartner, 1995; Palich, Bagby, 1995). Ova teorija posebno je interesantna u načinu objašnjavanja uspeha tj. neuspeha firme kod preduzetnika (Shaver, Scott, 1991; Cardon, Stevens, Potter, 2011). Preduzetnici svoj uspeh pripisuju svojim ličnim karakteristikama (Smith, Smith, 2000), što je u skladu sa osnovnom postavkom atribucione teorije. Pojedini autori bavili su se istraživanjem razlika u atribuiranju uspeha. Naime, istraživanje Hejlmana, Bloka i Lukasa (Heilman, Block, Lucas, 1992) pokazalo je da se žene i muškarci razlikuju u načinu atribuiranja svog poslovnog uspeha, tako da žene veći značaj pridaju eksternim faktorima kao što je sreća, dok se muškarci u većoj meri oslanjaju na svoje sposobnosti ili napor.

U okviru istraživanja determinanti uspeha preduzetnika nailazimo na struje koje su se posvetile izučavanju unutrašnjih faktora, tražeći individualne razlike i struje koje su svoju pažnju usmerile na spoljašnje činioce uspeha. Istraživanja individualnih razlika preduzetnika u odnosu na ostatak populacije imala su skromni učinak u predviđanju njihovog uspeha (Shaver, Scott, 1991), ali nisu u potpunosti zanemarena (Brush, Chaganti, 1999; Stewart, Watson, Carland, Carland, 1999).

Kao determinante uspeha preduzetnika istraživači izdvajaju: visoku samoeфикаsnost (Chen, Green, Crick, 1998), sposobnost prepoznavanja prilika (Busenitz, 1999), visoku ličnu istrajnost (Stolz, 2000), razvijen ljudski i socijalni kapital (Honig, 1998), unutrašnji lokus kontrole (Goebel, Frese, 1999, prema Rauch, Frese, 2000) i visoko razvijene socijalne veštine (Baron, Markman, 2000).

Merenje uspeha preduzetnika predstavlja izazovno polje u oblasti istraživanja psiholoških faktora njegovog uspeha. Na raspolaganju su subjektivne mere, kao što su zadovoljstvo preduzetnika, subjektivna procena uspeha, i objektivne mere, tipične za ekonomiju kao što su profit, broj zaposlenih, produktivnost itd. Osim merenja opšteg uspeha, može se pristupiti i merenju uspeha pojedinih segmenata kao što su: ostvarenje ciljeva, zarada profita, uspeh kvaliteta života osnivača, rast i razvoj preduzeća (Rauch, Frese, 2000).

Bum i Loke (Baum, Locke, 2004) predstavili su model koji integriše karakteristike ličnosti (strast za bavljenje preduzetništvom, veštine pronalaženja novih resursa i istrajnost) i motivacione dispozicije (usmerenost na ciljeve, iskomuniciranost vizije, samoeфикаsnosti) koje zajedno utiču na rast preduzeća. Naime, empirijska provera modela pokazala je da karakteristike ličnosti nisu imale direktni uticaj na rast preduzeća, već indirektni, preko motivacionih dispozicija. Od motivacionih dispozicija procena samoeфикаsnosti imala je najsnažniji direktni uticaj na merene rezultate rada preduzeća.

Pored navedenih, kao indikator uspešnosti u literaturi postoji i kriterijum vremena. Naime, Karlad i saradnici (Carland et al., 1984) navode da se u brojnim empirijskim proverama uspešnosti preduzetnika kao osnovni indikator koristi održanje preduzeća solventnim u toku poslednje dve godine.

Rezultati kvalitativnog istraživanja Alsteta (Alstete, 2008) kao značajne faktore koji doprinose uspehu preduzeća izdvajaju: temeljno istraživanje samog biznisa, tj. oblasti poslovanja, posvećenost i strast prema poslu i adekvatno planiranje.

Teorije organizacijskog neuspeha usmerene su na tri grupe faktora: individualne karakteristike osnivača, obeležja, strukturalne karakteristike i strategije kompanije, i uslovi okruženja u kojoj se kompanija nalazi (Bruderl, Preisendorfer, Ziegler, 1992).

Sociodemografske karakteristike osnivača imaju zapaženo mesto u istraživanjima primene teorije ljudskog kapitala u oblasti preduzetništva. Bruderl i saradnici (Bruderl et

al, 1992) navode da je starost osnivača nelinearno povezana sa preživljavanjem preduzeća koje osnivaju, te šansi za uspeh imaju u najvećoj meri sredovećni ljudi, za razliku od mladih i starijih osnivača. Uticaj starosti u ovom istraživanju se posmatra indirektno, kroz povećavanje produktivnosti pojedinca, ali i kroz percepciju klijenata koji svoj izbor mogu zasnovati na obeležjima osnivača. U literaturi se razlikuju opšti i specifični ljudski kapital (Becker, 1975). Dužina obrazovanja i dužina radnog staža osnivača čine opšti ljudski kapital, a prethodno iskustvo u delatnosti i prethodno iskustvo u samozapošljavanju predstavljaju specifični ljudski kapital i mogu biti od značaja za preživljavanje novoosnovanih preduzeća. Direktni uticaj ovih varijabli na uspeh preduzeća je skromnog dometa, ali se interakcijom varijabli ljudskog kapitala sa ciljevima i strategijama preduzeća dobija značajnija prediktivna moć uspeha preduzeća (Rauch, Frese, 2000).

U oblasti karakteristika novoosnovane kompanije u okviru organizacione ekologije razmatraju se: inicijalna veličina kompanije, njeno usmerenje u smislu da li ulazi u novi biznis ili je sledbenik postojećih načina poslovanja, strategije nastupa na tržištu koje mogu biti zasnovane na opštem ili specifičnom pristupu (Hannah, Freemanm 1977).

Od sredinskih faktora izdvajaju se sredinske varijable vezane za zadatak (delatnost), zatim institucionalne sredinske varijable i efekti političke sredine (Caroll, 1987). Uticaj ovih faktora na uspeh preduzeća najčešće se posmatra kroz interakciju sa karakteristikama i strategijama preduzeća (Rauch, Frese, 2000).

Rezultati istraživanja Bruderla i saradnika (Bruderl et al., 1992) pokazuju da će preduzeće češće preživeti ako: je osnivač sredovećna osoba, visoko obrazovana, ima veliko radno iskustvo, i ima ranije iskustvo rada u konkretnoj industriji. Ove karakteristike utiču na produktivnost pojedinca što dalje utiče na stopu preživljavanja preduzeća. Što se tiče usmerenja kompanije uspeh je izvesniji kod kompanija koje su sledbenici u industriji, kao i kod nezavisnih kompanija koje su velike i usmerene su ka nacionalnom tržištu, a njihovi proizvodi i usluge potiču iz male "niše", tj. namenjene su specifičnoj klijenteli. U pogledu vrste delatnosti u ovom istraživanju veće šanse za uspeh pokazale su proizvodne organizacije, nasuprot trgovinama i kompanijama koje se bave transportom. Autori skreću pažnju da vrsta delatnosti po sebi ne garantuje uspeh na

tržištu, već je u interakciji sa ljudskim kapitalom osnivača koji se odlučuju na osnivanje pojedine vrste kompanije. Ove rezultate treba uzeti sa rezervom, budući da je istraživanje sprovedeno u Nemačkoj, jednoj od privredno najrazvijenijih zemalja u Evropi, te bi replikacija istraživanja u zemljama u tranziciji navela na drugačije zaključke.

Tumačenje uspeha ili neuspeha preduzetnika je važno kako za pojedinca, tako i za širu društvenu zajednicu, budući da interpretacija uzroka uspeha i neuspeha u mnogome zavisi od socijalne sredine (Cardon et al., 2011). Ovi autori skreću pažnju na proces tumačenja, tj. pridavanja smisla neuspehu, koji može imati negativne posledice ne samo po pojedinca čiji preduzetnički poduhvat nije uspeo, već se te posledice mogu odraziti i na njegovu porodicu, ali i buduće preduzetnike u toj sredini. U zavisnosti od reakcije sredine na događaj neuspeha, on se može tumačiti kao “normalan” ili “katastrofalan” i u tom smislu može predstavljati osnovu za preventivu rizičnih ponašanja u vođenju biznisa.

Istraživači u oblasti uspešnosti preduzetnika se pored napred navedenih metodoloških izazova o operacionalizaciji uspeha suočavaju i sa poteškoćama vezanim za uzorak ispitanika (Markman, Balkin, Baron, 2002). Ovi autori govore o problemu selekcije uspešnih preduzetnika u istraživanjima, gde se stvara sklonost ka biranju jako uspešnih pojedinaca na osnovu čijih iskustava se iznose zaključci o celokupnoj populaciji preduzetnika. U pojedinim istraživanjima se zanemaruje uticaj subjektivno “preživelih” u tumačenju sredinskih i ličnih determinanti uspeha preduzetnika (Bruderl et al, 1992). Osim toga, ovi autori navode i metodološke probleme malih uzoraka i neadekvatnih statističkih tehnika za analizu podataka u oblasti istraživanja (ne)uspeha preduzetnika.

Medijatori doživljaja uspeha preduzetnika.

Početak istraživanja psihologa u oblasti preduzetništva bio je obeležen deskriptivnim pristupom, bez jasno utemeljene teorije. Naime, kao i drugim oblastima psihologije u njenoj istoriji, istraživači su tragali za individualnim razlikama u pokušaju da odvoje preduzetnike od onih koji to nisu. Ovako postavljeni ciljevi istraživanja su nerealni, budući da je istraživačko iskustvo pokazalo da je većina varijabli iz oblasti preduzetništva interaktivnog tipa, tj. zavisi od osobe i socijalne sredine (Magnusson, Endler, 1977; Shane, Venkataraman, 2000; Krueger, 2003; Baum, Locke, 2004). Predikcija bavljenja preduzetništvom i uspeha u njemu na osnovu osobina ličnosti u

bazičnom značenju reči bila je veoma slaba (Aldrich, Wiedenmayer, 1993; Rauch, Frese, 2000).

Takvi rezultati usloveli su fleksibilniji pristup u definisanju osobina, te se prešlo na karakteristike, koje su uključivale i neke motive, stavove i vrednosti. Neki od pomenutih faktora iz oblasti ličnosti su: motiv postignuća (McClelland, 1961; Chell, 1985; Stewart, Watson, Carland, Carland, 1999), visoka samoefikasnost (Boyd, Vozikis, 1994; Markman, Baron, 2003; Baum, Locke, 2004), inovativnost (Covin, Slevin, 1991; Stewart et al, 1999), proaktivnost (Kickul, Gundry, 2002), sklonost riziku (Chell, 1985; Busenitz, 1999; Stewart et al, 1999), interni lokus kontrole (Chell, 1985; Van de Ven, Hudson, Schroeder, 1984), savesnost, otvorenost za iskustvo i emocionalna stabilnost (Zhao, Sibert, 2006). Rezultati domaćih istraživanja izdvajaju slične determinante preduzetničke inicijative: kreativnost, unutrašnji lokus kontrole, spremnost za preuzimanje rizika i otvorenost za iskustvo (Petrović, Šćepanović, 2015).

Kreiranje spiska karakteristika ličnosti jedinstvenog za preduzetnike rezultiralo je neuspehom u brojnim istraživačkim poduhvatima koje smo ranije opisali. Jedan od razloga nepotvrđivanja nalaza ranijih istraživanja i izdvajanja liste specifičnosti preduzetnika je i metodološke prirode. Gartner (Gartner, 1985) skreće pažnju na nedoslednost uzoraka ispitanika u različitim istraživanjima iz kojih se izvlače zaključci, a odnose se na razlike između preduzetnika u oblasti proizvodnje, usluga, tehnološke i poljoprivredne preduzetnike itd.

Samoefikasnost

Koncept samoefikasnosti predstavlja stepen uverenja pojedinca da je u stanju da organizuje i efikasno izvede akcije kako bi uspešno ostvario svoje ciljeve. Procena samoefikasnosti (Bandura, 1997) je u literaturi o preduzetništvu veoma česta kao determinanta preduzetničkih namera, ali i uspešnosti preduzetnika (Boyd, Vozikis, 1994; Markman et al., 2002; Markman, Baron, 2003). Samoefikasnost utiče na percipiranu kontrolu, doživljaj stresa i depresivnosti u suočavanju sa radnim okolnostima, kao i na doživljaj svojih potignuća (Markman et al., 2002).

Na značaj ove varijable u kontekstu preduzetničke orijentacije ukazalo je istraživanje Širera i saradnika (Scherer, Adams, Carley, Wiebe, 1989) prema kome su roditelji uspevali da prenesu preduzetničku orijentaciju na svoju decu samo ako su razvili

osećaj preduzetničke kompetentnosti kod njih. U ovoj oblasti korišćeni su različiti koncepti samoefikasnosti, od opšte (Bandura, 1997) do specifičnijih (DeNoble, Jung, Ehrlich 1999; McGee, Peterson, Mueller, Sequeira, 2009) i svi navedeni koncepti su pokazali značajnu vezu sa preduzetničkim načinom razmišljanja.

Motivacija za bavljenje preduzetništvom

Način na koji su preduzetnici doneli odluku o osnivanju sopstvenog biznisa može imati značajan uticaj na način njegovog razvoja i načina vođenja. U literaturi se izdvajaju dve značajne kategorije motiva: nužda i prilika (Reynolds, Bygrave, Autio, Cox, Hay, 2002; Aziz, Friedman, Bopieva, Keles, 2013). Naime, preduzetnici čija je osnovna motivacija nužda nisu zadovoljni drugim karijernim prilikama ili ih nemaju. Sa druge strane, postoje i preduzetnici čiju osnovnu motivaciju za bavljenje preduzetništvom predstavlja prepoznavanje prilike na tržištu u konkretnoj socijalnoj sredini. U okviru dihotomije nužda-prilika izdvajaju se razuđeniji oblici motiva za osnivanjem svog preduzeća, kao što su: potreba za priznanjem, percipirana instrumentalnost bogatstva, nivo vezanosti za zajednicu, potreba za ličnim razvojem, potreba za nezavisnošću, potreba za bežanjem (Scheinberg, McMillan, 1988).

Pojedinci se odlučuju na bavljenje preduzetništvom kako bi ostvarili neke svoje lične potrebe. Istraživanje Aziza i saradnika (Aziz et al, 2013) pokazuje da su preduzetnici iz Turske prvenstveno motivisani potrebom za finansijskom dobiti. Nasuprot tome, preduzetnice u Mađarskoj se odlučuju na osnivanje svog biznisa kako bi prevazišle radnu segregaciju, te se kao osnovni motivi izdvajaju potrebe za nezavisnošću, postignućem, ostvarenjem prilike itd (Hisrich, Fulop, 1994).

Prema izveštaju Reynoldsa i saradnika (Reynolds et al., 2002) u globalnim okvirima dominiraju preduzetnici koji su motivisani prepoznavanjem prilike (75%), dok je svega 25% preduzeća osnovano iz nužde. Podaci Ministarstva privrede Republike Srbije (Izveštaj o malim, srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu) ukazuju da se domaći preduzetnici odlučuju na pokretanje sopstvenog biznisa pre svega iz nužde, tj. nemogućnosti obezbeđenja egzistencije na drugi način.

Za donošenje odluke o bavljenju preduzetništvom ključna je percepcija situacionih faktora, što dalje implicira specifičnost motivacije preduzetnika (Hechavarria, Reynolds, 2009). Ovi autori naglašavaju da se situacioni faktori mogu odnositi na

makroekonomske uslove za vođenje jednog preduzeća, ali i demografske, kulturološke i institucionalne specifičnosti jednog društva, koje impliciraju važnost istraživanja ove teme u okviru socijalne psihologije. Kao rezultat interakcije personalnih i situacionih faktora u okviru preduzetništva javljaju se razlike u nivou zastupljenosti ovakvog karijernog plana pojedinca koji varira od sredine do sredine (Busetnitz, Gomez & Spencer 2000; Acs, Armintgton, 2004; Wennekerrs, van Wennekerrs, Thurik, Reynolds, 2005).

Pored pomenutih dveju kategorija motivacije za osnivanje preduzeća pojedini autori navode i specifičnije prednosti i mane preduzetništva koje mogu imati faciliatorski odnosno inhibirajući uticaj na odluku o bavljenju preduzetništvom (Alstete, 2008). Neke od navođenih prednosti od strane samih preduzetnika u istraživanju Alsteta (Alstete, 2008) su: nezavisnost u radu, biti sam svoj gazda, novčana nagrada, kontrola, ostvarenje sopstvenog sna, bliskost sa porodicom, zadovoljstvo poslom, uključenost u zajednicu. Na listi najznačajnijih nedostataka preduzetničkog poziva u okviru istog istraživanja ispitanici su izdvojili: duže radno vreme, poslovna odgovornost, rizik, zatim stres, problemi uzrokovani brzim promenama industrije, profesionalna selekcija, obezbeđivanje osnivačkog kapitala, obaveze menadžera.

Vrednosti i stavovi

Kao što smo ranije pomenuli, donošenje odluke o bavljenju preduzetništvom predstavlja posledicu interakcije ličnih i situacionih faktora, gde se kao značajni društveni input javljaju dominantne vrednosti u jednoj sredini. Vrednosti zajednice mogu biti u skladu sa idejom preduzetništva, ili pak u suprotnosti sa njim, što može znatno otežati usvajanje preduzetničke orijentacije u procesu tranzicije društva. Vrednosti takođe mogu biti značajni kriterijumi pri proceni i atribuciji uspeha preduzetnika.

Vrednosti predstavljaju relativno trajna verovanja da je određeni način življenja lično ili društveno poželjniji od načina života koji mu je suprotan (Rokeach, 1973). Prema Švarcu (Schwartz, 1992) vrednosti predstavljaju verovanja koja se odnose na načine ponašanja koji prevazilaze specifične situacije, vode selekciju ponašanja ili događaja i zauzimaju hijerarhijsko mesto u sistemu vrednosti u zavisnosti od značaja koji im se pridaje. Imajući na umu da se vrednosti najčešće izražavaju putem ponašanja koje

ih promovišu, psiholozi su uložili veliki napor u osmišljavanje i empirijsku proveru modela vrednosti pojedinca pomoću kojih bi mogli da predviđaju njegovo ponašanje u budućnosti.

Model ličnih vrednosti Šaloma Švarca (Schwartz, 2006) u poslednjoj deceniji predstavlja najzastupljeniji teorijski model koji je dobio značajnu empirijsku potvrdu. Model je koncipiran cirkularno i prati kontinuum motivacije pojedinca. Vrednosti u modelu se po svojoj sličnosti mogu podeliti na dve dimenzije: 1) *samousavršavanje* nasuprot *samoprevazilaženju* i 2) *otvorenost za promene* nasuprot *održavanju postojećeg stanja*. Osnovnih 10 vrednosti iz cirkularnog modela su: nezavisnost, stimulacija, hedonizam, postignuće, moć, sigurnost, konformizam, tradicija, čovekoljublje i univerzalizam.

Struktura modela je potvrđena u okviru 67 kultura, sa razlikama u pridavanju važnosti pojedinim vrednostima u različitim društvenim kontekstima (Schwartz, 1992; Schwartz, Bardi, 2001). Provera modela u istočno-evropskim zemljama davala je nedosledne rezultate (Schwartz, Bardi, 1997), što je uslovalo modifikaciju modela, te se u korigovanoj verziji predstavlja 19 vrednosti (Schwartz et al, 2012). Naime, neki od prethodnih faktora vrednosti su se podelili subfaktore i tako je nastala modifikovana verzija liste univerzalnih vrednosti: nezavisnost misli, nezavisnost akcija, stimulacija, hedonizam, postignuće, moć – dominacija, moć- resursi, lična sigurnost, društvena sigurnost, konformizam-pravila, konformizam- interpersonalni odnosi, tradicija, univeralizam – priroda, univerzalizam – tolerancija, skromnost, čovekoljublje – briga i čovekoljublje – zavisnost.

U našoj zemlji proveru ovog modela radila je Olivera Radović (Radović, 2010; Radović, Stanojević, 2013) i posle prvobitnih poteškoća u repliciranju latentne strukture instrumenta, u daljem radu uspeva da dobije model koji po svojim psihometrijskim parametrima zadovoljava standarde, te se može reći da je modifikovani Švarcov model verifikovan i na našoj populaciji.

Imajući u vidu da je preduzetnička orijentacija pojedinca posledica individualnih predispozicija, sredinskih faktora iz neposredne i opšte društvene klime naredne redove posvećujemo vrednostima i stavovima u vezi sa preduzetništvom.

Percepcija poželjnosti bavljenja preduzetništvom u široj zajednici nije često istraživana, ali se u tranzicionim društvima pokazala značajnim prediktorom donošenja odluke da pojedinac osnuje svoju firmu (Bojanović et al., 1995; Iakovleva, Kolvereid, Stephan, 2011; Liñán, Rodríguez-Cohard, Guzman, 2011; Jakopec, Krečar, Sušan, 2013).

Kroskulturalna istraživanja o odnosu vrednosti i preduzetničke orijentacije pokazuju raznolike rezultate. Sa jedne strane, preduzetništvo je u korelaciji sa socijalnom marginalizovanošću, grupnim duhom i potrebom za samoaktualizacijom (Ray, Turpin, 1990). Nasuprot tome stoje istraživanja koja skreću pažnju na individualizam, visoku distancu moći, maskulinitet, dužu vremensku orijentaciju kao značajne korelate preduzetničke orijentacije i ponašanja (Busenitz, Lau, 1996).

Otvoreno je pitanje kako tumačiti odnos vrednosti i preduzetništva, imajući u vidu da pojedini autori (McGrath, Macmillan, Scheinberg, 1992) navode da su vrednosti preduzetnika nezavisne od kulture, dok sa druge strane stoje zagovornici teze da kultura značajno utiče na razvoj preduzetničkih namjera (Shane, 1994; Busenitz, Lau, 1996). Osim toga, kultura se posmatra i kao medijator u predikciji preduzetništva (Morris, Schindebutte, 2005).

Rezultati istraživanja Bojanovića i saradnika (Bojanović i sar., 1995) o odnosu ličnih i društvenih vrednosti i zastupljenosti preduzetničke orijentacije kod mladih u našoj zemlji izdavaju: hedonizam, spremnost za preuzimanje rizika, unutrašnji lokus kontrole, liderstvo i usmerenost na promene kao pozitivne korelate. Ovakvi rezultati su u skladu sa inostranim izvorima tog doba. Ono što takođe zavrđuje našu pažnju jesu podaci o negativnoj korelaciji preduzetničke orijentacije i egalitarizma, konformizma, autoritarnosti, kolektivism, prihvatanja privatnog vlasništva. Ovakvi rezultati nisu naročito iznenađujući ukoliko uzmemo u obzir društveno-istorijski period u kome je ovo istraživanje sprovedeno.

Pojedini autori su se u globalnim okvirima bavili praćenjem odnosa društvenih vrednosti, stepena zastupljenosti preduzetništva i tipa preduzeća koja se osnivaju u različitim zemljama ili regionima (Davidsson, Wiklund, 1997; Hechavarria, Reynolds, 2009). Promovisanje određenih vrednosnih orijentacija, kao što je konformizam u određenoj sredini će doprineti niskom razvoju preduzetničke orijentacije, dok će

orijentacija ka inovacijama biti češća u društvima koja u svojoj eksplicitnoj i implicitnoj kulturi imaju vrednost preduzetništva (Herbig, Miller, 1992).

Pored društvenih, i lične vrednosti predstavljaju još jedan značajan korelat preduzetničke orijentacije. Preduzetnici se od zaposlenih koji rade za druge u vrednosnom smislu razlikuju u višem nivou izraženosti nezavisnosti, stimulacije i postignuća i nižem nivou izraženosti konformizma, tradicije i sigurnosti (Noseleit, 2008).

Almeida (Almeida, 2014) navodi da se preduzetnici od pojedinaca koji se ne bave preduzetništvom razlikuju po tome što preduzetnici više vrednuju posao od ostalih životnih sfera kao što su slobodno vreme, politika i religija. U svom longitudinalnom istraživanju Almeida (Almeida, 2014) se bavila i razlikama u radnim vrednostima kod preduzetnika i drugih zaposlenih, te je utvrdila da preduzetnici više vrednuju inicijativu i želju da nešto postignu, dok nepreduzetnici više vrednuju sigurnost posla, dobre radne sate, dugi odmor, zanimljivost posla i prijatnost ljudi.

Imajući u vidu motivacione i vrednosne specifičnosti preduzetnika i njihov medijatorski efekat na atribuciju uspeha kompanije smatramo da je neophodno uključivanje vrednosti i stavova u model tumačenja uspeha preduzetnika.

Problem i predmet istraživanja

Polazeći od teorije atribucije kao osnovni problem istraživanja definišemo osvetljavanje faktora koji se tiču uspešnosti preduzetnika. Naime, atribicioni pristup bi trebalo da doprinese boljem razumevanju zašto su neki preduzetnici manje a neki više uspešni u sredini koja nije naročito podsticajna za razvoj preduzetništva. Osnovna pretpostavka našeg pristupa glasi: način tumačenja postignuća preduzetnika ima svoje kognitivne i emocionalne posledice u vidu očekivanja o budućem angažovanju i emocija koje podstiču intenzitet i kvalitet motivacije za bavljanje preduzetništvom u budućnosti. U okviru istraživanja će biti analizirane osnovne postavke mehanizma Vajnerovog modela od kognicije do motivacije pojedinca. Osim toga, u ovom radu biće praćene i varijable koje sistematski oblikuju način tumačenja postignuća, te se javlja mogućnost proširenja osnovnog modela koji je ponudio Vajner u oblasti akademskog postignuća.

U fokusu našeg istraživanja su: postignuće preduzetnika, atribucije postignuća, preduzetnička samoefikasnost, motiv za osnivanje svog preduzeća, očekivanja postignuća u budućnosti, emocije o postignuću, lične vrednosti, percepcija poželjnosti preduzetništva

u društvu i skup sociodemografskih varijabli o preduzeću i preduzetniku. Planirano je praćenje direktne i indirektne povezanosti navedenih varijabli sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

Atribucionni modeli najčešće su korišćeni u ispitivanju školskog uspeha, te se postavlja pitanje da li su takvi modeli pogodni za primenu u sferi poslovanja, budući da se ona značajno razlikuje od školskog konteksta. Preispitivanje funkcionalnosti modela atribucije postignuća u okviru preduzetništva može doprineti dubljem razumevanju doživljaja uspeha u našoj privredi. Na taj način bismo doprineli mapiranju i izdvajanju specifičnih faktora uspeha u našem poslovnom ambijentu.

Ovakav pristup istraživanju problema preduzetništva pruža mogućnost uvida u specifičnost autopercepcije preduzetnika o sferi u kojoj su aktivni akteri, što nije bio čest slučaj u prethodnim istraživanjima. Na taj način se ne bismo bavili kognitivnim aspektima potencijalnih, već realnih preduzetnika, što nam omogućuje drugačiji put analize problema socijalne kognicije u okviru preduzetništva.

Odnos prema uspehu preduzetnika smatramo važnom temom, imajući u vidu nisku razvijenost preduzetništva u našoj sredini. Naime, ideja o promociji preduzetništva u našoj zemlji ne bi trebalo da služi za ohrabrivanje većeg broja ljudi na osnivanje preduzeća, već ohrabrivanje na samostalni proaktivni pristup problemu nezaposlenosti i nerazvijene ekonomije, što bi, uz predani rad i dobru preduzetničku ideju trebalo da rezultira uspehom preduzeća na duži rok. Pored odnosa prema uspehu, važno je i pitanje odnosa prema neuspehu, koji su neminovni u populaciji preduzetnika.

Hipoteze istraživanja

H1. Osnovna pretpostavka ovog istraživanja glasi: Preduzetnici koji uzroke svog uspeha tumače kao stabilne, kontrolabilne i unutrašnje imaće pozitivnije emocije i očekivanja o postignuću u budućnosti i time indirektno doprineti jačanju motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Ovakva pretpostavka u skladu je sa atribucionom teorijom koja preko motivacije uspostavlja vezu između atribucije i ponašanja pojedinca koje je vodi ka uspehu.

Specifične hipoteze ovog rada glase:

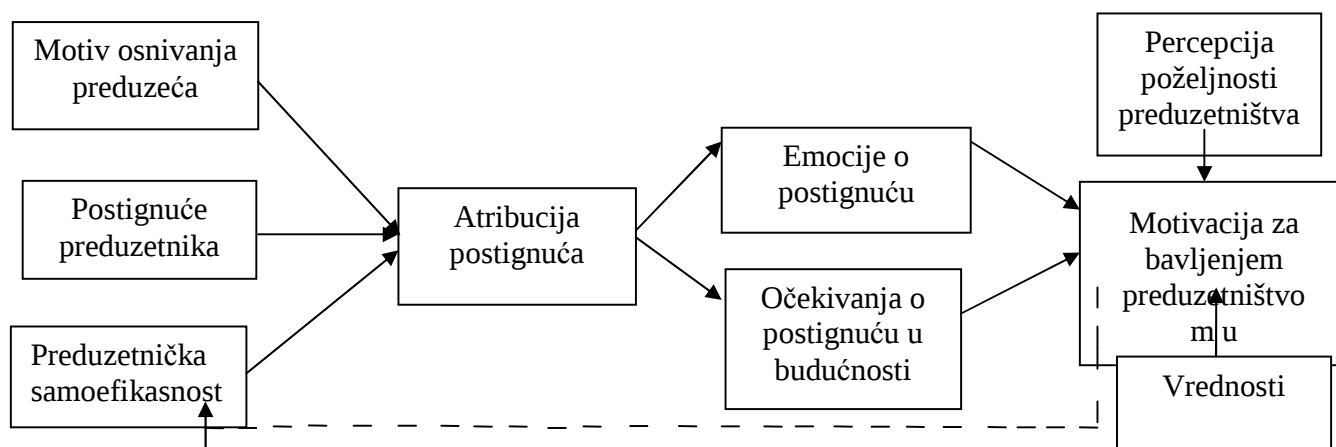
H2. Atribucije uspeha preduzetnika će se po svom sadržaju razlikovati od atribucija neuspeha.

H3. Ispitanici sa višim skorovima na meri preduzetničke samoefikasnosti će se razlikovati u načinu tumačenja uspeha i neuspeha u odnosu na ispitanike sa nižom samoefikasnošću.

H4. Ispitanici koji su svoje preduzeće osnovali iz nužde će različito tumačiti uspeh i neuspeh od onih koji su svoje preduzeće osnovali kako bi iskoristili priliku.

H5. Postoji linearna kombinacija varijabli (procena postignuća, preduzetnička samoefikasnost, motiv osnivanja preduzeća, atribucija postignuća, očekivanja o postignuću u budućnosti, emocije o postignuću, vrednosti, poželjnost preduzetništva) koja može u višestrukom regresionom modelu objasniti značajan deo ukupne varijanse motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti i prevazići prediktivnu moć pojedinačnih prediktora. Očekivani model je prikazan na grafikonu 1.

H6. Postojeće razlike u proceni uspeha i neuspeha preduzetnika u zavisnosti od delatnosti kojom se preduzeće bavi, iskustvom u konkretnoj oblasti rada i starosti preduzetnika. Ove pretpostavke zasnivamo postavkama teorije humanog kapitala i teorije organizacijskog neuspeha (Becker, 1975; Carroll, 1987, Bruderl, Preisendorfer, Ziegler, 1992).



Grafikon 1. Model tumačenja postignuća preduzetnika, modifikacija

Vajnerovog atribucionog modela motivacije i emocija(Weiner, 1986)

Metod

Uzorak ispitanika

Uzorak istraživanja je prigodan i nameran, veličine do 200 ispitanika koji se bave preduzetništvom najkraće dve godine. U okviru ovog uzorka ispitanika planirano je ispitivanje preduzetnika koji se bave proizvodnjom i pružanjem usluga na području Vojvodine i Beograda.

Varijable i instrumenti

1) Motiv osnivanja preduzeća – razlog osnivanja preduzeća biće meren putem dva ajtema (*U kojoj meri ste osnovali firmu iz nužnosti (nemogućnost zaposlenja)/ U kojoj meri ste osnovali firmu jer ste videli dobru priliku?*), u formi petostepene Likertove skale.

2) Postignuće preduzetnika – biće merena instrumentom konstruisanim za potrebe ovog istraživanja. U pitanju je instrument sa ukupno 7 ajtema u formi petostepene Likertove skale procene uspešnosti. Jedan ajtem meri opštu procenu uspešnosti koji glasi: *U kojoj meri sebe smatrate uspešnim preduzetnikom/com?* U meru procene postignuća uvršteni su i ajtemi procene uspešnosti na pojedinim segmentima rada preduzetnika kao što su: *ostvareni profit, ostvareni početni ciljevi, redovno isplaćivanje obaveza prema zaposlenima i kooperantima, rast i razvoj preduzeća, pozicija na tržištu i kvalitet proizvoda/usluga*. Pored toga, ispitanici će procenjivati svoju uspešnost u odnosu na početna očekivanja koja su imali od preduzetničkog angažovanja putem ajtema: *Kada razmišljate o uspehu svog preduzeća možete li reći da je ono što ste postigli: 1.ispod Vaših očekivanja; 2. Otprilike onako kako ste očekivali; 3. iznad Vaših očekivanja*).

3) Emocije o postignuću – biće merene putem novokonstruisanog instrumenta u formi petostepene skale Likertovog tipa u okviru kog su pobrojana osećanja kao što su: ponos, stid, zadovoljstvo, nezadovoljstvo, optimizam, pesimizam, ljutnja, zahvalnost, krivica, razočarenje, osećanje neizvesnosti. Zadatak ispitanika je da proceni u kojoj meri mu se javlja svako od pobrojanih osećanja pri razmišljanju o postignutim uspesima i neuspesima u vođenju svoje firme.

4) Očekivanja o postignuću u budućnosti – biće merena putem ajtema: *Kakvo postignuće kompanije očekujete u budućnosti?* Ponudeni odgovori su: *1. Ne mogu da predvidim situaciju; 2. Očekujem da će stanje biti gore; 3. Očekujem da će stanje biti isto; 4. Očekujem da će stanje biti bolje.*

5) Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti - predstavlja anticipaciju spremnosti za nastavak preduzetničkih aktivnosti u budućem period. Ova varijabla biće merena putem nekoliko pitanja: opštim ajtemom o zadovoljstvu donešene odluke o bavljenju preduzetništvom na skali od 1 do 5 (sa značenjem: 1 - nimalo nisam

zadovoljan, 5 - u potpunosti sam zadovoljan); opštim pitanjem o motivisanosti za bavljenje preduzetništvom u budućnosti (sa značenjem: 1 - dođe mi da odustanem, 5 - veoma sam motivisan). Kao dodatna mera motivacije za bavljenje preduzetništvom biće korišćeno i pitanje o tome da li bi radije izabrali da se i dalje bave preduzetništvom ili bi radije radili za nekog drugog (*Imajući u vidu svoje lično iskustvo, ukoliko biste mogli da birate, koji način rada biste najradije izabrali?* Ponuđeni odgovori su: 1. *Najradije bih bio zaposleni/izvršilac*, 2. *Radije bih bio zaposleni/izvršilac*, 3. *Neodlučan sam*, 4. *Radije bih bio preduzetnik*; 5. *Najradije bih bio preduzetnik*).

6) Atribucija postignuća preduzetnika – atribuiranje uspeha ili neuspeha pojedinca u nekoj značajnoj aktivnosti u kojoj je učestvovao sa namerom može se pripisati trima dimenzijama: lokusu uzroka, kontrolabilnosti i stabilnosti uzroka (Wiener, 1980). Način tumačenja postignuća preduzeća biće meren novokonstruisanom skalom atribucije. Ovaj instrument je konstruisan prema načelima Vajnerovog modela atribucije, uključuje unutrašnje i spoljašnje, stabilne i nestabilne faktore i faktore pod kontrolom i van kontrole. Skala AUP2016 sadrži 18 ajtema koji se odnose na tumačenje uzroka dosadašnjeg uspeha, sa jedne strane, i 18 ajtema koji služe tumačenju faktora koji su ograničavali veći uspeh preduzetnika.

7) Lične vrednosti – vrednosti predstavljaju verovanja koja se odnose na načine ponašanja koji prevazilaze specifične situacije, vode selekciju ponašanja ili događaja i zauzimaju hijerarhijsko mesto u sistemu vrednosti u zavisnosti od značaja koji im se pridaje (Schwartz, 1992). Za merenje ličnih vrednosti biće korišćena skala PVQ-RR F (Schwartz, 1992), koja sadrži 57 ajtema u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja. Finalna faktorska struktura instrumenta izdvaja 19 vrednosti: nezavisnost-misli; nezavisnost-akcija; stimulacija; hedonizam, postignuće, moć-dominacija; moć-resursi; ugled; sigurnost-lična; sigurnost-društvena; tradicija; konformizam-pravila; konformizam–interpersonalni odnosi; skromnost; čovekoljublje–zavisnost; čovekoljublje-briga; univerzalizam–briga; univerzalizam–priroda, univerzalizam–tolerancija (Schwartz et al., 2012). Nivo interne konzistentnosti instrumenta varira po subskalama i iznosi od .66 za dimenziju Postignuća do .83 za dimenziju Tradicija.

8) Preduzetnička samoefikasnost – biće merena modifikovanom verzijom Skale preduzetničke samoefikasnosti (Linan, Chen, 2006), koja sadrži 4 stavke u formi

Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja (1 - uopšte se ne slažem, 5 - u potpunosti se slažem). Primer ajtema ove skale glasi: *Osnivanje firme i njeno vođenje mi ne predstavlja veliki napor*. Kronbahov alfa koeficijent kompozitnog skora skale iznosi .79.

9) Percepcija poželjnosti preduzetništva u društvu biće merena Skalom poželjnosti preduzetništva u društvu (Linan, Chen, 2006), koja sadrži 8 ajtema u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja (1-uopšte se ne slažem, 5-u potpunosti se slažem). Primer ajtema ove skale glasi: *U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti*. Nivo pouzdanosti kompozitnog skora skale iznosi .78.

10) Sociodemografske varijable: pol, nivo obrazovanja, starost, nivo obrazovanja roditelja, vrsta preduzetništva (komercijalno/socijalno), prethodno radno iskustvo, prethodno iskustvo sa preduzetništvom, prethodno radno iskustvo u istoj oblasti rada, prisustvo preduzetništva u porodici, delatnost preduzeća (proizvodnja/usluge), godina osnivanja preduzeća, broj zaposlenih, članstvo u nekom udruženju preduzetnika.

Postupak istraživanja

Baterija sačinjena od napred navedenih instrumenata biće distribuirana ispitanicima uz logističku pomoć Zajednice preduzetnika pri Privrednoj komori Srbije, NVO Eneca iz Niša, Udruženja zanatlija Novog Sada i angažovanja na terenu na teritoriji Vojvodine i Beograda.

Analiza podataka

Podaci će biti analizirani upotrebom statističkog programa IBM SPSS Statistics 22. Za modeliranje strukturalnim jednačinama će biti korišćen dodatni softver AMOS (Analysis of Moment Structures). Posle kodiranja i unosa u matricu, podaci će biti analizirani primenom standardnih postupaka statističke deskripcije, statistike zaključivanja i multivarijatne analize individualnih razlika. U statističkom zaključivanju prihvatamo nivo značajnosti od $\alpha = 0.05$.

Latentna dimenzionalnost konstrukata biće ispitana primenom različitih eksplorativnih faktorskih analiza u zavisnosti od zahteva pojedinih skala. Pirsonovim koeficijentom linearne korelacije planirano je ispitivanje povezanosti između kompozitnih skorova skala i pojedinačnih dimenzija skala. Upotrebom višestruke regresione analize ispitaćemo obim multivarijatne predikcije i determinacije. Za proveru adekvatnosti i informativnosti modela, koristićemo kombinaciju standardnih kriterijuma

informativnosti, prediktivnosti i ekonomičnosti modela. Diskriminacionom analizom i univarijatnom analizom varijanse ćemo proveriti razlike između grupa ispitanika u odabranim karakteristikama.

Značaj istraživanja i očekivani naučni doprinos

Značaj ovog istraživanja vidimo pre svega u empirijskoj proveru Vajnerovog modela atribucije u poslovnoj sferi, koja u domaćoj literaturi nije bila naročito eksploatisana, budući da su se domaći autori bavili proverom teorija atribucije u okviru školske sredine, tj. u procesu opažanja osoba (Popadić, 1986; Havelka, 2001). Razmatranje principa atribucije u okviru preduzetništva smatramo važnim sa aspekta značaja doživljaja uspeha u našoj sredini i okolnosti u kojima preduzetnici posluju. Naime, pojedinac teži tumačenju svog postignuća u situacijama koje su za njega važne i/ili imaju negativan ishod za njega. Imajući u vidu da je proces vođenja firme veoma važan za osnivača i vlasnika zbog odgovornosti koju imaju za ličnu i egzistenciju zaposlenih smatramo da je proces atribucije neizostavan deo razmišljanja preduzetnika. Osim toga, poslovni ambijent u našoj zemlji značajno ne doprinosi povećanju stope uspešnosti preduzetnika, te je analiza uzroka neuspeha, nažalost, veoma čest slučaj kod pojedinaca koji se prihvate realizacije ideje o preduzetničkom pozivu.

Pored provere modela atribucije, planiran je razvoj novog modela doživljaja uspeha preduzetnika, čime se doprinosi razvoju kognitivne psihologije u okviru istraživanja preduzetništva. U tom smislu biće ispitani potencijalni prediktori atribucije postignuća koji su svojstveni preduzetničkoj subpopulaciji. Osim toga, smatramo da je ovaj rad značajan i sa aspekta uzorka ispitanika, budući da je planirano istraživanje na subpopulaciji preduzetnika. Za razliku od studenata ekonomije i srednjoškolaca, koji su najčešći ispitanici psiholoških istraživanja u oblasti preduzetništva, preduzetnici su direktniji izvor informacija. Ovom prilikom imamo u vidu subjektivnost njihove percepcije, ali skrećemo pažnju na proces samoopažanja i njegovog značaja u donošenju važnih odluka. Konstrukcija instrumenta za merenje atribucije postignuća preduzetnika kao i upitnika za merenje postignuća doprineće osvetljavanju specifičnosti doživljaja uspeha u našem poslovnom ambijentu. Ovako zamišljeno istraživanje doprinelo bi teorijskom utemeljenju kognitivne psihologije u oblasti preduzetništva, koja u našoj zemlji nije u velikoj meri istraživana oblast.

Praktični značaj našeg istraživanja vidimo u mogućnosti razmatranja izazova sa kojima se preduzetnici suočavaju na terenu, upoznavanja sa njihovim vrednostima i stavovima, i mapiranja inhibitornih i facilitatorskih faktora pri osnivanju i razvoju svoje kompanije. Imajući u vidu da je strateško opredeljenje Republike Srbije razvijanje preduzetničke orijentacije kod građana, smatramo da bi ovaj rad mogao biti od koristi za osmišljavanje segmenata strategija za približavanje vrednosti preduzetništva kroz obrazovanje, medijsko izveštavanje i programe osnaživanja potencijalnih preduzetnika.

Struktura rada

I Uvod

1. Preduzetništvo u Srbiji

II Teorijski deo

1. Atribucione teorije
 - a. Vajnerov model atribucije postignuća
 - b. Atribucijske pristrasnosti
2. Kognitivna psihologija preduzetništva – pravci istraživanja
3. Atribucija uspeha preduzetnika i njegove determinante
4. Medijatori doživljaja uspeha
 - a. Samoefikasnost
 - b. Motivacija za bavljenje preduzetništvom
 - c. Vrednosti i stavovi
5. Problem i predmet istraživanja
6. Hipoteze istraživanja

III Metodološki deo

1. Uzorak ispitanika
2. Varijable i instrumenti
3. Opis procedure sakupljanja podataka
4. Tehnike analize podataka

IV Prikaz rezultata istraživanja i interpretacija podataka

V Diskusija rezultata

VI Zaključak i preporuke

VII Literatura

VIII Prilozi

Literatura:

- Acs, Z. J., & Armington, C. (2004). Employment growth and entrepreneurial activity in cities. *Regional Studies*, 38(3), 911–927.
- Aldrich, H. E., & Wiedenmayer, G. (1993). From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings. *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 1(3), 145-196.
- Almeida, A.I.S. (2014). On the work values of entrepreneurs and non-entrepreneurs: a European longitudinal study. *Master thesis*. University of Porto: Faculdade de Engenharia
- Alstete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 584-594.
- Atkinson, J. W. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton, NJ: Van Nostrand
- Aziz, N., Friedman, B., Bopieva, A., I. Keles (2013). Entrepreneurial motives and perceived problems. An empirical study of entrepreneurs in Kyrgyzstan, *International Journal of Business*, 18 (2): 163-176.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *The Academy of Management Executive*, 14(1), 106-116.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *The Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, 89(4), 587.

- Becker, G. S. (1975). Front matter, human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. In *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education, Second Edition*, 1-22.
- Bojanović, R., Čizmić, S. i I. Petrović (1995). Entrepreneurial orientation and personality traits. *Psihologija*, Special Issue, 49-64.
- Boyd, N., G. Vozikis (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63–77.
- Bruderl, J., Preisendorfer, P., & Ziegler, R. (1992). Survival chances of newly founded business organizations. *American Sociological Review*, 57(2), 227-242
- Brush, C. G., & Chaganti, R. (1999). Businesses without glamour? An analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms. *Journal of business venturing*, 14(3), 233-257.
- Buss, A. R. (1978). Causes and reasons in attribution theory: A conceptual critique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1311–1321.
- Busenitz, L. and Lau, C. (1996) “A Cross-cultural cognitive model of new ventures creation”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4): 25-39
- Busenitz, L. W. (1999). Entrepreneurial risk and strategic decision making: it's a matter of perspective. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 35(3), 325-340.
- Busenitz, L. W., Gomez, C., & Spencer, J. W. (2000). Country institutional profiles: unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 994-1003.
- Cardon, M. S., Stevens, C. E., & Potter, D. R. (2011). Misfortunes or mistakes? Cultural sensemaking of entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 79-92.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354-359.
- Carroll, G. (1987). *Publish and perish: The organizational ecology of newspaper industries*. Jai Press.

- CEVES (2014). *Preduzetništvo u Srbiji: nužda ili prilika*. Projekat nemačkog Maršalovog fonda, Balkanski fond za demokratiju. Beograd: Centar za visoke ekonomske studije, 2014.
- Chell, E. (1985). The entrepreneurial personality: a few ghosts laid to rest? *International small business journal*, 3(3), 43-54.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 3.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic psychology*, 18(2), 179-199.
- De Noble, A.F., Jung, D., & Ehrlich, S.B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*, 73-87.
- Ferguson, D. and Condoor, S. (2013). Taxonomy of entrepreneurial activity, *120th ASEE Annual Conference & Exposition, June 23-26, 2013, Atlanta, GA*
- Flash Eurobarometer, 354, (2012), *Enterpreneurship in the EU and beyond*. Conducted by TNS Opinion & Social at the request of the European Commission, Directorate-General Enterprise and Industry. Pretraženo na sajtu: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf, 06.06.2016.
- Frieze, I., & Weiner, B. (1971). Cue utilization and attributional judgments for success and failure. *Journal of Personality*, 39, 591-606
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gatewood, E., K. Shaver and W. Gartner (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing startup behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5), 371–391.
- Hannan, M. T., & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American journal of sociology*, 929-964.

- Havelka, N. (2001). *Socijalna percepcija*, drugo izdanje. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Hechavarria, D. M., & Reynolds, P. D. (2009). Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), 417-437.
- Heckhausen, H. (1977). Achievement motivation and its constructs: A cognitive model. *Motivation and Emotion*, 1(4), 283–329.
- Heider, F. (1944). Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*, 51, 358–374.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Heilman, M. E., Block, C. J., & Lucas, J. A. (1992). Presumed incompetent? Stigmatization and affirmative action efforts. *Journal of Applied Psychology*, 77(4), 536.
- Herbig, P. A., & Miller, J. C. (1992). Culture and technology: does the traffic move in both directions? *Journal of Global Marketing*, 6(3), 75.
- Hisrich, R., Fulop, G. (1994). The role of women entrepreneurs in Hungary's transition economy, *International Studies of Management and Organization*, 24(4): 100-117
- Hobohm, S. (2001). Small and medium-sized enterprises in economic development: The UNIDO experience. *Journal of Economic Cooperation*, 22(1), 1-42.
- Honig, B. (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13, 371–394.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+Training*, 53(5), 353-370.
- International Monetary Fund, *Regional Economic Issues, Central, Eastern and Southeastern Europe: How to get back on the fast track*. (May, 2016). Pretraženo na sajtu: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/reo/2016/eur/eng/erei0516.htm,06.06.2016>.
- Izveštaj o malim i srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu, Ministarstvo privrede Republike Srbije. Pretraženo na sajtu:

<http://www.privreda.gov.rs/izvestaj-o-malim-i-srednjim-preduzecima-i-preduzetnistvu-za-2013-godinu/>, 05.07.2016.

- Jakopec, A., Miljković-Krečar, I. i Z. Sušanj (2013). Predictors of entrepreneurial intentions of students of economics. *Studia psychologica*, 55(4), 289-297.
- Johnson, T.J., Feigenbaum, R., & Weiby, M. (1964). Some determinants and consequences of teacher's perception of causation. *Journal of Educational Psychology*, 55, 237-246.
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+ training*, 46(8/9), 416-423.
- Jones, E. E. & Nisbett, R. E. (1972). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior*, 79-94.
- Kickul, J., & Gundry, L. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85-97.
- Krueger, N.F. (2003). Cognitive psychology of entrepreneurship, In Z.J. Acs and D.B. Audretsch (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, 105–140. Kluwer Law International.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Guzmán, J. (2011). Temporal stability of entrepreneurial intentions: a longitudinal study. *Entrepreneurship Research in Europe: Evolving Concepts and Processes*, 34.
- Magnusson, D. & Endler, N.S. (1977). Interactional psychology: Present status and future development. In D. Magnusson & N. S. Endler (Eds.). *Personality at the cross roads: Current issues and interactional psychology*, pp. 3–36.

Markman, G. D., Balkin, D. B., & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture

formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking.

Entrepreneurship Theory and Practice, 27(2), 149-165.

Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person–entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human resource management review*, 13(2), 281-301.

McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand Co.

McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial

self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship theory and Practice*, 33(4),

965-988.

McGrath, R., Macmillan, I. and Scheinberg, S. (1992) “Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory study of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs”, *Journal of Business Venturing*, 7: 115-135

Miller, J.G. (1984) Culture and the development of everyday social explanation, *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961–78.

Miner, J. B., Smith, N. R., & Bracker, J. S. (1989). Role of entrepreneurial task

motivation in the growth of technologically innovative firms. *Journal of Applied Psychology*, 74(4), 554-560.

Morris, M., Schindebutte, M. (2005). Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: An examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, 43(4): 453-479

- Noseleit, F. (2008). The entrepreneurial culture: guiding principles of the self-employed. *Jena Economic Research Papers in Economics*, 034. Friedrich-Schiller-University Jena, Max-Planck-Institute of Economics, Thueringer Universitaets- und Landesbibliothek.
- Njegomir, V. (2015). *Preduzetništvo*. 1. izdanje . Novi Sad: V. Njegomir (Kać: Copy Time)
- Palich, L. E., & Bagby, D. R. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. *Journal of business venturing*, 10(6), 425-438.
- Penezić, N. (2009). *Preduzetništvo: savremeni pristup*. Sremska Kamenica: Fakultet poslovne ekonomije.
- Petrović, N., Šćepanović, J. (2015). Lični činioci u sklonosti preduzetništvu. V međunarodni naučni skup "Vrednosti i identitet", Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, Novi Sad, *Zbornik radova*, 664-672.
- Popadić, D. (1986). Lokus kontrole i atribucija kao pristupi tumačenju uzroka postignuća. *Magistarski rad*. Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.
- Popadić, D. (2015). *Socijalna kognicija*. Interna skripta, dostupna na Moodle programu Filozofskog fakulteta u Beogradu, pristupljeno 19.05.2016.
- Radović, O. (2010). Socio-psihološki činioci vrednosnih orijentacija mladih srpske nacionalnosti na Kosovu i Metohiji: Evaluacija teorije vrednosti Saloma Švarca. *Magistarski rad*. Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.
- Radović, O., Stanojević, D. (2013). Vrednosne orijentacije studenata Univerziteta u Kragujevcu i Kosovskoj Mitrovici. Međunarodni naučni skup "Pojedinaac, porodica, društvo u tranziciji", Filozofski fakultet, Univerzitet u Prištini, Kosovska Mitrovica. *Zbornik radova*, 70-88.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. *International review of industrial and organizational psychology*, 15, 101-142.
- Ray, D. and Turpin, D. (1990). Factors influencing entrepreneurial events in Japanese high technology venture business. *Journal of Business Venturing*, 5 (2): 91-103

- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W., & Hay, H. (2002). *Global entrepreneurship monitor*, 2002 executive report. Babson College, London Business School and Kauffman Foundation.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values* (Vol. 438). New York: Free press.
- Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 10, 173–220.
- Scherer, R., J. Adams, S. Carley, F. Wiebe (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53–72.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25(1), 1-65.
- Schwartz, S. H. (2006). Basic Human Values: An Overview. *Basic Human Values: Theory, Methods and Application*.
- Schwartz, S. H., & Bardi, A. (1997). Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political psychology*, 18(2), 385-410.
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., & Dirilen-Gumus, O. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of personality and social psychology*, 103(4), 663-668.
- Shane, S. (1994). Are champions different from non-champions? *Journal of Business Venturing*, 9(5): 397-421
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource*
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90. *management review*, 13(2), 257-279.

- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 23-45.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A proclivity for entrepreneurship-determinants of company success. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 189-214.
- Steinsmeier-Pelster, J., Heckhausen, H. (2008). Causal attribution and of behavior and achievement. In Heckhausen J., Heckhausen, H. (Eds). *Motivation and action*, 349-383. Cambridge University Press.
- Stoltz, P. G. (2000). *Adversity quotient at work*. New York, NY: Harper Collins Publishers
- Storms, M. D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 165—175
- Tang, J., Tang, Z., & Lohrke, F. T. (2008). Developing an entrepreneurial typology: the roles of entrepreneurial alertness and attributional style. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 273-294.
- Van de Ven, A. H., Hudson, R., & Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of management*, 10(1), 87-108.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, vol. 3, 119-138.
- Weiner, B. (1980). A cognitive (attribution)-emotion-action model of motivated behavior: An analysis of judgments of help-giving. *Journal of Personality and Social psychology*, 39 (2), 186.
- Weiner, B. (1985). "Spontaneous" causal thinking. *Psychological Bulletin*, 97, 74-84.
- Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. Springer US

Weiner, B., Frieze, I. H., Kukla, A., Reed, L., Rest, S., & Rosenbaum, R. M. (1971).

Perceiving

the causes of success and failure. New York: General Learning

Weiner, B., Graham, S., & Chandler, C. (1982). Pity, Anger, and Guilt: An Attributional Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(2), 226-232.

Weiner, B., & Kukla, A. (1970). An attributional analysis of achievement motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 1-20.

Wennekers, S., Uhlaner, L., Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: A macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1): 25-68

Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24, 293–309.

Zhao, H., Seibert, S. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2): 259-271

NASTAVNO-NAUČNOM VEĆU FILOZOFSKOG FAKULTETA
UNIVERZITETA U BEOGRADU

**Referat o kvalifikovanosti kandidata
i podobnosti predložene teme za doktorsku disertaciju**

Tema: Tumačenje postignuća preduzetnika: atribicioni pristup

Mentor: Prof. dr Dragan Popadić

Doktorand: Marija Manasijević

1. Osnovni podaci o kandidatu

Marija Manasijević je rođena 1987. godine u Vranju. Godine 2006. upisala je studije poslovne psihologije na Fakultetu za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić u Novom Sadu, a 2009. godine završila osnovne studije sa prosečnom ocenom 9,9. Za vreme studiranja bila je stipendista fonda „Dr Lazar Vrkatić“ zbog izuzetnih rezultata.

Uspešno je odbranila završni rad na temu *Povezanost vremenske orijentacije i motiva postignuća kod studenata*, 2009. godine. Nakon toga je upisala master studije poslovne psihologije na Fakultetu za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, koje je završila sa prosečnom ocenom 9,9. Master rad na temu *Motivacione dispozicije rukovodilaca i izvršilaca* odbranila je 2011. godine. Iste godine upisuje doktorske studije psihologije na Odeljenju za psihologiju na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Beogradu, gde uspešno polaže sve ispite sa prosečnom ocenom 9,3.

Od 2010. godine Marija Manasijević je zaposlena kao saradnik u nastavi, a od 2011. kao asistent na Katedri za poslovnu psihologiju Fakulteta za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić iz Novog Sada na predmetima Osnovi socijalne psihologije, Psihologija grupe, Organizaciono ponašanje, Socijalna psihologija i Liderstvo.

U periodu od 2012. do 2016. godine obavljala je funkciju pomoćnika šefa Katedre za poslovnu psihologiju na Fakultetu za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić u Novom Sadu.

U okviru stručnog usavršavanja, kandidatkinja je 2011. godine pohađala jednosemestralni kurs “Škola za interkulturalno obrazovanje, ljudska prava i nenasilno rešavanje konflikata” u organizaciji Helsinškog odbora za ljudska prava u Srbiji i Filozofskog fakulteta u Novom Sadu. Tokom 2013. godine pohađala je Internacionalnu letnju školu u Gracu pod nazivom “Collective identities: Nationalism, transnationalism, Europe and beyond”, a sledeće, 2014. godine, završila je jednosemestralni dodiplomski kurs

“Univerzitet socijaldemokratije”, u organizaciji Fondacije Fridrih Ebert u Srbiji. Završila je obuku “Mogućnosti finansiranja putem EU fondova”, u organizaciji Fonda „Evropski poslovi“ AP Vojvodine, novembra 2015. godine.

Marija Manasijević je učestvovala u nekoliko naučnih projekata:

2013-14: „Vrednosne orijentacije mladih u Vojvodini – stanje i perspektive“, projekat finansiran od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj Autonomne pokrajine Vojvodine.

2014-15: „Razvoj funkcionalne pismenosti mladih“, finansiran od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj Autonomne pokrajine Vojvodine.

2016-17. Projekat “Edu in focus”, sekundarna analiza podataka studije TIMSS 2015, pod pokroviteljstvom Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije i Kancelarije UNICEF-a u Srbiji.

Marija Manasijević se aktivno bavi problemima iz domena socijalne i poslovne psihologije. Do sada je izlagala 23 rada, samostalna ili u koautorstvu, na nacionalnim i međunarodnim naučnim skupovima u zemlji i inostranstvu. Koautor je jedne knjige i tri poglavlja u knjigama

Ukratko ćemo prikazati radove koje je kandidatkinja, u koautorstvu, objavila kao knjige ili poglavlja u knjigama.

1. Vasić, A., Franceško, M., Manasijević, M. i D. Šakan (2015). *Međuetnički odnosi mladih u Vojvodini*. Novi Sad: Pokrajinski sekretarijat za obrazovanje, propise, upravu i nacionalne manjine - nacionalne zajednice.

U ovoj studiji o kvalitetu međuetničkih odnosa srednjoškolaca u Vojvodini, na uzorku od preko osam hiljada ispitanika različitih nacionalnosti praćeni su pokazatelji stavova prema svojoj i tuđim etničkim zajednicama, učestalosti susreta i kvaliteta odnosa sa pripadnicima drugih etničkih zajednica, te značaja pojedinih agenasa socijalizacije za formiranje njihovih međuetničkih stavova. Zaključeno je da mladi pokazuju svest o međuetničkim razlikama, ali da one ne predstavljaju osnovne kriterijume za poimanje sebe i svoje neposredne okoline.

2. Manasijević, M., Franceško, M. (2015). Prediktori etničke distance kod mladih u Vojvodini. *V međunarodni naučni skup „Vrednosti i identitet“, FPPS, Novi Sad. Zbornik radova*, str. 239-252.

Na uzorku od preko šest hiljada srednjoškolaca srpske nacionalnosti ispitivani su prediktori etničke distance mladih srpske nacionalnosti prema pripadnicima mađarske nacionalne zajednice. Putem hijerarhijske regresione analize kao najznačajniji prediktori etničke distance izdvojeni su: ukupno životno iskustvo sa pripadnicima drugih etničkih zajednica, odsustvo druženja sa pripadnicima drugih etničkih zajednica van škole, stavovi prema svojoj kulturi i veri, te nivo etnocentrizma mladih.

3. Bojanić, Ž., Dostanić, J. i Manasijević, M. (2015). Načini komuniciranja adolescenata. U: N. Savković (ur.) *Prozna i dokumentacijska pismenost učenika*

III razreda novosadskih srednjih škola: Mapiranje problema, str. 113-127. str.
Novi Sad: FPPS.

U ovom istraživanju ispitivana je agresivnost u komunikaciji mladih, kao i faktori koji doprinose njenom ispoljavanju. Na uzorku od preko sedamsto učenika srednjih škola utvrđena su dva relativno nezavisna pristupa u komunikaciji. Prvi pristup ogleda se u sklonosti pojedinca da povredi sagovornika u komunikaciji, a drugi je karakterističan po izbegavanju konflikata. Rezultati klaster analize pokazali su da najveći broj adolescenata pripada grupi *izazvanih napadača*, koji izbegavaju konflikte, ali kada do konflikta dođe često reaguju agresivno. Utvrđeno je da su srednjoškolci skloniji agresivnosti u komunikaciji od srednjoškolki, kao i da su učenici čije su majke završile samo srednju školu agresivniji u komunikaciji u poređenju sa ostalim učenicima. Vrsta škole i školski uspeh nisu bili značajni kriterijumi za razlikovanje srednjoškolaca u pogledu tipičnog načina komuniciranja.

4. Franceško, M., Manasijević, M. i B. Kosanović (2014). Radne vrednosti mladih kao lični potencijal razvoja organizacione kulture, U: M. Franceško (ur.) *Vrednosne orijentacije mladih u Vojvodini: stanje i perspektive*, str. 120-151. Novi Sad: FPPS.

Osnovni predmet istraživanja je konceptualna razrada radnih vrednosti mladih kroz analizu novokonstruisanih instrumenata za merenje odnosa prema radu kod mladih i njihovih organizacijskih vrednosti. Zaključeno je da je sfera rada kod mladih vrednosno zasićena, kako kroz njihov lični odnos prema radu, tako i kroz organizacione vrednosti koje su u začetku, te predstavljaju osnovu za razvoj njihove buduće profesionalne uloge i lični doprinos izgradnji organizacione kulture.

2. Predmet i cilj rada

Polazeći od činjenice da je razvoj preduzetničke orijentacije strateško opredeljenje Republike Srbije, kandidatkinjin cilj je da njen rad bude empirijska potpora oblasti preduzetništva iz psihološke perspektive. Naime, uz ekonomske, pravne i istorijske okolnosti značajnu ulogu u razvoju preduzetništva igraju i psihološki faktori, jer razvoj preduzetništva u društvu zavisi i od toga u kojoj meri su preduzetnici proaktivni pojedinci koji prepoznaju priliku za uspeh i svoju ideju sprovode u delo sa posvećenošću i spremnošću na prihvatanje neizvesnosti tržišta.

Kako autorka ističe, u dosadašnjim psihološkim istraživanjima preduzetništva dominirala ateorijska, deskriptivna istraživanja koja su služila u praktične svrhe. Tek od skora počinje da se razvija pristup preduzetništvu iz ugla kognitivne psihologije, u okviru kojeg se ispituje i analizira struktura uverenja i opažanja relevantnih za preduzetništvo i utvrđuje njihova povezanost sa namerama i motivacijom.

U ovom radu kandidatkinja nastoji da se na proučavanje preduzetništva iz ugla kognitivne psihologije primeni atribucionni model postignuća. Ovaj atribucionni pristup

pokazao se kao veoma plodotvoran u oblasti akademskog i sportskog postignuća. Pokazalo se da atribucije postignuća (tumačenja uzroka uspeha i neuspeha) ili, specifičnije, dimenzije pripisanih atribucija, imaju značajne posledice na dalja očekivanja, emotivne reakcije, motivaciju pa samim tim i na dalje ponašanje i buduće postignuće.

Kandidatkinja namerava da Vejnerov trodimenzionalni atribucionni model (Weiner, 1980) primeni na specifičnu oblast preduzetničkog postignuća i da utvrdi da li iste povezanosti između dimenzija atribucija i motivacije, emocija, očekivanja i ponašanja koje su konstatovane u oblasti akademskog postignuća postoje i u oblasti preduzetništva.

Odgovor na ovo pitanje predstavlja značajan test za samu atribucionu teoriju, a takođe pruža važne teorijske i praktične smernice u oblasti razvijanja preduzetničke motivacije. Sem toga, kandidatkinja nastoji da se bavi i problemom koji je relativno retko ispitivan i u atribucionim teorijama postignuća, a to je pitanje determinanti uzročnih atribucija. Drugim rečima, kandidatkinja je postavila zadatak da ispita ne samo ne samo koje posledice atribucije preduzetničkog postignuća imaju, već i koji faktori doprinose javljanju određenih atribucija.

Postoje brojni faktori koji u svojstvu medijatorskih ili moderatorskih varijabli mogu uticati na vezu između determinanti atribucija, samih atribucija i njihovih posledica. Neke od tih determinanti su, sem socio-demografskih varijabli, početna motivacija za bavljenje preduzetništvom, opažena samoefikasnost, struktura ličnih vrednosti, percepcija društvene poželjnosti bavljenja preduzetništvom. Kandidatkinja će u svojim istraživanjem obuhvatiti i nevedene varijable. U ispitivanju njihovog međusobnog uticaja ona kreće od jednog hipotetičkog modela koji će, paralelno sa drugim alternativnim modelima, testirati putem složenih statističkih procedura.

3. Opis sadržaja (strukture po poglavljima) disertacije

Rad će se sastojati od šest većih celina: uvoda, teorijskog dela, metodološkog dela, prikaza i interpretacije rezultata, diskusije, i zaključaka i preporuka.

U *uvodnom delu* biće reči o kontekstu u kojem se istraživanje preduzetništva obavlja, jer je za razumevanje atribucija preduzetničkog postignuća kao i mogućih determinanti i posledica ovih atribucija neophodno znati konkretan društveni kontekst u kojem preduzetnici rade i u kojem se istraživanje odvija.

U *teorijskom delu* će najpre biti izložene atribucione teorije i modeli, koje će služiti kao teorijski okvir za istraživanje preduzetništva. Biće prikazano kako su atribucione teorije primenjene na ispitivanje drugih oblasti postignuća kao i skorašnja istraživanja kognitivne psihologije preduzetništva. Takođe će biti prikazani teorijska osnova i način ispitivanja drugih koncepata koji će se u radu dovesti u vezu sa atribucijama i preduzetničkim postignućem (samoefikasnost, vrednosti i stavovi, motivacija).

Iz opšteg teorijskog okvira biće izvedeni problem i predmet istraživanja i postavljene hipoteze koje će se proveravati.

U *metodološkom delu* će biti detaljno prikazane varijable i instrumenti korišćeni za njihovo merenje, uzorak, kao i postupak istraživanja i tehnika za analizu podataka.

U sledećem poglavlju biće detaljno prikazani i interpretirani *rezultati istraživanja*, onim redosledom kojim su izloženi postavljene hipoteze.

Prikazani rezultati prodiskutovaće se u odnosu na postojeća relevantna istraživanja.

U *zaključnom delu* rada će se sumirati zaključci izvedeni iz istraživanja i dati preporuke koje se tiču kako daljih istraživanja u ovoj oblasti tako i praktičnih intervencija u oblasti preduzetništva.

Na kraju rada biće dat spisak korišćene literature a u prilogima korišćeni instrumenti i tabele sa rezultatima koje nisu date u samom tekstu.

4. Osnovne hipoteze od kojih će se polaziti u istraživanju

Kandidatkinja je postavila sledeće hipoteze:

H1. Osnovna hipoteza planiranog istraživanja je da će preduzetnici koji uzroke svog postignuća tumače kao stabilne, kontrolabilne i unutrašnje biti zadovoljniji odlukom o bavljenju preduzetništvom i time indirektno doprineti većem subjektivnom doživljaju uspeha. Ovakva pretpostavka u skladu je sa atribucionom teorijom koja preko motivacije uspostavlja vezu između atribucije i ponašanja pojedinca koje je vodi ka uspehu.

Uz opštu hipotezu o motivacionom efektu atribucija postignuća, postavljene su i specifične hipoteze koje se tiču faktora koji utiču na atribucije postignuća. Ove hipoteze glase:

H2. Atribucije uspeha preduzetnika će se po svom sadržaju razlikovati od atribucija neuspeha. Kandidatkinja očekuje da će se i u oblasti preduzetništva javiti atribucione pristrasnosti koje su konstatovane u drugim oblastima postignuća, a to je da se uspesi češće tumače unutrašnjim a neuspesi spoljašnjim faktorima.

H3. Ispitanici sa višim skorovima na meri preduzetničke samoefikasnosti će se razlikovati u atribucionom stilu pri tumačenju uspeha i neuspeha u odnosu na ispitanike sa nižom samoefikasnošću.

H4. Ispitanici koji su svoje preduzeće osnovali iz nužde će različito tumačiti uspeh i neuspeh od onih koji su svoje preduzeće osnovali kako bi iskoristili priliku.

H5. Postoji linearna kombinacija varijabli (vrednosti, preduzetnička samoefikasnost, motiv osnivanja preduzeća, zadovoljstvo bavljenjem preduzetništvom, poželjnost preduzetništva) koja može u višestrukom regresionom modelu objasniti značajan deo ukupne varijanse subjektivne procene uspeha preduzetnika i prevazići prediktivnu moć pojedinačnih prediktora.

5. Metode koje će se u istraživanju primeniti

Istraživanje će biti neeksperimentalnog tipa, podaci će biti prikupljeni putem upitnika. Uzorak će obuhvati 200 preduzetnika koji se bave proizvodnjom i pružanjem usluga najmanje dve godine, na području Vojvodine i Beograda.

Varijable i instrumenti

Za merenje varijabli koristiće se baterija instrumenata od kojih su neki preuzeti a neki za svrhe ovog istraživanja konstruisani i prethodno provereni.

1) *Motiv osnivanja preduzeća* – razlog osnivanja preduzeća biće meren putem dva ajtema (*U kojoj meri ste osnovali firmu iz nužnosti (nezaposlenost, nedostatak materijalnih sredstava itd.)/ U kojoj meri ste osnovali firmu jer ste videli dobru priliku?*), u formi petostepene Likertove skale.

2) *Postignuće preduzetnika* biće mereno instrumentom konstruisanim za potrebe ovog istraživanja. Instrument ima 7 ajtema u formi petostepene Likertove skale procene uspešnosti. Sem opšte procene uspešnosti, u meru procene postignuća uvršteni su i ajtemi procene uspešnosti na pojedinim segmentima rada preduzetnika (ostvareni profit, ostvareni početni ciljevi, redovno isplaćivanje obaveza prema zaposlenima i kooperantima, rast i razvoj preduzeća, pozicija na tržištu i kvalitet proizvoda/usluga), kao i procena svoje uspešnosti u odnosu na početna očekivanja koja su imali od preduzetničkog angažovanja.

3) *Emocije vezane za postignuće* biće merene putem novokonstruisanog instrumenta u formi petostepene skale procene Likertovog tipa u okviru kog su pobrojana osećanja kao što su: ponos, stid, zadovoljstvo, nezadovoljstvo, optimizam, pesimizam, ljutnja, zahvalnost, krivica, razočarenje, osećanje neizvesnosti a zadatak ispitanika je da proceni u kojoj meri mu se javlja svako od pobrojanih osećanja pri razmišljanju o postignutim uspesima i neuspesima u vođenju svoje firme.

4) *Očekivanja postignuća* u budućnosti biće merena putem ajtema: *Kakvo postignuće kompanije očekujete u budućnosti?* Ponuđeni odgovori su: 1. *Ne mogu da predvidim situaciju;* 2. *Očekujem da će stanje biti gore;* 3. *Očekujem da će stanje biti isto;* 4. *Očekujem da će stanje biti bolje.*

5) *Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti* predstavlja anticipaciju spremnosti za nastavak preduzetničkih aktivnosti u budućem periodu i biće merena putem nekoliko pitanja: pitanjem o generalnom zadovoljstvu donešenom odlukom o bavljenju preduzetništvom, opštim pitanjem o motivisanosti za bavljenje preduzetništvom u budućnosti kao i pitanjem o tome da li bi radije izabrali da se i dalje bave preduzetništvom ili bi radije radili za nekog drugog.

6) *Atribucije postignuća* preduzetnika biće merene novokonstruisanom skalom atribucije konstruisanom prema načelima Vajnerovog modela atribucije, a koja uključuje unutrašnje

i spoljašnje, stabilne i nestabilne faktore i faktore pod kontrolom i van kontrole. Skala AUP2016 sadrži 18 ajtema koji se odnose na tumačenje uzroka dosadašnjeg uspeha, sa jedne strane, i 18 ajtema koji služe tumačenju faktora koji su ograničavali veći uspeh preduzetnika.

7) Za merenje *ličnih vrednosti* biće korišćena skala PVQ-RR F (Schwartz, 1992), koja sadrži 57 ajtema u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja. Finalna faktorska struktura instrumenta izdvaja 19 vrednosti: nezavisnost-misli; nezavisnost-akcija; stimulacija; hedonizam, postignuće, moć-dominacija; moć-resursi; ugled; sigurnost-lična; sigurnost-društvena; tradicija; konformizam-pravila; konformizam-interpersonalni odnosi; skromnost; čovekoljublje-zavisnost; čovekoljublje-briga; univerzalizam-briga; univerzalizam-priroda, univerzalizam-tolerancija (Schwartz et al., 2012).

8) *Preduzetnička samoeфикаsnost* biće merena modifikovanom verzijom Skale preduzetničke samoeфикаsnosti (Linan, Chen, 2006), koja sadrži 4 stavke u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja (1 - uopšte se ne slažem, 5 - u potpunosti se slažem).

9) *Percepcija poželjnosti preduzetništva u društvu* biće merena Skalom poželjnosti preduzetništva u društvu (Linan, Chen, 2006), koja sadrži 8 ajtema u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja (1-uopšte se ne slažem, 5-u potpunosti se slažem).

10) *Sociodemografske varijable*: pol, nivo obrazovanja, starost, nivo obrazovanja roditelja, vrsta preduzetništva (komercijalno/socijalno), prethodno radno iskustvo, prethodno iskustvo sa preduzetništvom, prethodno radno iskustvo u istoj oblasti rada, prisustvo preduzetništva u porodici, delatnost preduzeća (proizvodnja/usluge), godina osnivanja preduzeća, broj zaposlenih, članstvo u nekom udruženju preduzetnika.

Način obrade podataka

Obrada podataka biće urađena upotrebom statističkog programa IBM SPSS Statistics 22. Pojedinačne planirane analize obuhvataju deskriptivnu statistiku kao i korelacione analize i univarijantnu i multivarijantnu analizu. Za modeliranje strukturalnim jednačinama će biti korišćen dodatni softver AMOS (Analysis of Moment Structures). Latentna dimenzionalnost konstrukata biće ispitana primenom različitih eksplorativnih faktorskih analiza u zavisnosti od zahteva pojedinih skala. Upotrebom višestruke regresione analize ispitaće se obim multivarijatne predikcije i determinacije. Za proveru adekvatnosti i informativnosti modela, koristiće se kombinacija standardnih kriterijuma informativnosti, prediktivnosti i ekonomičnosti modela.

6. Očekivani rezultati i naučni doprinos

Obavljeno istraživanje može imati veliki teorijski i praktičan značaj. Teorijski značaj leži pre svega u nastojanju da se atribucioni model primeni na oblast postignuća koja je do sada vrlo retko analizirana iz te teorijske perspektive - na postignuće u oblasti preduzetništva. Može se s pravom očekivati da atribucioni model koji se najčešće

primenjivao na oblast akademskog i sportskog postignuća, gde se pokazao kao heuristički plodonosan, bude podjednako plodonosan i u ovoj oblasti. Posebno je značajno utvrditi u kojoj meri će biti potrebno korigovati model, što će predstavljati dragocenu empirijsku proveru samog modela u drugačijoj oblasti postignuća. Poseban doprinos leži i u nastojanju da se, sem utvrđivanja posledica atribucija, na šta je Vejnerv atribucionni model pre svega usmeren, utvrde i determinante atribucija.

Utvrdjivanje faktora koji utiču na postignuće preduzetnika i na njihovu motivaciju da nastave da se bave preduzetništvom, kao i utvrđivanje njihovih vrednosti i stavova, ima nesumnjiv praktičan značaj. Razvijanje preduzetničke orijentacije je strateško opredeljenje Republike Srbije a još uvek se nedovoljno zna na kojim znanjima zasnivati razvoj preduzetničke orijentacije kroz obrazovanje i medijsko izveštavanje i programe osnaživanja. Ovaj rad će doprineti sticanju tih znanja.

Značajan kvalitet rada je i to što će se model testirati na uzorku preduzetnika, uzorku koji je relativno redak u psihološkim istraživanjima jer nije lako dostupan. Sa metodološke strane, značaj rada je u konstruisanju novih instrumenata koji se mogu dalje primenjivati u ispitivanju preduzetništva i atribucija postignuća.

7. Zaključak

Na osnovu analize predloženog nacrtu doktorske teze i uvida u biografiju i bibliografiju kandidatkinje Marije Manasijević, komisija zaključuje da je predložena tema doktorske disertacije relevantna za oblast socijalne psihologije i da pruža značajan teorijski doprinos kako u bavljenju atribucionim modelom postignuća tako i u istraživanju preduzetništva. Smatramo da kandidatkinja ima sve neophodne kapacitete da na uspešan način realizuje predloženi nacrt.

Imajući sve ovo u vidu, komisija predlaže Nastavno-naučnom Veću da kandidatkinji Mariji Manasijević odobri rad na izradi doktorske disertacije pod nazivom „Tumačenje postignuća preduzetnika: atribucionni pristup“.

Beograd, 01. 12. 2016. godine

Komisija:

dr Dragan Popadić, redovni profesor
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

dr Mirosava Đurišić-Bojanović, vanredni
profesor
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

dr Ivana Petrović, vanredni profesor
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

dr Mirjana Franceško, redovni profesor,
Fakultet za pravne i poslovne studije dr
Lazar Vrkatić, Novi Sad