

Konkurentnost putem preduzetništva: međunarodna analiza

UDK 005.332.4:005.96

Isabel Martins

Univerzitet Jean Piaget, Zelenortska ostrva

Ana Martins

Poslovna škola Univerziteta Glamorgan, Velika Britanija

Orlando Petiz

Evropski Centar za industrijska i međunarodna istraživanja (NEEII)

Univerzitet Minho, Portugal

Tokom poslednje decenije vodila se živa rasprava u vezi sa ekonomskim razvojem. Ipak, među mnogim autorima i u mnogim studijama nije postignut kompromis. Šta više, dok neki u težište stavljaju ekonomski rast zasnovan na tradicionalnim resursima, drugi radije naglašavaju tehnološke promene, a treći, opet, posebnu pažnju poklanjaju fenomenu inovacija. Ovaj poslednji u velikom stepenu nadmaša fenomen tehnoloških promena.

U svetu gore navedenog, u ovom radu analiziramo, ispitujemo i dovodimo u vezu faktore koji određuju značaj ljudskih resursa (HR) u ekonomskoj dinamičnosti. Ipak, da bi ovi HR postali strateški organizacioni kapital u efektivnom smislu, treba da se utvrdi da li nauk koji dobijamo od tržišta zaista utiče na preduzetničke sposobnosti u budućnosti.

Ova analiza se odnosi na činjenicu da smo u ovom trenutku svedoci uspona nove ekonomске realnosti, koja se već nazi va ekonomijom zasnovanom na znanju, i u kojoj osnovnu ulogu ima učenje. Ipak, pošto su reakcije ekonomskih činilaca na ovu novu realnost izgleda suprostavljene, pokušaćemo da analiziramo do kog stepena zaista postoji uticaj na percepcije studenata, a na osnovu odgovora studenata u Portugaliji koji studiraju na Odseku za upravljanje ljudskim resursima i Odseku za upravljanje. Naš cilj u ovom radu jeste da utvrdimo da li gore navedena zvana zaista podstiču dinamičnost u umovima onih koji će predstavljati vrednost na tržištu radne snage u budućnosti, tako što će promovisati proaktivno i preduzetničko ponašanje. Zaključci do kojih smo došli ukazuju na to da su razlozi za slabo predizetničko opredeljenje ljudi izgleda vezani za studije i za geografsku oblast kao takvu.

1. Uvod

Preduzetništvo je kamen temeljac u razvoju društva. Ipak, preduzetništvo se rukovodi jednim skupom vrednosti među kojima su kultura, liderstvo i promena. Prema našem viđenju preduzetništva, u ovom radu osvetlćemo i različite medusobno povezane koncepte. Povezanost između HRM i preduzetništva naglašena je već u naznaci cilja ovog istraživanja. U radu pokušavamo da utvrdimo u kojoj meri nastava koju drže različiti profesori pomaže da se kod studenata razviju preduzetnička kultura i preduzetnički duh, koji su najznačajniji u oblasti HRM. Izgleda da postoji veza između opšte kulture i vrednosti koje se vezuju za obrazovni sistem. U svetu činjenice da je Portugalija deo šireg evropskog ekonomskog konteksta, smatramo da vredi analizirati vrednosti ove dve realnosti: karakteristike opšte kulture i karakteristike vezane za obrazovnu kulturu. U skladu sa ovom perspektivom, uzećemo u obzir neke od prepreka koje ovoj temi postavljaju ekonomski, društveni i kulturni kontekst. Stoga uzimamo u razmatranje varijable koje čine deo ove studije, a to su otvorenost karaktera, kontinuirano učenje, takmičarski duh pojedinca, maštovitost-kreativnost, ličnost u centru pažnje. I stoga ova studija predstavlja, potencijalno, komparativnu analizu između tri geografski udaljene regije, Portugalije (dve oblasti na severu) i Zelenortske Ostrva.

2. Kultura, liderstvo i promena: Osnovna preduzetništva

2.1 Kultura i liderstvo

Postoji snažna veza između preduzetništva i organizacione promene. Ovim je Schumpeterova teorija ostvarena u praksi, na osnovu čega je Schumpeter postao slavan - tokom procesa svoje *kreativne destruktivnosti*. Uz ovu teoriju imamo i perspektivu inovacije. Tako autor smatra da je neophodno da se nauči kako uništiti učenje i ponašanja koja su već stvorena. To ima za posledicu da su promene i agresivnije ponašanje koherentniji i vredniji pažnje.

U ovom kontekstu preduzetnik je činilac promene zato što "on preuzima kormilo i sprovodi nove procese i nove projekte" (Freire, 2000:331; citirano u Petiz i Correia, 2004). On se može posmatrati i kao ekonomski činilac u kojem se stiču i značaj i sposobnost odlučivanja o različitim perspektivama (Ibid. op.cit.), naime:

- Perspektiva usmeravanja ljudi i unapređenja njihove svesti pomoću strateškog razmišljanja;
- Operativna perspektiva koja obuhvata tekuće, konzistentne i fleksibilne postupke;
- Perspektiva poslovne i organizacione intuicije koja se bavi kako potencijalnim tako i stvarnim prilikama i opasnostima.

Prema ovoj perspektivi, preduzetnik snosi odgovornost za svoje postupke, kao i posledice tih postupaka, koji vode predispozicijama za promene. Ova odgovornost jeste posledica simbioze različitih kontekasta, ličnog, profesionalnog i društvenog. Što se tiče alokacije dostupnih resursa, odluke koje donosi preduzetnik rukovodene su efikasnošću (Herbert i Link, 1989). Neki autori, kako se slažu i Sahlman i Stevenson (1991), naglašavaju sposobnost identifikovanja i istraživanja prilika u cilju naglašavanja preduzetništva i građenja strategija prilagođenih posebnim situacijama.

Schein (1997:5) naglašava činjenicu da lideri takođe menjaju i stvaraju organizacionu kulturu, dok menadžeri i administratori „postoje unutar njih“. Kako ističe Schein (ibid. op. cit.), a s čim se i mi slažemo, lideri zaista moraju da „prepoznaju situaciju i da učine nešto u vezi s njom. Upravo u ovom smislu su liderstvo i kultura konceptualno isprepletani“.

Kultura se nekada pominje u različitim kontekstima. Specifični koncept organizacione kulture stvara se putem nejednakosti značanja. U ovoj oblasti Schein (1997:8-10) osvetljava kritička pitanja koja mogu biti zajednička za tim i koja time dovode do doslednosti u organizacionoj kulturi. U ovom kontekstu Schein ukazuje na sledeće:

1. Norme ponašanja koje se mogu posmatrati¹
2. Grupne norme
3. Združene vrednosti
4. Formalna filozofija²
5. Osnovna pravila
6. Klima
7. Duboko ukorenjene navike
8. Navike u mišljenju, mentalni modeli i/ili lingvističke paradigmе³
9. Zajednički smisao
10. Ukorenjene metafore ili integrirani simboli⁴

Upakos jednom broju kritičkih pitanja koja Schein ističe sa ciljem da olakša razumevanje organizacione kulture, on se koncentriše na tri glavne grupe: i) artefakti (vidljivi organizacioni procesi, koji se teško kvantificuju i koji sadrže visok stepen subjektivnosti); ii) združene vrednosti (strategije, ciljevi, filozofije koje se posmatraju i kao razlog da se usvoje ove vrednosti); iii) osnova za pretpostavke (vrednosti, percepcije, unutrašnja i nesvesna osećanja i misli).

Do interakcije između ove tri napred navedene celine dolazi ukoliko se one postave u specifični kontekst. Na ovaj način mi kulturu shvatamo kao evolutivni proces koji uspostavlja vezu između kulture osnivača organizacije koja se vezuje za iskustvo različitih članova grupe i koja stvara nove vrednosti što sa svoje strane utiče na usvajanje kulture. Stoga se mi slažemo s onim što tvrdi Schein (1997:212), da organizaciona kultura predstavlja proces, a ne cilj. Kako navodi Schein (ibid.), osnivač svoje ideje prenosi na organizaciju; okružen je jezgrenom grupom koja deli njegovu viziju, a, sa svoje strane, u organizaciju ulaze drugi elementi, čime se ubrzava proces stvaranja istorije organizacije. Ako ova grupa stekne značajna iskustva o razmeni znanja, ona će postepeno razviti stavove o sebi i svom okruženju, pomoći kojih će moći da opstane, da raste i da se razvija.

Ovaj stav o organizacionoj kulturi koji je izneo Schein poklapa se sa gledištem o dubokoj promeni koje iznosi Senge (2001). Senge posmatra liderstvo kao unutrašnju sposobnost prirođenu ljudskoj zajednici kojom ona sebi osigurava opstanak kroz sam proces promene. Šta više, ovakav proces je tesno povezan sa vizijom liderstva koju iznosi Drücker (kod Schein, 2001). Stoga smatramo da treba da uspostavimo odnos između liderstva, vizije i kulture.

2.2 Kultura i promena

Pitanja preduzetništva, kako navodi Kanter (2003) odnose se na nove kriterijume kojima se određuje uspešna organizacija. Upravo u ovom kontekstu ona naglašava značaj nematerijalnih vrednosti, u koje ubraja koncepte⁵, kompetentnosti⁶ i odnose⁷. Ova tri faktora utiču na pojavu još jednog koncepta, kako Kanter navodi, a to je „moc“⁸. Moć proizilazi is sposobnosti usmeravanja nematerijalnih resursa koji se lako troše. Da bi se moć održala, potrebno je da uvek bude u žiži preduzetništva, time što će se insistirati na učenju i većoj saradnji. Upravo u okviru ove perspektive pokreću se procesi kojima se onda postižu svi ciljevi.

Osnovni pristup koji prihvataju svi autori koje smo analizirali, ako i mnogi drugi koje u radu nismo pomenuli, rukovodi se procesima inovacija, konceptom koji obuhvata promene. Stoga delimo mišljenje da ovaj pristup dodaje vrednost ukupnoj analizi tendencija i unapređenja preduzetništva.

⁵ Autor povezuje ovaj koncept sa najnovijim idejama, projekcijama i formulacijama proizvoda ili usluga koji sa svoje strane stvaraju vrednost za klijente i time ističe lojalnost potrošača.

⁶ Ovo se odnosi na sposobnost da se ideje pretvore u primenljive oblike veoma visokih standarda koje će onda klijenti koristiti.

⁷ Odnosi se na saveze u okviru osnovnih poslovnih aktivnosti kojima se unapređuju jezgrene kompetentnosti koje tako stvaraju dodatu vrednost za kupca i time otvaraju organizaciji vrata i proširuju njene horizonte.

⁸ Alatke moći obuhvataju „informacije, resurse i podršku“. (Kanter, 1983:159). Moć se izvodi iz sposobnosti kontrole nad nematerijalnim sredstvima kojima se postiže lojalnost kupaca.

¹ U ove svrhe autor kao primere uzima jezik, običaje i tradicije.

² Ideološki princip koji služi kao smernica za stejkholdere.

³ Zajednički kognitivni parametri koji rukovode percepcijama putem jezika zajedničkog za članove tima, a koji se takođe koriste kao procesi socijalizacije.

⁴ Ideje, osećanja i timske predstave koje se razvijaju kao oblik samo-identifikacije grupe.

Takođe delimo mišljenje da se preduzetništvo zasniva na promeni. Možemo da se zapitamo i šta su alternative ili bolji načini primene preduzetništva – kako ono utvrđuje organizaciju i kako promena predstavlja njegovu osnovu za opstanak. Javljuju se i druga pitanja, na primer, pitanja vezana za sile koje sprečavaju primenu. Ova pitanja imaju širok spektar, složena su i isprepletnata. Stoga u okviru ovog scenarija mislimo da je moguće zaobići ovakve složenosti tako što ćemo pokušati da damo odgovor na sledeća pitanja:

- Šta podrazumeva promena?
- Kako primeniti proces promena?
- Kako kvantifikovati rezultate promena?

Da bi do promene došlo prirodnim putem, potrebno je da uklonimo otpore koji su joj se isprečili. To se ne radi dekretom niti prisilnim nametanjem. Mnogo je pametnije da se to učini iz kulturnog ugla. Što je manje otpora, veće su mogućnosti da se zaposleni u potpunosti predaju neposrednim zadacima, kao što će biti viši i nivo poverenja u izvođenju tih zadataka, a postojaće i viši nivo razmene informacija i znanja. Istovremeno, javljaju se nove vrednosti koje mogu da podrže etičku kulturu organizacije, što znači, tolerantnost i uzajamno poštovanje. Uvereni smo da, što su ove vrednosti veće, veći će biti dobitak za organizaciju. Na ovaj način, jasnim objašnjenjima odgovornosti koje imaju, postići će se potpuna posvećenost zaposlenih, makar i kontrolisana i vođena. U ovom slučaju promena se može sagledavati kao neprirodno narušavanje stabilnosti organizacije. Ova „neprirodnost“ odnosi se na strategiju neravnoteže; da bi se postigla ravnoteža (ekvilibrijum), treba postaviti temelje. Ovo mora da traje, pošto je to proces, a ne stanje.

U ovom smislu, poslovna kultura ima za cilj da ujedini sve zaposlene i stoga se može posmatrati i kao vezni kanal zajedničkih⁹ vrednosti. Stoga ona „*dopunjava organizacionu strukturu u stvaranju sistema odnosa koji pospešuju integraciju i koordinaciju u kompaniji*“. (Freire, 1997a:478, citirano u Petiz i Correia, 2004). Na ovaj način lider, u skladu sa bilo kojim stilom¹⁰ liderstva koji usvoji, mora da daje primer time što će delovati kao aktivator promene. Stoga poslovna kultura ima korene u strukturnoj strani poslovanja i ne rukovodi se okolnostima tako što „organizaciona kultura treba da se predstavi kao sveobuhvatna i fleksibilna forma koja će predstavljati kariku kojom se ujedinjuju svi pojedinci u kompaniji u jednom vremenskom periodu“. (Freire, 1997a:475, citirano u ibid. op. cit.).

Inovacija se može smatrati poslovnim ciljem, stoga „*strategiju ne može da formuliše elita, pa da je onda primenjuju mase*“ (Hamel, 1998a:51, citirano u ibid. op. cit.). strategija stoga mora da uposli svu maštovitost kompanija raspolaže i stoga autor navodi da „*umesto da se posmatra samo finansijski povraćaj od investicija, menadžeri moraju da se klade na emocionalni povraćaj od investicija, drugim rečima, ljudi su spremni da se emocionalno uključe u kompaniju samo ako veruju da će se takva investicija isplatiti*“ (Hamel, 1998a:52, citirano u ibid. op. cit).

Sa gore navedenom perspektivom koju je postavio Hamel (1998a, citirano u ibid. op. cit.) slažu se Kanter (1998), Peters (1982) i Peters i Austin (1985). Dok Kanter (1998:80) smatra da je „revolucija napad odozgo na dole na organizacionu krutost, na restrikcije i na tradicije“, Peters i Austin (1985), s druge strane, tvrde da je revolucija sve, oduševljenje za inovacije putem revolucije u obliku destrukcije; na ovaj način, oni se u svojim pogledima slažu sa magičnom vizijom „kreativne destrukcije“ koju je postavio Schumpeter. Autori veruju da poslovni ljudi moraju da zapošljavaju ljude koji su „ludi“ i opsednuti obnovom i revolucijom, i iz tog razloga oni shvataju da je reč „destrukcija“ kritička dana.

„*Revolucija*“ – koja prepostavlja snažan napad na organizacionu krutost – priznaje da promena i znanje idu zajedno; stoga Kanter (1998:81) opravdava činjenicu da „one kompanije koje su spremne da se menjaju, shvataju da učenje i obuka nisu više samo vežbe koje se sprovode s vrha naniže, već da svako, uključujući i CEO mora da bude spreman da sluša i da uči“.

Sva ova buka oko koncepta „vizionarskog“ uzima u obzir da se embrion inovacija ne nalazi ovde, čak i ako je upakovani spontanu kreativnost (mada to ne garantuje održivost same inovacije). Mayer (1998:90), ipak, ima drugačiji stav, i smatra da se „inovacija ne može planirati, da ona živi od kreativnosti, intuicije, spontanosti i sreće“. Sa ovim stavom slaže se i Belasco (1992) koji viziju posmatra kao jedan oblik razlikovanja, kao nešto što stimuliše i inspiriše ljude, čak iako je potpuno svestan velike potrebe da se ona razume. On veruje da je jezik jedna vrsta stimulacije. U ovom smislu on podržava obuku putem vizije i tvrdi da „menadžere treba stimulisati putem njihove dosledne primene vizije putem obuke“ (Belasco, 1992:210).

U ovom kontekstu Santos (1997a:6, citirano u Petiz i Correia, 2004) potvrđuje da „menadžeri i organizacije treba da se pripreme za suočavanje sa budućnošću; odgovori se ne mogu naći predviđanjem ili na osnovu pretpostavki, već stvaranjem i unapredivanjem kompetentnosti. One se vezuju za faktore generisanja koje možemo da koristimo u pronalaženju alternativa i prihvatljivijih načina primene u budućim kontekstima; kao i Dodatak 10 u „Cultura Organizacional e Lideranca“.

9 Kod Marques (2000:27), autor posmatra kulturu kao koncept koji se sastoji od „sistemske, zajedničke ključnih vrednosti i verovanja“

10 U ovom kontekstu upućujemo na poglavje 10 priručnika „Strategia, sucesso em Portugal“, autora Freire (1997a), Lisbon: Verbo, kao i Dodatak 10 u „Cultura Organizacional e Lideranca“.

one se mogu sistematizovati u razvoju strateške vizije organizacione kohezije i u prihvatanju konkurentskog pozicioniranja“. Stoga on govori u prilog ljudskog faktora, u kojem se, po njemu, nalazi konkurentna razlika. Slažemo se sa Santosom (1997a:7, citirano u ibid. op. cit.) da „pojedinac nije jedini faktor koji poseduje odlike samo-održanja koje mu omogućavaju da bude dinamičan i da reaguje na izazove u kontekstu promena“. Peters (1982) takođe deli ovaj stav; prema njegovom mišljenju, budućnost se zasniva na temeljima stalnih promena koje iniciraju svi, a za ovo je potreban dramatičan uspon njihove sposobnosti da prihvate nešto što je nestabilno i promenljivo. Ovaj faktor navodi nas na zaključak da se fleksibilnost može postići jedino pomoću odgovornih ljudi.

Ipak, organizaciona promena je samo još jedan tip promene značajan u poslovnom kontekstu. I organizaciona struktura i organizaciona kultura su time stavljenе u stanje neravnoteže. To nas navodi da pomislimo da je ovaj tip promene značajan u procesu inovacija, na primer, tehnoloških promena, bez obzira na njegov vredan i radikalni položaj. Mislimo da na ovaj način organizaciona promena dovodi do drugih vrsta promena, koje su prethodno određene kao tehnološke promene.

2.3 Odnos između promena i preduzetništva

Uprkos značaju koji smo dali gorepomenutim autorima, moramo da priznamo da ima i drugih koji ističu drugačije stavove kojima dovode preduzetništvo u vezu sa novim idejama i novim perspektivama čiji je cilj stvaranje novih prilika. Ovaj pristup posmatra koncept promene kao način motivisanja preduzetničkih sposobnosti. Ovakav pristup zastupa Audretsch (1995). Drugi autori, kao Dubini i Aldrich (1991:306) posmatraju koncept preduzetništva kao primarno mrežnu aktivnost; ovaj stav zastupamo i mi. Sa svoje strane, Aldrich i Zimmer (1986) smatraju društveni i kulturni kapital najznačajnijim elementom preduzetničkih aktivnosti.

Za ove teorije vezuje se perspektiva lične mreže, koja se zasniva na premisi da preduzetništvo predstavlja društvenu ulogu uklopljenu u društveni, politički i kulturni kontekst. Stoga preduzetništvo znači traganje za promenom i može se čak smatrati i samom promenom. Ipak, ne može se zanemariti činjenica da je preduzetnik istovremeno i instrument i nosilac promene.

Na osnovu prethodne diskusije verujemo da preduzetništvo samo po sebi može da bude povezano sa stvarnim procesom promene. Upravo traje debata u ekonomskoj literaturi u kojoj se podržava ovo gledište, u tu se ističu Dosi (1988), Dosi, Pavitt i Soete (1990), Drucker (1988; 1991), Metcalfe (1995) i još neki autori. Ipak, Hofstede i dr. (citiran u Audretsch, 1995) u svojoj analizi zastupaju nešto šira gledišta i kombinuju i preduzetničke i ekonomske varijable sa podacima koje do-

bijaju u varijablama kulture. Slažemo se sa ovim gledištem po kome je nivo preduzetništva dinamičan pošto koristi i kvalitativne i kvantitativne varijable da bi odredio učinak i nivo preduzetničkih sposobnosti.

Još jedan tip promene se smatra veoma značajnim za rast i razvoj poslovanja. To su takozvane „kreativne poslovne“ promene. One obuhvataju i aktuelni koncept i proces inovacije koji je deo stvarne promene, stoga su vaoma značajne. Sam proces inovacije podržan je inicijativom i poslovnom kreativnošću – a to su stubovi preduzetništva.

Ipak, promena može da nastane i iz samog tržišta, kroz promene koje tržište nameće. Da bi se primenila ovaka promena, neophodno je da ekonomski činilac ima u vidu fluktuacije do kojih dolazi na tržištu. To znači da mora da uzme u obzir posebne osobine ljudi, kako bi mogao da analizira organizaciju i spolja i iznutra¹¹.

I pojam i značaj preduzetništva pretrpeli su značajne promene, posebno u poslednjih desetak godina. Time se menja i izgled ekonomske sfere. Kad imamo na umu njegov doprinos promeni, preduzetništvo predstavlja element promene i na društvenom i na ekonomskom planu.

U dinamici održivog rasta u poslovnom kontekstu, jedan od najvažnijih tipova promene jeste onaj koji obuhvata ljude i stoga je poznat kao „promena ljudi“ ili „razvoj ljudi“ Ova promena je strateška promena, pošto pogoda strukturu komunikacije. Da bi ova komunikacija bila efikasna, naglasak se mora staviti na obuku. A, pošto obuka predstavlja oblik razvijanja ljudskog mozga, ona vodi bogaćenju ljudi, daje im nove perspektive, nove vizije i sposobljava ih za nove postupke u radu. U okviru ove perspektive leži još jedan embrion organizacione i ludske promene.

Ipak, do promene može dodi i zbog stvarnih promena na tržištu. Ali, da bi se ovakve promene primenile, važno je da ekonomski činoci obrate pažnju na fluktuacije koje su primetne na tržištu. To podrazumeva posebne odlike ljudi, do kojih se dolazi analiziranjem organizacije i njenog unutrašnjeg i spoljnog konteksta. Ova analiza poznata je pod imenom SWOT analiza, ali i kao analiza „Porterovih pet sila“. Osnovni cilj ove analize jeste da primeni strategije i tako istovremeno omoguci optimizovanje izbora koji se oslanjaju na neke aspekte upravljanja, kao što su subjektivnost i intuicija.

11 Ova kombinovana analiza sprovedena je SWOT analizom.

Inovativno ponašanje je vezano za promenu, pošto se promena smatra jednim oblikom inovacije. Ali, važno je znati kako da začnemo i kako da primenimo strategiju promene. To treba da se zasniva na principima vođstva, kao neprekidno i kontrolisano uključivanje zaposlenih.

Učinak kompanija može se posmatrati na različite načine, a navećemo samo neke:

- Sposobnost upravljanja
- Sposobnost za rast i održivi razvoj
- Sposobnost za uvećavanje tržišnih kvota, pri čemu se posebna pažnja posvećuje spoljnjim tržištima
- Sposobnost za sprovođenje strateškog upravljanja

Fenomen promene i shodno tome fenomen inovacije povezani su sa navedenim sposobnostima.

Schumpeter se zalaže za pomenutu teoriju kreativne destruktivnosti. Ona je u vezi sa poželjnim i pozitivnim faktorima neravnoteže iz kojih i proizilazi njegova teorija o kreativnoj destrukciji. Potvrdili smo da, da bi došlo do ove „kreativne destrukcije”, sama destrukcija mora da se zasniva na preduzetništvu. Ova teorija se bavi silom i značajem situacije neuravnoveženosti i ukazuje na procese uzroke i posledica organizacione promene. Ova destruktivna kreativnost naglašena je kreativnim i preduzetničkim duhom poslovног čoveka, a podržava je inovacija, ma kog stepena ili vrste da je.

3. Empirijska analiza

3.1 Metodologija

U ovom radu naš cilj je bio da posmatramo kako potencijalni efekti učenja sa svoje strane utiču na preduzetničke sposobnosti studenta. Stoga nam je cilj da utvrđimo kako studenti doživljavaju obuku koju imaju na ova tri univerziteta. Što se tiče metodologije, ispitanje smo sprovedli na tri visokoškolske institucije, naime na Univerzitetu Jean Piaget u Cape Verde, Univerzitetu Minho i Univerzitetu Lusiada u Portu, a po slučajnom izboru izabrali smo studente sa Odseka za upravljanje i upravljanje ljudskim resursima. Rekli smo da je uzorak određen metodom slučajnog izbora. Iako smo želeli da posmatramo ukupnu populaciju na ovim odsecima i tokom svih godina studija, to se pokazalo nemogućim za rad, te smo stoga odabrali 400 studenata i podelili im upitnike i dobili odgovore od njih 160. Od tog broja, 15 nije odgovorilo jasno na sva pitanja, pa smo ih eliminisali da objektivnost analize ne bi bila narušena.

Tako u našem istraživanju analiziramo 125 validnih upitnika. To iznosi 36,25% stopu odgovora što se smatra dovoljnim i značajnim za istraživanje kojim se sada bavimo.

3.2 Upitnik

Upitnik je odobrio Prof. Simon L. Dolan, šef katedre na Universitat Ramon Llull, Direktor istraživanja – IEL (Instituto de Estudios Laborales), Poslovna škola ESADE, Univerzitet Ramon Llull, Avenida Pedralbes 60-62, 08034 Barcelona, ŠPANIJA.

Pošto istraživanje uglavnom sprovodimo na primarnim podacima, odlučili smo da sastavimo pitanja opšte je prirode, što će nam omogućiti da donosimo zaključke i o pitanjima koja prevazilaze koncept preduzetništva. Stoga smo postavili četrdeset tri opštija pitanja. U skladu sa ciljevima našeg tekućeg istraživanja, odabrali smo ona koja su nam se činila najznačajnijim, bez obzira kakvi su bili odgovori koje smo dobili. U drugoj fazi analize odlučili smo da odaberemo samo pet od ovih četrdeset tri, da bi naša analiza dobila na kohezivnosti i koncentrisanosti. Šta više, u obzir smo uzeli i starosno doba i pol ispitanika i vršili analizu prema pet odabranih varijabli. Varijable su sledeće: otvorenost ličnosti, stalno usavršavanje, takmičarske duh pojedinca, maštovitost-kreativnost i pojedinac u središtu pažnje. Varijable su sledeće:

- i) otvorenost ličnosti – spremnost za prihvatanje novih okolnosti, kultura, izazova. Stavovi ispitanika u vezi sa ovom dimenzijom će, s jedne strane, pokazati njegovu osjetljivost na ovu dimenziju, a, s druge strane, pokazati njegovo lično osećanje i shvatanje o tome kako organizacija unapređuje stepen preduzetničkog ponašanja.
- ii) stalno usavršavanje – entuzijazam koji pokazuje prema obogaćivanju svog znanja i know how. S jedne strane, ispitanik svojim stavom pokazuje volju da se neprekidno usavršava i sledi kulturu preduzetničkog načina razmišljanja, a, s druge strane, pokazuje do kog stepena organizacija pothranjuje ovaj pristup.
- iii) takmičarski duh pojedinca - sposobnost pojedinca da i sebi i drugim kolegama/zaposlenima postavi zahteve. Stepen u kome pojedinac poseduje unutrašnju volju i podsticaj da traga za izazovima i stepen do koga organizacija usaduje u njega ovu volju sa ciljem da uspostavi viši stepen preduzetničkog ponašanja.
- iv) maštovitost-kreativnost – veza između preduzetničkog ponašanja i sposobnosti pojedinca da uvede inovativne ideje, kao i stepen u kome organizacija unapređuje i obogaćuje preduzetničko ponašanje kod pojedinca u odnosu na njegove mogućnosti. Ovim će se poboljšati svest pojedinca i njegova spremnost da prihvati organizacionu promenu.

v) pojedinac u sredstu pažnje – značaj pojedinca i individualnosti u organizaciji i njihova povezanost u unapređivanju preduzetničkog ponašanja kod pojedinca. Pojedinac se posmatra kao značajan činilac koji daje svoj doprinos i time obezbeđuje opstanak i uspeh organizacije, što se takođe naglašava. Ova ljudska strana se sve više uzima u obzir kako ljudi dobijaju sve veći značaj i više ne predstavljaju samo jedan od faktora u proizvodnom procesu već je njihov značaj mnogo veći. Stoga bismo dodali da je ljudski faktor značajniji nego drugi proizvodni faktori – stoga i preuzima tako značajnu ulogu.

3.3 Prezentacija podataka

3.3.1 Uvod

Podaci se odnose na ove tri različite institucije i analizirali smo ih pomoću SPSS 11,5 za Windows; ove tri institucije imaju različite kulture, nalaze se na sasvim različitim geografskim područjima i obuhvataju populaciju sa posebnim obeležjima. Stoga podaci nisu uporedivi u potpunosti, ali mi smo pokušali da ih poređimo i da nađemo zajedničku osnovu. Tako smo odlučili da izvršimo analizu svake ove institucije i da onda sprovedemo komparativnu i opštu analizu.

3.3.2 Analiza pojedinca na Univerzitetu Jean Piaget, Zelenortska Ostrva

Prva varijabla po značaju bila je „otvorenost ličnosti“. To stoga što otvorenost, pažnja i promišljenost mogu da razviju sposobnosti koje se vezuju za preduzetništvo. Rezultati koje smo dobili u odnosu na varijable, polove i starosno doba bili su sledeći:

Otvorenost ličnosti

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Otvorenost ličnosti	Malo	1	0	1
	Delimично	1	1	2
	U razumnoj meri	11	8	19
	U potpunosti	3	0	3
Ukupno		16	9	25

Tabela 1: Otvorenost ličnosti* unakrsna tabulacija po polu
(izvor: autori)

Ako poređimo pitanja u odnosu na pol i starosno doba, javljaju se nekolike razlike. Žene su tolerantnije i osjetljivije na ovo pitanje. Naš cilj nije da damo odgovor na ovo pitanje, ali bi to mogao da bude predmet drugih istraživanja u budućnosti. Pošto nismo zadovoljni dobijenim odgovodima, postavljamo sledeće pitanje: da li se ovo može pripisati patrijarhalnoj kulturi? Ako je tako, onda izgleda da tip kulture i društvena struktura nameću određeni ritam konkretnom mentalnom modelu preduzetništva.

Pošto je uzorak brojčano ograničen, varijabla starosnog doba nam predstavlja teškoću kada donosimo neke normalne zaključke. Šta više, očigledno je da što je čovek stariji, njegova otvorenost prema preduzetništvu opada i stoga se ne postiže očekivana preduzetnička svest. Ovo veoma zabrinjava.

Stalno usavršavanje pojedinca

(jedinica analize)

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Stalno usavršavanje	Malo	1	0	1
	Delimично	2	0	2
	U razumnoj meri	10	8	18
	U potpunosti	3	1	4
Ukupno		16	9	25

Tabela 2: Stalno usavršavanje* unakrsna tabulacija
(izvor: autori)

Ovu varijablu ćemo analizirati u smislu sledećih kriterijuma: veći deo populacije odlučuje se za izbor „u razumnoj meri“, muškarci u 72% slučajeva, što je visok procenat uprkos tome što i procenat kod žena iznosi 62%. Ovo pokazuje da se razumno vezuje za klasifikaciju ove varijable i znači dovoljno u odnosu na „u potpunosti“ što znači veoma dobro. Ipak, dok se u odgovorima žena zapaža tendencija ka ravnomernoj distribuciji po svim kriterijumima, odgovori muškaraca, s druge strane, više se koncentrišu na suprotnim polovima. Stoga ovo može da bude odrednica glavne razlike među polovima. Tako izgleda očigledno da je potreba za stalnim usavršavanjem prisutna u celoj populaciji, bez obzira na pol.

Takmičarski duh pojedinca

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Takmičarski duh	Malo	2	2	4
	U razumnoj meri	12	5	17
	U potpunosti	2	2	4
Ukupno		16	9	25

Tabela 3: Takmičarski duh* unakrsna tabulacija po polu
(izvor: autori)

Ova varijabla se razlikuje od prethodne po tome što se oba pola odlučuju za „u razumnoj meri“, što se poklapa sa prosečnom vrednošću varijable, a pokazuje procenat od 75% u odgovorima kod žena i 55,5% u odgovorima muškaraca. Ovi rezultati stoga pokazuju da individualizam poprima istaknutu ulogu u kontekstu preduzetništva. Ovo se suprotstavlja teoriji koja u svoje središte stavlja kooperativnost i kolektivizam. Što se tiče starosnog doba, bez obzira na starosnu grupu, rezultati pokazuju razumnu meru od 58,82%. Ako damo odgovore „u potpunosti“, potvrdićemo da kombinovani procenat dostiže 68%, što je veoma značajno.

Maštovitost i kreativnost u ličnom životu

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Maštovitost i kreativnost	Delimicno	2	3	5
	U razumnoj meri	8	4	12
	U potpunosti	6	2	8
Ukupno		16	9	25

Tabela 4: Maštovitost i kreativnost * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

Uopšteno, odgovori ispitanika koji se odnose na maštovitost i kreativnost pokazuju da se 68% odlučuje za odgovor „u razumnoj meri”, a 32% za „u potpunosti”. U analizi po polu, preovlađuju muškarci čiji procenat odgovora iznosi 78%, dok je procenat kod žena 63%. Kod starosne grupe došli smo do sličnih zaključaka.

Pojedinac u središtu pažnje

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu pažnje	Delimicno	2	2	4
	U razumnoj meri	8	6	14
	U potpunosti	6	1	7
Ukupno		16	9	25

Tabela 5: Pojedinac u središtu pažnje * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

Zaključci do kojih smo došli pomoću ove varijable veoma su nas iznenadili, ali ih je trebalo očekivati kad se uzme u obzir društveno-ekonomski stvarnost i slaba infrastruktura koja im je na raspolaganju. Uopšte, 72% pokazuje „delimično” slaganje u poređenju sa 28% koji se slažu „u potpunosti”. Zaključci izvedeni na osnovu razlike u polu još više su nas obradovali, pošto 89% muškaraca odgovara „delimično” u poređenju sa 62% žena. Kad govorimo o ovom poslednjem zaključku u vezi sa ženskom populacijom, veću pažnju treba posvetiti značaju ove varijable, pošto je 38% žena dalo odgovor „u potpunosti”. Odgovori dati po osnovu starosnog doba ne pokazuju nikakvu divergenciju.

3.3.3 Analiza pojedinca na Univerzitetu Minho

Otvorenost ličnosti

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Otvorenost ličnosti	Malo	0	1	1
	Delimicno	19	4	23
	U razumnoj meri	24	16	40
	U potpunosti	16	10	26
Ukupno		59	31	90

Tabela 6: Otvorenost ličnosti * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

Smatramo da su zaključci do kojih smo došli na osnovu ove varijable interesantni pošto ukupan broj ispitanika koji su odgovorili „u razumnoj meri” i „u potpunosti” dostiže 73%. Ovo ukazuje na značaj ove varijable. Kada uporedimo odgovore muškaraca sa odgovorima koje su dale žene, dolazimo do nešto drugaćijih zaključaka, iako su i jedni i drugi odgovorili sa „u razumnoj meri” i „u potpunosti”, pošto 84% muškaraca smatra da je ovo pitanje značajno, a 68% žena se slaže sa tim. Ovo se može analizirati kao crta karaktera koja podstiče agresivnost u ponašanju. Po kriterijumu starosnog doba nema razlike u odgovorima.

Stalno usavršavanje ličnosti

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Stalno usavršavanje	Veoma malo	1	0	1
	Malo	1	1	2
	Delimicno	13	5	18
	U razumnoj meri	31	21	52
	U potpunosti	13	4	17
Ukupno		59	31	90

Tabela 7: Stalno usavršavanje * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

Zaključci do kojih smo došli na osnovu ove varijable slični su zaključcima u vezi sa otvorenosću ličnosti, pošto 77% ispitanika smatra da je ovo značajno. Na osnovu ovih zaključaka možemo da procenimo potrebu ispitanika za stalnim usavršavanjem. U analizi ponašanja prema polu svesni smo da postoji veliki procenat žena, 75%, koje smatraju da je ova varijabla od ključnog značaja, a 81% muškaraca joj pridaje izuzetno veliki značaj. Smatramo da je veoma značajan i podatak da se 70 od 90 ispitanika (78%) nalazi u starosnom dobu od 19-22 godine.

Takmičarski duh pojedinca

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Takmičarski duh	Nimalo	0	1	1
	Veoma malo	4	1	5
	Malo	8	2	10
	Delimicno	22	13	35
	U razumnoj meri	17	10	27
	U potpunosti	8	4	12
Ukupno		59	31	90

Tabela 8: Takmičarski duh * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

Na osnovu zaključaka koje smo izveli iz dve prethodne varijable, podelili smo ovu varijablu u tri dela. Prvi obuhvata odgovore „nimalo”, „veoma malo” i „malo”, drugi obuhvata srednje vrednosti kao što je „delimično”, a treći deo obuhvata maksimalne vrednos-

ti „u razumnoj meri” i „u potpunosti”. Ako zanemarimo drugi deo, dolazimo do zaključka da uopšteno samo 18% ispitanika pokazuje „malo” slaganje, u odnosu na 43% u trećem delu. Ovi rezultati nam dozvoljavaju da zaključimo da populacija koju analiziramo ne nagnje individualnosti, već pre saradničkim odnosima i grupnom radu, što je značajan zaključak.

U okviru starosnog doba podaci nisu dali ni jedan elemenat vredan pomena.

Maštovitost i kreativnost

Rezultat		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Maštovitost i kreativnost	Veoma malo	0	1	1
	Malo	2	2	4
	Delimicno	15	8	23
	U razumnoj meri	28	17	45
	U potpunosti	14	3	17
Ukupno		59	31	90

Tabela 9: Maštovitost i kreativnost * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ponovo smo bili iznenadeni ovim nalazima, pošto 69% ispitanika smatra da je ova varijabla od izuzetnog značaja, a samo 6% iste populacije odgovara sa „vrlo malo” i „malo”. U analizi zaključaka o odgovorima žena i muškaraca zaključujemo da su stavovi pozitivni; odgovori muškaraca dostižu 65%, a žena 71%. Možemo da zaključimo da podaci dobijeni pomoću ove specifične varijable pokazuju da predavanja na neki način doprinose obogaćivanju ličnosti i vode ka višim nivoima preduzetništva. U okviru kriterijuma starosnog doba nije se izdvojio ni jedan podatak vredan pomena.

Pojedinac u središtu pažnje

Rezultat		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu pažnje	Nimalo	2	0	2
	Veoma malo	2	1	3
	Malo	13	4	17
	Delimicno	20	12	32
	U razumnoj meri	15	13	28
	U potpunosti	7	1	8
Ukupno		59	31	90

Tabela 10: Pojedinac u središtu pažnje * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Analiza ovih rezultata pokazuje da najviša skala odgovora pokazuje 40%, i to „u razumnoj meri” i „u potpunosti”. Ipak, odgovori 36% ispitanika su na prosečnoj vrednosti, a 24% odgovara sa „nimalo”, „veoma malo” i „ma-

lo”. Iako ove vrednosti nemaju isti kvalitet kao ostale varijable, one ipak pokazuju da postoji želja da se izbegne da budemo u središtu dešavanja. Ipak, insistiramo na potrebi da se ovi indikatori usavrše. Ako do toga ipak ne dode, to može u priličnoj meri da neutralizuje potencijalne sposobnosti naglašene u preostalim varijablama. U okviru kriterijuma starosnog doba nismo dobili odgovore vredne pomena.

3.3.4 Analiza pojedinca na Univerzitetu Lusiada u Portu

Rezultat		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Otvorenost licnosti	Delimicno	0	5	5
	U razumnoj meri	10	6	16
	U potpunosti	5	4	9
Ukupno		15	15	30

Otvorenost ličnosti

Tabela 11: Otvorenost ličnosti * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Za ovu varijablu dobili smo rezultate slične onima na Zelenortske Ostrvine. Na opštem nivou 70% odgovora ne pridaju veliku pažnju ovoj varijabli, i otuda odgovori „delimično” i »u razumnoj meri“ u odnosu na 30% koji odgovaraju sa „u potpunosti“. Ako analiziramo podatke u odnosu na pol, dobicemo slične rezultate pošto je 27% muškaraca dalo odgovor „u potpunosti“, kao i 33% žena.

U analizi po kriterijumu starosnog doba, očigledno je da ispitanici u grupi od 25-30 godina starosti imaju negativniji stav u odnosu na druge grupe. Ako uzmememo u obzir da je ova grupa u naponu produktivnosti, onda ovaj indikator deluje donekle uznemiravajuće, pokazujući da ljudi nemaju otvoreni mentalni model, model zasnovan na saradnji, dijalogu i slušanju drugih.

Rezultat		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Stalno usavršavanje	Malo	2	0	2
	Delimicno	1	4	5
	U razumnoj meri	7	7	14
	U potpunosti	5	4	9
Ukupno		15	15	30

Stalno usavršavanje pojedinca

Tabela 12: stalno usavršavanje * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ponašanje ispitanika u globalu je slično kao i prema kriterijumu pola. Tako se u opštoj analizi vidi da 30% ispitanika odgovara „u potpunosti“. Ipak, 23% iste populacije odgovara sa „malo“. Ako dodamo procenat onih neodlučnih ispitanika koji su ipak odgovorili sa „u

razumnoj meri”, zaključićemo da procenat raste i da stoga može da bude alarmantan. On može da bude pokazatelj nedovoljne agresivnosti u preduzetničnom i poslovnom ponašanju.

Po kriterijumu starosnog doba, nismo dobili značajne podatke osim da ispitanici između 26 i 27 godina starosti ispoljavaju negativniji stav.

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Takmičarski duh	Nimalo	1	0	1
	Malo	1	0	1
	Delimicno	8	6	14
	U razumnoj meri	3	7	10
	U potpunosti	2	2	4
	Ukupno	15	15	30

Takmičarski duh pojedinca

Tabela 13:Takmičarski duh pojedinca * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ova varijabla pokazuje veliku razliku među polovima. Muškarci izgleda osetljivije reaguju na ovu varijablu. Tako joj 60% populacije pridaje najveći značaj, na nivou „u razumnoj meri” i „u potpunosti”. Ovo je upravo suprotno odgovorima 33% žena. Ipak, u opštим odnosima i za kategorije „nimalo”, „malo” i „delimično”, to predstavlja više od 53%. U svetu ovih procenata možemo da zaključimo da ova varijabla takmičarskog duha zaista pripada drugom planu. Po kriterijumu starosnog doba nismo dobili nikakav značajan rezultat.

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Maštovitost i kreativnost	Delimicno	3	3	6
	U razumnoj meri	9	7	16
	U potpunosti	3	5	8
Ukupno		15	15	30

Maštovitost i kreativnost

Tabela 14:Maštovitost i kreativnost * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ovde zaključujemo da se samo 27% ispitanika slaže „u potpunosti”. Kada vršimo analizu po polu, muškarci su u 33% slučajeva odgovorili sa „u potpunosti”, a žene u 20% slučajeva. U skladu sa tim procentima smatramo da ova populacija pati od nedostatka kreativnosti i maštovitosti i to im ne dopušta da razviju preduzetničke sposobnosti. Po kriterijumu starosnog doba nema značajnih podataka.

Pojedinac u središtu pažnje

Rezultat

Pojedinac u središtu organizacije		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu organizacije	Nimalo	3	1	4
	Veoma malo	2	0	2
	Malo	3	1	4
	Delimicno	4	4	8
	U razumnoj meri	1	7	8
	U potpunosti	2	2	4
Ukupno		15	15	30

Tabela 15:Pojedinac u središtu pažnje * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Iznenadili su nas odgovori po kriterijumu pola. Dok muškarci zaobilaze odgovore „nimalo”, „veoma malo” i „malo” i njihov procenat iznosi 13%, suprotni pol istu kategoriju odgovora daje u 53% slučajeva. S druge strane, najviše odgovora, 87%, dobili smo na nivou „delimično”, „u razumnoj meri” i „u potpunosti” od muškaraca, što je u suprotnosti sa 47% istih odgovora žena. Stoga smatramo da postoji velika razlika između polova. Iako su rezultati među ženskim ispitanicima visoki, ipak su niži od rezultata muških ispitanika, koji veruju da treba da budu u centru pažnje. Na ovo pitanje pozitivno je odgovorilo 67% ispitanika oba pola. Smatramo da ovde leži jedan od glavnih problema u podsticanju preduzetničkih sposobnosti. Možemo da zaključimo da je u ovome i jedna od glavnih prepreka. Po kriterijumu starosne grupe nismo naišli na podatke vredne pomena.

3.3.5 Analiza pojedinca u organizaciji na Univerzitetu Jean Piaget, Zelenortska Ostrva

Otvorenost ličnosti u organizacijama na Zelenortskim ostrvima

Rezultat

Otvorenost licnosti u organizaciji		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Otvorenost licnosti u organizaciji	Malo	2	0	2
	Delimicno	3	1	4
	U razumnoj meri	11	7	18
	U potpunosti	0	1	1
Ukupno		16	9	25

Tabela 16: Otvorenost ličnosti u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Kada je reč o ovoj varijabli, treba naglasiti da je 76% ispitanika odgovorilo „u razumnoj meri” i „u potpunosti”, dok je 24% izabralo odgovore „malo” i „delimično”. U pogledu ovakvih odgovora možemo da zaključimo da se ovoj varijabli poklanja određena pažnja. To može da bude pozitivan znak. Po kriterijumu starosne grupe nismo dobili nikakve relevantne podatke.

Stalno usavršavanje u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Stalno uavršavanje u organizaciji	Malo	1	0	1
	Delimicno	4	2	6
	U razumnoj meri	8	7	15
	U potpunosti	3	0	3
Ukupno		16	9	25

Tabela 17: Stalno usavršavanje u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Pozitivne vrednosti u vezi sa ovom varijablim nalaze se na nivou „u razumnoj meri” i „u potpunosti”. Ostalih 28% ispitanika uglavnom je odgovorilo sa „malo” i „delimično”. Ovde se nalazimo pred veoma značajnim pokazateljem u oblasti stalnog usavršavanja. Kada se uporede polovi, ne uočava se velika razlika u odgovorima.

Takmičarski duh pojedinca u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Takmičarski duh u organizaciji	Delimicno	5	2	7
	U razumnoj meri	10	6	16
	U potpunosti	1	1	2
Ukupno		16	9	25

Tabela 18: Takmičarski duh pojedinca u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

U globalu su ispitanici u 92% slučajeva odgovorili sa „delimično” i „u razumnoj meri”, tako da velika većina populacije nije baš uverena u to, za razliku od preostalih 8% koji su odgovorili sa „u potpunosti” kad je u pitanju značaj ove varijable. I u analizi po polovima nailazimo na neke razlike, mada nisu značajne. Ovde 89% muških ispitanika imaju negativan stav prema ovoj varijabli, što je u suprotnosti sa odgovorima žena, čiji procenat iznosi 94%. Odgovori su ravnomerno raspoređeni po celoj varijabli. Stoga izvodimo opšti zaključak da nepridavanje značaja ovoj varijabli otvara mesto preprekama za razvoj preduzetništva. Ovo proizilazi iz činjenice da pojedinac nije svestan ove varijable, a ovaj nedostatak svesti dovodi do nepostojanja svesti o potrebi pojedinca da učestvuje u radu organizacije.

Što se tiče starosnog doba, iako izgleda da su reakcije svih starosnih grupa slične, zapažamo da postoje bitne razlike između ispitanika starih 22 i 23 godine.

Maštovitost i kreativnost u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Maštovitost u organizaciji	Malo	2	0	2
	Delimicno	3	3	6
	U razumnoj meri	9	6	15
	U potpunosti	2	0	2
Ukupno		16	9	25

Tabela 19: Maštovitost u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ova varijabla predstavlja reagovanje identično onome o takmičarskom duhu, pošto se 92% ispitanika u stvari ne slaže sa postavkom iz ove varijable. Preostalih 8% potpuno se slaže.

Poredeci polove nailazimo na neka razilaženja pošto se muški ispitanici nisu opredelili za ekstremne vrednosti u odgovorima. Tako suprotni pol u 26% slučajeva daje odgovore u ekstremnim vrednostima (po 13%), „malo” s jedne i „u potpunosti” s druge strane. U pogledu starosnog doba, naglašaćemo da ispitanici stari 27 godina imaju negativan stav.

Pojedinac u središtu analize u organizaciji

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu u organizaciji	Nimalo	1	0	1
	Malo	3	1	4
	Delimicno	1	3	4
	U razumnoj meri	8	5	13
	U potpunosti	3	0	3
Ukupno		16	9	25

Tabela 20: Pojedinac u središtu u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Izgleda da je ova varijabla veoma značajna. 64% ispitanika su se uopšteno složili, nasuprot 36% odgovora u kojima se pridaje mala vrednost i gde preovlađuju odgovori „nimalo”, „malo” ili „delimično”. Kad poređimo polove, zaključićemo da, iako muška populacija izostavlja odgovore „nimalo” i „u potpunosti”, 56% ispitanika izabrali su odgovor „u razumnoj meri”. S druge strane, odgovori ženskih ispitanika nalaze se u svim kategorijama. Ipak, dve kategorije koje obuhvataju najveći broj odgovora su „u razumnoj meri” i „u potpunosti”, što iznosi 69%. Iz izvedene analize zaključujemo da postoje tragovi individualzma pošto je faktor uspeha za preduzetništvo očigledan. Sve starosne grupe ponašaju se isto.

3.3.6 Analiza pojedinca u organizaciji na Univerzitetu Minho

Otvorenost ličnosti u organizaciji

Rezultat

		Gender		Ukupno
Otvorenost ličnosti u organizaciji	Ženski	Muški		
Veoma malo	3	1	4	
Malo	1	2	3	
Delimicno	19	9	28	
U razumnoj meri	15	13	28	
U potpunosti	21	6	27	
Ukupno	59	31	90	

Tabela 21: otvorenost ličnosti u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Obrazac ponašanja se razlikuje kada govorimo o polu. Uopšteno, ženski ispitanici se u 36% slučajeva „u potpunosti” slažu sa stavom u ovoj varijabli. Na suprotnoj strani su muškarci, čiji broj ne prelazi 19%. Ipak, u opštim uslovima, 39% ispitanika pokazuje negativan stav, a 39% je dalo odgovore „malo” i „delimično”. Prema našem tumačenju, ovo može da ukaže na to da otvorenost ličnosti može da predstavlja prepreku u preduzetničkoj dinamici.

Stalno usavršavanje u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
Stalno usavršavanje u organizaciji	Ženski	Muški		
Nimalo	1	0	1	
Veoma malo	4	1	5	
Malo	6	5	11	
Delimicno	21	13	34	
U razumnoj meri	17	9	26	
U potpunosti	10	3	13	
Ukupno	59	31	90	

Tabela 22: stalno usavršavanje u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Muški ispitanici i dalje pridaju manje značaja stalnom usavršavanju, što pokazuje podatak da 10% odgovara „u potpunosti”, dok se 33% istih ispitanika ne slaže ili odgovara sa „delimično”. S druge strane, ženski ispitanici pokazuju da su u podređenom položaju, pošto 32% odgovara sa „u potpunosti”. Ipak, postoji još jedan pokazatelj koji se ne uklapa, i koji pokazuje da 27% odgovara sa „delimično”.

Po kriterijumu starosnog doba, utvrdili smo da 31% ispitanika ne pokazuje pozitivan stav i odgovara sa „malo” ili „delimično”. Ali, ako pogledamo starosnu grupu, videćemo da postoji izvesna koncentracija odgovora među ispitanicima starim 19-23 godine u kojoj je tendencija obrnuta.

U svetu gorenavedenih zaključaka, smatramo da je ovakva situacija posledica niskog intelektualnog i fizičkog razvoja. Tako, kako godine prolaze, ljudi su sve otvoreniji prema potrebama i značaju stalnog usavršavanja.

Takmičarski duh pojedinca u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
Takmičarski duh u organizaciji	Ženski	Muški		
Nimalo	1	0	1	
Veoma malo	4	1	5	
Malo	6	5	11	
Delimicno	21	13	34	
U razumnoj meri	17	9	26	
U potpunosti	10	3	13	
Ukupno	59	31	90	

Tabela23: Takmičarski duh pojedinca u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Iz ove varijable vidimo da, bez obzira na pol i starosno doba, postoji ukorenjena nesigurnost u vezi sa kategorijama „delimično” i „u razumnoj meri”. Tako izgleda da ova varijabla nema nekog značaja za ispitanike.

Stoga, ako se uzme da je kolegijalnost jedan od najjačih elemenata preduzetništva, kako da tumačimo ove odgovore? U pogledu ovih rezultata uvereni smo da predavanja na Odsecima za upravljanje i upravljanje ljudskim resursima ne daju osnova za nastanak preduzetništva.

Maštovitost i kreativnost u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
Maštovitost i kreativnost u organizaciji	Ženski	Muški		
Veoma malo	2	0	2	
Malo	3	1	4	
Delimicno	16	7	23	
U razumnoj meri	22	20	42	
U potpunosti	16	3	19	
Ukupno	59	31	90	

Tabela 24: Maštovitost i kreativnost u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Kad analiziramo odgovore po polu, vidimo da 68% ispitanika smatra da je ova varijabla interesantna ili veoma interesantna. Ipak, žene joj pridaju veći značaj pošto 27% odgovara sa „u potpunosti” u poređenju sa muškom populacijom u ovoj kategoriji, čiji je procenat 10%. Upravo ovde nailazimo na još jedan aspekt razlika među grupama bez obzira na starosno doba, koji može da bude značajan u smislu analize ponašanja.

Pojedinac u središtu pažnje u organizaciji

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu u organizaciji	Nimalo	2	0	2
	Veoma malo	3	0	3
	Malo	7	6	13
	Delimicno	27	12	39
	U razumnoj meri	14	11	25
	U potpunosti	6	2	8
Ukupno		59	31	90

Tabela 25: Pojedinac u središtu pažnje u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Kad govorimo o ovoj varijabli, čudno je da se 80% ispitanika slaže sa njom. Iz ovoga proizilazi da, pošto ova varijabla daje pojedincu najveći značaj, ona zaista može da vodi koncentraciji moći. Ova koncentracija sa svoje strane ne obezbeđuje podelu vlasti, a to može negativno da utiče na učinak organizacije u budućnosti.

Stoga, u svetu činjenice da odgovori „nimalo”, „veoma malo” i „malo” ne prelaze 20%, možemo da zaključimo da kod oba pola postoji ista tendencija i da pridaju isti značaj individualizmu u oblasti preduzetništva. Ovo predstavlja način da se održi i pothranji preduzetnička sposobnost. S druge strane, kad govorimo o starosnom dobu, možemo da zaključimo da postoji sličnost u reakcijama, a to pokazuje da postoji potreba za strukturnim promenama u načinu razmišljanja.

3.3.7 Analiza pojedinca u organizaciji na Univerzitetu Lusiada u Portu

Otvorenost ličnosti u organizaciji

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Otvorenost ličnosti u organizaciji	Veoma malo	0	1	1
	Delimicno	3	5	8
	U razumnoj meri	9	6	15
	U potpunosti	3	3	6
Ukupno		15	15	30

Tabela 26: Otvorenost ličnosti u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

S jedne strane, može se zaključiti da oba pola pokazuju slične razlike u reakcijama. S druge strane, tendencija odgovora veoma uvažava ovu varijablu, s obzirom da 70% ispitanika daje odgovore „u razumnoj meri” i „u potpunosti”. Na neki način ovo nas veoma zbunjuje. Što se tiče starosnog doba, ponavlja se tendencija da što su ispitanici stariji, njihovi stavovi su manje pozitivni i zadržavaju se na vrednostima „delimično” i „u razumnoj meri”.

Stalno usavršavanje u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Stalno usavršavanje u organizaciji	Veoma malo	0	1	1
	Malo	1	2	3
	Delimicno	3	3	6
	U razumnoj meri	9	6	15
	U potpunosti	2	3	5
Ukupno		15	15	30

Tabela 27: Stalno usavršavanje u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Zapanjuje nas da 33% ispitanika ne uvažava značaj stalnog usavršavanja u instituciji, nasuprot 17% koji su odgovorili sa „u potpunosti”.

Takmičarski duh pojedinca u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Takmičarski duh u organizaciji	Nimalo	1	0	1
	Malo	1	0	1
	Delimicno	5	5	10
	U razumnoj meri	6	6	12
	Ukupno	2	4	6
Ukupno		15	15	30

Tabela 28: Takmičarski duh pojedinca u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

60% ispitanika uglavnom uvažavaju značaj takmičarskog duha. Izgleda da se ovaj procenat kosi sa preduzetničkim sposobnostima. Naše mišljenje jeste da, ako se kreativnost pojedinca ne prenese na ceo kolektiv, ako se ne podeli i ne sazri, neće ni dati pozitivne efekte. I činjenica da su oba pola odgovorila na sličan način deluje pomalo čudno.

Maštovitost i kreativnost u organizaciji

Rezultat

		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Maštovitost i kreativnost u organizaciji	Nimalo	0	1	1
	Delimicno	4	4	8
	U razumnoj meri	9	4	13
	U potpunosti	2	6	8
Ukupno		15	15	30

Tabela 29: Maštovitost i kreativnost u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu

Izvor: (Autori)

Ova varijabla se smatra jednim od osnovnih elemenata za izgradivanje i razvijanje preduzetničkih sposobnosti, iako su nas neki rezultati koje smo dobili zabrinuli. U opštem smislu, to je stoga što su ispitanici pokazali

priličnu ravnodušnost. Ipak, ako analiziramo odgovore po polu, vidimo da muški ispitanici pokazuju veću tendenciju prema maštovitosti i kreativnosti od žena, pošto je njih 40% odgovorilo „u potpunosti” u odnosu na 16% žena. U opštem smislu, međutim, ova varijabla ne nailazi na odobravanje kod svih. Na osnovu ovoga zaključujemo da rezultati ne pokazuju da ispitanici uvažavaju značaj preduzetništva. U analizi po kriteriju starosnog doba nailazimo na slične rezultate, mada stariji ispitanici ocenjuju varijablu nižom ocenom.

Rezultat		Pol		Ukupno
		Ženski	Muški	
Pojedinac u središtu pažnje	Nimalo	1	0	1
	Veoma malo	1	0	1
	Malo	2	1	3
	Delimicno	7	7	14
	U razumnoj meri	2	5	7
	U potpunosti	2	2	4
Ukupno		15	15	30

Pojedinac u središtu pažnje u organizaciji

Tabela 30: Pojedinac u središtu pažnje u organizaciji * Unakrsna tabulacija po polu
Izvor: (Autori)

U vezi sa ovom varijablom nismo sasvim zadovoljnii rezultatima pošto u opštem smislu 83% ispitanika uvažava njen značaj. U ovih 83% pripadaju kategorije odgovora „u potpunosti”, „u razumnoj meri” i „delimično”. Ostalih 17% zadržava se na nivoima „nimalo”, „veoma malo” i „malo” po čemu zaključujemo da se individualizam veoma poštuje i da to može da bude prepreka usponu preduzetništva u Portugaliji. U odnosu na pol, u analizi smo naišli na nekoliko razlika. Muškarci su u centru od 93% odgovorili sa „u potpunosti”, ostali su raspoređeni u kategorijama „delimično” i „u razumnoj meri”, dok su žene ovako odgovorile u 73% slučajeva. Negativni odgovori dati su u 27% slučajeva.

Ako uopštimo stvari, različiti nivoi preduzetništva vezani su za razlike u ponašanju i očigledniji su u odgovorima koje su dale žene. Žene takođe pokazuju veću tendenciju i osetljivost u odnosu na preduzetništvo.

Sve starosne grupe ponašaju se identično i tu nismo naišli na razlike kod navedenih faktora u analizi.

4. Zaključak

Uprkos tome što smatramo da su zaključci u slučaju Univerziteta Jean Piager na Zelenortskim Ostrvima negativni, dubljom analizom zaključujemo da su oni u skladu sa društvenim i ekonomskim okruženjem u toj oblasti i stoga ne mogu toliko da iznenade kako to na prvi pogled izgleda, pošto su slični sa rezultatima za Univerzitet Lusiada u Portu. Ipak, naišli smo i na veliki

broj teže objašnjivih zaključaka koji ne zavise of geografske oblasti u kojoj ispitanici žive. Ovo pitanje se jasno odražava u manje pozitivnom ponašanju i u pokazateljima veoma niske produktivnosti. Mi smo uglavnom žeeli da analiziramo neke kvalitativne varijable čiji je uticaj neposredan i koje se odražavaju na kvalitet učinka ekonomskih činilaca. Kao primer ističemo varijablu maštovitosti i kreativnosti, koje nisu visoko vrednovane i, ako im se doda nedostatak predispozicije za mentalnu otvorenost, to će za posledicu imati manji stepen saradnje i smanjenu predispoziciju za razmenu znanja. Smatramo da je preduzetništvo osnov dinamičkih faktora kojima se omogućava i održava agresivna konkurenca. U svetu ovih uopštenih zaključaka, ekonomski činoci i dalje pokazuju odlike pasivnog ponašanja koje ne dozvoljavaju da dinamičke odlike izadu na svetlost dana.

Svi zaključci sa Univerziteta Minho ukazuju na veoma dobre pokazatelje u poređenju sa prethodna dva univerziteta, Univerziteta Jean Piaget na Zelenortskim Ostrvima i Univerziteta Lusianda u Portu. Zaključci izvedeni na Univerzitetu Minho su konzistentniji i pozitivniji. Ipak, ne možemo kategorički da tvrdimo da su ispitanici na ovom univerzitetu preduzetniji od ostalih. Ali je očigledno da nastavni program koji se tamo primenjuje ispoljava jači uticaj na izgradnju ličnosti studenata.

U analizi organizacionog okruženja koja je takođe deo ove studije prema dobijenim odgovorima vidimo da i same institucije manje teže preduzetništvu. Stoga smatramo da tu nedostaje svest o preduzetništvu, kao i drugi agresivniji i dinamičniji oblici ponašanja u potrazi za alternativnim odgovorima u vezi sa rastom i razvojem koji su neposredno vezani za ove institucije. Ipak, pošto se institucija sastoje od skupa elemenata, među kojima su i profesori i naučnici, verujemo da mora doći do uskladivanja preduzetničkog ponašanja. Studenti pokazuju veliki deficit u onim varijablama koje nisu bile predmet naše studije, kao što su „sreća”, „priateljstvo”, „kolektivnost”, ali ne verujemo da se odgovornost može svaliti samo na datu situaciju.

Prema sistemskoj analizi kojom se posebno bavio Senge, mada su i drugi autori, Lewin, Drucker, Kanter, opširno pisali o ovome i sa njima se takođe slažemo, smatramo sebe međuzavisnim činiocima, koji su u stalnoj interakciji u traganju za ekonomskim sinergijama. U ovom kontekstu, ili se možemo smatrati činiocima promene u usponu, ili je naše mišljenje da će promenu, bez obzira da li je to organizaciona, društvena ili individualna promena, biti teško primeniti. Stoga, iako će verovatno doći do neke promene, ona neće biti dosledna i zato će imati negativne posledice po preduzetništvo kojih je tako mnogo u našem društvu i koje predstavljaju osnovu za našu kritiku.

BIBLIOGRAFIJA

- ACS, Zoltan J. and David B. Audretsch (eds.), 1993, *Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press.
- ALDRICH, Howard, 2000, "Learning Together," National Differences in Entrepreneurship Research," in Donald Sexton and Hans Landstrom (eds.), *Handbook of Entrepreneurship*, London: Blackwell Publishers, pp. 5-25.
- ALDRICH, Howard E. and Catherine Zimmer, 1986, "Entrepreneurship through Social Networks," in Howard E. Aldrich (ed.), *Population Perspectives on Organizations*, Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis, pp. 13-28.
- ALMEIDA, Paul and Bruce Kogut, 1997, "The Exploration of Technological Diversity and the Geographic Localization of Innovation," *Small Business Economics*, 9(1), 21-31.
- AUDRETSCH, D. B., 1995, *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge: MIT Press.
- AUDRETSCH, David (2002), *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*, London, Institute for Development Strategies, Indiana University & Center for Economic Policy Research (CEPR), July 2002.
- AUDRETSCH, David B. and Roy Thurik, 2002, "Linking Entrepreneurship to Growth," OECD STI Working Paper, 2081/2.
- AUDRETSCH, David B. and Roy Thurik, 2001, "What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies," 2001, *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.
- BELASCO, James, A. Teaching the Elephant to Dance. Empowering change in your Organization. London: Century Business
- CHIAVENATO, Idalberto (1994), *Administração: Teoria, Processo e Prática*, 2 Edição, São Paulo, McGraw-Hill.
- DALF, Richard (1999), *Teoria e projeto das organizações*, 6 edição, Rio de Janeiro, LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora, SA.
- DUARTE, Helena (2003), "Dinâmicas de Empreendedorismo e Inovação", in *Empreendedorismo e Inovação Tecnológica: Plataformas para o Desenvolvimento Regional*, Braga, Tecminho e Universidade do Minho, pp. 35.39.
- DUBINI, Paola and Howard E. Aldrich, 1991, "Personal and Extended Networks are Central to the Entrepreneurial Process," *Journal of Business Venturing*, 6, 305-313.
- FOELSTER, Stefan, 2000, "Do Entrepreneurs Create Jobs?" *Small Business Economics*, 14(2), 137-148.
- HOFSTEDE, G. (1991), *Cultures and Organizations. Intercultural Cooperation and its Importance for Survival. Software of the Mind*. London: Harper CollinsPublishers.
- HOLMES, Thomas J. and James A. Schmitz, Jr., 1990, "A Theory of Entrepreneurship and its Application to the Study of Business Transfers," *Journal of Political Economy*, 98(4), 265-294.
- KANTER, Rosabeth Moss (2003), "Thriving Locally in the Global Economy", *Harvard Business Review*, August, Vol. 81, No.8, pp. 119-127.
- KANTER, Rosabeth Moss (1983), *The Change Masters*. London: International Thomson Business Press.
- MILLÁN, Antonio Leal (coord) (1999), *El factor humano en las relaciones laborales*, Madrid, Ediciones Pirámide.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD), 1998, *Fostering Entrepreneurship*, Paris: OECD.
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD), 2000, *Employment Outlook*, Paris: OECD.
- PETERS, Tom and Waterman, Robert, H. Jnr. (1982). *In Search of Excellence*. London: Harper Collins.
- PETERS, Tom and Austin, Nancy. (1985). *A Passion for Excellence. The Leadership difference*. London: Harper Collins.
- PETERS, Tom. (1989). *Thriving on Chaos*. London: Pan.
- PETIZ, O. e Correia, I. (2004), *As pequenas e médias e empresas e o empreendedorismo: que realidade*. Universidade do Minho, Paper não publicado.
- ROBERT, Michel e CORDEIRO, René (1997), *Estratégia de Inovação de Produtos, pura e simples: como o Processo de Inovação Estratégica ajuda a sua empresa a ultrapassar os concorrentes*, Lisboa, Difusão Cultural.
- SCHEIN, Edgar (1997), *Organizational Culture and Leadership*. 2nd ed. California: Jossey-Bass.
- SENGE, Peter (1992), *La Quinta Disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*, Barcelona, Granica.
- SENGE, Peter (2001), The Dance of Change. The challenges of sustaing momentum in learning organizations. London: Nicholas Brealey.
- STACEY, Ralph (1998), *Pensamento estratégico e gestão da mudança*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- UHLANER, L.M., A.R. Thurik and J. Hutjes, 2002, "Post-materialism as a cultural factor influencing entrepreneurial activity across nations," ERIM Report ERS-2002-62.
- STR, Erasmus University Rotterdam.

DODATAK 1

Upitnik je odobrio Prof. Simon L. Dolan, šef katedre na Universitat Ramon Llull, Direktor istraživanja – IEL (Instituto de Estudios Laborales), Poslovna škola ESADE, Univerzitet Ramon Llull, Avenida Pedralbes 60-62, 08034 Barcelona, ŠPANIJA, (+34) 93 280 6162, lokal 2483 ili 3749; Fax (+34) 93 204 8105, Email DOLANŽESADE.EDU c.v.:www.arrakis.es/cdolan/dolancv.html

Dok razmišljate o ponuđenim vrednostima, imajte na umu kakav će biti način života I rada u XXI veku. Do kojeg stepena mislite da će svaka ponuđena vrednost imati značaja za Vaš lični I profesionalni život? Obratite pažnju: ne postoje tačni ili netačni odgovori, jednostavno obeležite jedan broj (između 0 = of uopšte ne pridajem značaj; 1 = svejedno mi je; 2 = veoma malo ili nimalo; 3 = of little importance; 4 = delimično mi znači i 5 = veoma značajno) u svakom redu i u svakoj koloni kojim ćete odrediti svoj sud.

Vrednosti i principi delovanja koji zaista utiču na moj svakodnevni život...

		Moj privatni život					Organizacija u kojoj radim						
		nema značaja	veoma značajno	nema značaja	veoma značajno	nema značaja	veoma značajno	nema značaja	veoma značajno	nema značaja	veoma značajno		
1.	Sreća	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
2.	Ljubav - osećajnost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
3.	Široki pogledi	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
4.	Stalno učenje u praksi	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
5.	Harmonija - estetika	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
6.	Avantura - hrabrost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
7.	Srdačnost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
8.	Koherentnost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
9.	Lični takmičarski duh	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
10.	Efektivna komunikacija	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
11.	Poverenje (oslanjanje)	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
12.	Saradnja - drugarstvo	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
13.	Briga o porodici	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
14.	Novac – materijalni opstanak	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
15.	Emocionalno uživanje	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
16.	Efikasnost rezultata	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
17.	Emocionalna empatija	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
18.	Ravnoteža između života i rada	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
19.	Profesionalna etika	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
20.	Sreća (potraga za srećom)	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
21.	Sposobnost adaptacije	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
22.	Velikodušnost – deliti s drugim	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
23.	Dostojanstvo / Poniznost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
24.	Utopija - ideal	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
25.	Jednakost (nema diskriminacije)	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
26.	Maštovitost - kreativnost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
27.	Integritet	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
28.	Pravda – društvena odgovornost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
29.	Čovek u središtu pažnje	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
30.	Sloboda - inicijativa	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
31.	Red - organizacija	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
32.	Strast - iluzija	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
33.	Pragmatizam - realizam	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
34.	Tehnička stručnost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
35.	Poštovanje prema ljudima	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
36.	Poštovanje prema životnoj sredini	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
37.	Žrtva - strogost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
38.	Zdravlje	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
39.	bezbednost – mudrost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
40.	Ozarenost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
41.	Pojednostavljenje postupaka	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
42.	Transparentnost - iskrenost	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
43.	Patience- tenacity	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5

a. Starosno doba:..... b. Pol (M/Ž): c. Mesto stanovanja (grad):