

UNIVERZITET U BEOGRADU  
FILOZOFSKI FAKULTET

Marija S. Manasijević

**TUMAČENJE POSTIGNUĆA PREDUZETNIKA:  
ATRIBUCIONI PRISTUP**

doktorska disertacija

Beograd, 2017.

UNIVERSITY OF BELGRADE  
FACULTY OF PHILOSOPHY

Marija S. Manasijević

**INTERPRETING THE ACHIEVEMENT OF  
ENTREPRENEURS: ATTRIBUTIONAL APPROACH**

Doctoral Dissertation

Belgrade,  
2017.

## **Podaci o mentoru i članovima komisije**

### **Mentor:**

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

### **Članovi komisije:**

dr Mirosava Đurišić Bojanović, redovni profesor, Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet

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

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

### **Datum odbrane doktorske disertacije:**

---

## **Izjave zahvalnosti**

*Duboku zahvalnost pre svih dugujem svojim roditeljima koji su me od kad znam za sebe kroz svoj primer učili koji su to izazovi sa kojima se preduzetnici u našoj zemlji suočavaju. Oni su kao misleći ljudi, od kojih je okolina digla ruke, preuzeli rizik, vredno i naporno radili ceo svoj život i dosada stekli nešto materijalnog i nematerijalnog bogatstva, budući da su odgojili dve potomke koje sa ponosom nastavljaju takvu porodičnu tradiciju. U toku celog mog školovanja imala sam svesrdnu podršku, donekle razumevanje i veliko požrtvovanje kako bih mogla da ostvarim svoje akademske snove i na tome im veliko hvala, jer su poput Meklilenda uspeli da razviju zavidni nivo MOP-a u mom slučaju.*

*Zahvaljujem se mentoru, prof. Popadiću i članicama komisije na smernicama, ogradama, razumevanju, sugestijama i vremenu koje su mi posvetili i značajno doprineli uobličavanju ovog rada.*

*Ovaj rad ne bi nastao bez preduzetnica i preduzetnika koji su bili otvoreni za saradnju i posvetili svoje dragoceno vreme istraživanju i mladoj doktorandkinji i na tome im od srca zahvaljujem. Svakako, logistička i moralna podrška brojnih stručnih udruženja i pojedinaca koji su imali sluha za ovaj istraživački i problem naše mikroekonomije je bila dragocena.*

*U ovom procesu neizostavna i često od presudnog značaja podrška, briga, razumevanje, uzajamno očajavanje i (o)smeh prijatelja: Jasne, Jelene, Anje, Kreše, Vanjura, Topale, Cece, Stipice, Katarine, Miše, Dalibora, Jelene, Dušane, Ane, Sanje, Martine, Bojane, Srđana, Tacike, Mice, bivših i trenutnih studenata.*

*I na kraju, hvala Ivani, mojoj starijoj sestri, majci i maćehi na superviziji svega čega se latim.*

## Podaci o disertaciji

### Sažetak:

*Istraživanje na temu provere Vajnerovog atribucionog modela u oblasti preduzetništva u Vojvodini i Beogradu sprovedeno je u periodu od 2016.-2017. godine. Terenskim istraživanjem putem online i offline ankete ispitano je 140 preduzetnica i preduzetnika koji posluju pretežno u oblasti usluga. U radu je dat istorijski pregled razvoja atribucionih teorija, a zatim i mnogobrojnih istraživanja iz oblasti kognitivne psihologije preduzetništva. Kao osnovni problem istraživanja postavljeno je sledeće pitanje: da li je Vajnerov model atribucije postignuća primenjiv u analizi tumačenja postignuća preduzetnika? 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 bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Kao dodatni cilj istraživanja postavljeno je i testiranje modela atribucije preduzetnika koji je, u poređenju sa klasičnim Vajnerovim modelom atribucije, bio obogaćen varijablama koje mogu sistematski oblikovati proces tumačenja postignuća, kao što su motiv osnivanja preduzeća, preduzetnička samoefikasnost, lične vrednosti preduzetnika i percepcija poželjnosti preduzetništva u društvu. U istraživanju je korišćena baterija instrumenata koja sadrži modifikovane skale stavova o preduzetništvu, originalnu Švarcovu skalu ličnih vrednosti i dva instrumenta namenjenih merenju atribucije uspeha i neuspeha konstruisana za potrebe istraživanja, i konačno, sociodemografski upitnik o preduzeću i ispitaniku. Dobijeni rezultati istraživanja potvrdili su 10 i opovrgnuli osam početnih pretpostavki. Sprovedeno istraživanje dalo je važne rezultateo atribucionom pristupu u kontekstu preduzetništva, doprinelo raščišćavanju brojnih rezultata ranije sprovedenih istraživanja u oblasti preduzetništva u tranzicionim zemljama, potvrdilo konstruktivnu, konvergentnu i divergentnu valjanost novokonstruisanih instrumenata i na kraju, bacilli malo, ali jako svetlo na preduzetničku praksu u našoj zemlji.*

**Ključne reči:** Vajnerov model atribucije uspeha, kognitivna psihologija preduzetništva, AUP skala, ANP skala, subjektivna procena uspeha i neuspeha, izazovi preduzetništva u Srbiji, CFA, SEM, strategija Decenije preduzetništva

**Naučna oblast:** Socijalna psihologija

**Uža naučna oblast:** Organizaciona psihologija, Kognitivna psihologija preduzetništva

## **Abstract**

*The research on the topic of the Weiner's attribution model in the field of entrepreneurship in Vojvodina and Belgrade was conducted in the period from 2016 to year of 2017. Field survey through online and offline questionnaire examined 140 female and male entrepreneurs who work predominantly in the field of services. The paper presents a historical overview of the development of attribution theories, continuing with numerous studies in the field of cognitive psychology of entrepreneurship. As the main problem of research we raised the following question: whether the Weiner attribute attribute achievement is applicable in the analysis of the interpretation of entrepreneurial achievements? The basic hypotezys of our approach is: the way of interpreting the achievement of entrepreneurs has its cognitive and emotional consequences in the form of expectations about future engagement and emotions that stimulate the intensity and quality of motivation to engage in entrepreneurship in the future. As an additional objective of the research, comparing with the classical Weiner's model of attribution, the model of entrepreneurial attribution model was set up, which was enriched with variables that can systematically form the process of interpretation of achievements, such as the motive of founding enterprise, entrepreneurial self-efficacy, personal values of entrepreneurs and perceptions of the desirability of entrepreneurship in society. In the research we used a battery of scales containing modified scales of entrepreneurial attitudes, Schwartz's original personal values scale and two instruments constructed to measure the attribution of success and failure designed for research, and finally, a sociodemographic questionnaire about the company and the respondent. The obtained results of the survey confirmed 10 and disproved eight initial hypotheses. The conducted research gave important results on the usefulness of attribution approach in the context of entrepreneurship, contributed to the clearing of numerous results of previously conducted research in the field of entrepreneurship in transitional countries, confirmed the constructive, convergent and divergent validity of newly constructed instruments, and finally, the threw little, but very bright light on entrepreneurial practices in our country.*

**Key words:** Weiner's attributional model of success, cognitive psychology of entrepreneurship, AUP scale, ANP scale, subjective assessment of success and failure, challenges of entrepreneurship in Serbia, CFA, SEM, strategy Decades of Entrepreneurship

**Scientific field:** Social psychology

**Scientific subfield:** Organizational psychology, Cognitive psychology of entrepreneurship

## Sadržaj

UVOD.....	1
TEORIJSKI DEO .....	2
Kognitivna psihologija preduzetništva.....	2
Definicije preduzetništva.....	2
Preduzetništvo u Srbiji .....	5
Pravci istraživanja u okviru kognitivne psihologije preduzetništva .....	8
Determinante (ne)uspeha preduzetnika .....	10
Atribucione teorije .....	13
Vajnerov model atribucije postignuća.....	14
Trodimenzionalni model atribucije postignuća.....	16
Metodološki izazovi provere dimenzija atribucije postignuća.....	18
Posledice atribucije: afektivne i kognitivne implikacije.....	21
Atribucijske pristrasnosti.....	24
Atribucija postignuća preduzetnika.....	26
Specifični faktori procesa atribucije postignuća preduzetnika.....	28
Samoeфикаsnost .....	28
Motiv osnivanja preduzeća.....	30
Vrednosti i stavovi.....	32
Predmet i problem istraživanja .....	37
Hipoteze istraživanja.....	39
METOD .....	42
Uzorak ispitanika .....	42
Varijable i instrumenti .....	44
Postupak istraživanja .....	48
Analiza podataka.....	49
Pregled korišćenih skraćenica i statističkih koeficijenata u radu.....	50

REZULTATI .....	51
Varijable iz oblasti procene postignuća preduzetnika .....	51
Atribucija uspeha preduzetnika.....	55
Deskriptivna analiza skale AUP... ..	55
Provera latentne strukture skale AUP.....	56
Analiza pouzdanosti skale AUP.....	60
Analiza konstruktivne validnosti skale AUP.....	61
Deskriptivna analiza subskala AUP.....	62
Atribucija neuspeha preduzetnika.....	63
Deskriptivna analiza skale ANP. ....	63
Provera latentne strukture skale ANP.....	65
Analiza pouzdanosti skale ANP.....	66
Provera konstruktivne validnosti skale ANP.....	67
Deskriptivna analiza subskala ANP.....	68
Polne razlike u lokusu atribucije postignuća .....	69
Preduzetnička samoeфикаsnost .....	69
Poželjnost preduzetništva u društvu.....	72
Analiza pouzdanosti skale PP.....	76
Lične vrednosti.....	77
Analiza povezanosti varijabli osnovnog atribucijskog modela.....	78
Kontekst procene uspeha.....	78
Kontekst procene neuspeha.....	79
Analiza medijacije u okviru atribucijskog modela preduzetnika.....	79
Lokus atribucije uspeha preduzetnika.....	80
Stabilnost atribucije uspeha preduzetnika – emocije i očekivanja.....	80
Kontrolabilnost atribucije neuspeha preduzetnika .....	81
Ranije iskustvo u delatnosti.....	81
Povezanost specifičnih faktora postignuća sa procenom i atribucijama postignuća .....	82



Preduzetnička samoeфикаsnost.....	82
Motivi osnivanja preduzeća.....	82
Lične vrednosti preduzetnika.....	83
Percepcija sredinskih faktora.....	84
Modeli predikcije procesa atribucije preduzetnika.....	85
Kontekst atribucije uspeha.....	85
Kontekst atribucije neuspeha.....	89
DISKUSIJA I ZAKLJUČCI.....	93
(Tro)dimenzionalnost atribucija uspeha i neuspeha preduzetnika.....	93
Postignuće i način njegovog tumačenja postignuća preduzetnika: opšte tendencije i polne razlike.....	97
Kognitivne i afektivne posledice atribucije postignuća preduzetnika.....	99
Specifični faktori procesa atribucije postignuća preduzetnika.....	100
Modeli procesa atribucije postignuća preduzetnika.....	103
Model atribucije uspeha preduzetnika.....	103
Model atribucije neuspeha preduzetnika.....	104
Metodološki izazovi u merenju atribucije postignuća kod preduzetnika u Srbiji.....	106
ZAVRŠNA RAZMATRANJA I PREPORUKE.....	108
LITERATURA.....	114
PRILOZI.....	128
Prilog 1. Instrument.....	128
Prilog 2. Poziv za učešće u istraživanju.....	137
Prilog 3A. Faktorska opterećenja subskale Lokus atribucije uspeha preduzetnika.....	138
Prilog 3B. Faktorska opterećenja subskale Stabilnost atribucije uspeha preduzetnika.....	139
Prilog 3C. Faktorska opterećenja subskale Kontrolabilnost atribucije uspeha preduzetnika.....	140
Prilog 4. Pouzdanost i diskriminativnost stavki skale AUP.....	141
Prilog 5A. Faktorska opterećenja subskale Lokus atribucije neuspeha preduzetnika. ...	142
Prilog 5B. Faktorska opterećenja subskale Stabilnost atribucije neuspeha preduzetnika.....	143

Prilog 5C. Faktorska opterećenja subskale Kontrolabilnost atribucije neuspeha preduzetnika.....	144
Prilog 6. Pouzdanost i diskriminativnost stavki skale ANP .....	145
Prilog 7A. Komunaliteti stavki skale PP.....	147
Prilog 7B. Matrica komponenti skale PP.....	147
Prilog 7C. Matrica strukture skale PP.....	148
Prilog 8A. Pouzdanost i diskriminativnost stavki subskale Poželjnost u društvu .....	148
Prilog 8B. Pouzdanost i diskriminativnost stavki subskale Poželjnost u neposrednoj sredini.....	149
Prilog 9. Frekvencijska analiza odgovora ispitanika (varijable iz oblasti procene postignuća).....	149
Prilog 9A. Motiv osnivanja preduzeća .....	149
Prilog 9B. Procena postignuća .....	150
Prilog 9C. Procena emocionalnog doživljaja .....	151
Prilog 9D. Atribucija uspeha preduzetnika .....	152
Prilog 9F. Atribucija neuspeha preduzetnika .....	154
Prilog 9G. Motivacija za bavljenje preduzetništvom .....	155
Prilog 9H. Očekivanje postignuća u budućnosti .....	156
Prilog 9I. Preduzetnička samoeфикаsnost .....	156
Prilog 9J. Poželjnost preduzetništva u društvu .....	157
Biografija .....	158
Izjava o autorstvu .....	161
Izjava o istovetnosti štampane i elektronske verzije doktorskog rada .....	162
Izjava o korišćenju .....	163

## 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, prema podacima Ministarstva privrede, 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, 2013).

Objedinjujući pobrojane argumente o važnosti preduzetništva za razvoj ekonomije jednog društva opredelili smo se za istraživanje teme preduzetništva iz psihološkog ugla. Naime, 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. Način tumačenja uzroka uspeha predstavlja važan izvor informacija o tome kakve odluke će pojedinac donositi i u kojoj meri će planirati svoju budućnost u okviru preduzetništva. Istovremeno, od izuzetnog je značaja i pitanje kojim faktorima pojedinac prvenstveno pripisuje kauzalitet svog neuspeha. U kontekstu tumačenja neuspeha posebno je interesantno pitanje da li preduzetnik primat daje svojim unutrašnjim karakteristikama ili spoljašnjim okolnostima u kojima radi. Psihološki doživljaj uspeha i neuspeha u našoj sredini predstavlja okosnicu ovog rada, budući da implicira brojne afektivne i kognitivne posledice za formiranje self-koncepta pojedinca. Osim toga, dominantan način atribucije u jednoj zajednici ima važne implikacije i za njen rast i razvoj. U narednim poglavljima

ukratko ćemo predstaviti osnovne teorijske postavke kognitivne psihologije preduzetništva atribucione teorije, kao i pregled dosadašnjih istraživanja iz ovih oblasti.

## TEORIJSKI DEO

### Kognitivna psihologija preduzetništva

**Definicije preduzetništva.** 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 organizacionim 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 Šampeter (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), odgovornost (Sutton, 1954), potreba za postignućem (McClelland, 1961), ambicioznost, potreba za nezavisnošću, odgovornost, samopouzdanje (Davidson, 1963), potreba za kontrolom, odgovornost, samopouzdanje, preduzimljivost, inovativnost i spremnost za preuzimanje rizika (Carland, Hoy, Boulton & Carland, 1984; Jones & English, 2004; Njegomir, 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 tržištu (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, 1989).

Sa druge strane, Tang i saradnici (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, motiv postignuća, spremnost na rizik i posvećenost preduzeću.

Kreiranje spiska karakteristika ličnosti jedinstvenog za preduzetnike rezultirao 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 i usluga, tehnološke i poljoprivredne preduzetnike itd.

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 agensima 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.

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 osnivanja 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, et al., 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). Istovremeno, predstavnici republičkih vlasti u sredstvima javnog informisanja prikazuju mnogo bolju računicu ovih parametara koji se usled promene metodologije računanja pokazuju jako dobrim. Na taj način se dolazi do podataka o nižoj stopi nezaposlenosti u odnosu na onu iz 1990. godine u bivšoj SFRJ, koja je u tom smislu bila jedna od najboljih godina. Sticajem istorijsko-sociološko-antropoloških okolnosti, procesa globalizacije, geopolitički iniciranih migracija ljudi sa Balkanskog poluostrva, starenju stanovništva, smanjenju ukupnog broja radno sposobnih ljudi u proteklih 28 godina i drugačijoj metodologiji računanja procenata, ovakvi podaci su, malo je reći, marketiški osmišljeni. 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 za oporavak mikroekonomije.

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, stigme od neuspeha, 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 izvozu proizvoda, tj. usluga.

Istraživanjajavnog 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 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 preduzećima 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 uspjeli "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 odluču 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 zahteve Evropske unije, čijem članstvu naša država teži, Ministarstvo privrede Republike Srbije proglasilo je 2016. godinu Godinom preduzetništva. To podrazumeva donošenje zakonske regulativekoja će olakšati osnivanje, poslovanje i razvoj malih i srednjih preduzeća i izdvajanje sredstava za stimulatívne programe. Osim toga, inicijative Evropske unije se posebno dotiču 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. Ovakva perspektiva se postavlja kao imperativ u savremenom neoliberalnom modelu makro i mikro ekonomije u zemljama celog sveta, te pred pojedinca postavlja zadatak prepoznavanja dobrih prilika ili ćorsokaka, što predstavlja svojevrsni test zrelosti pojedinca i društva.

**Pravci istraživanja u okviru kognitivne psihologije preduzetništva.** Psihološka istraživanja u oblasti preduzetništva na samom početku su najčešće bila teorijska, 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 sa usmerenjem na kognitivnu psihologiju.

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 izdvaja oblast preduzetničkih namera, njihovog predviđanja i podsticanja putem obrazovanja. Popularnost koncepta preduzetničkih namera proizilazi iz tendencije psihologa za predviđanjem ponašanja, što implicitno predstavlja očekivanja 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. Takođe, 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 međuzavisnog 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 provere Vajnerovog modela atribucije postignuća u sferi preduzetništva. Ovakav pristup bi trebalo da doprinese verifikaciji starijih i davno proverenih postavki atribucionog pristupa u sferi preduzetničkog načina doživljaja sveta. U nastavku ćemo prikazati tendencije istraživanja u ovoj oblasti.

**Determinante (ne)uspeha preduzetnika.** U okviru istraživanja determinanti uspeha preduzetnika nailazimo na grupe istraživača koje su se posvetile izučavanju karakteristika preduzetnika, karakteristika preduzeća i faktora okruženja u kome preduzetnici rade.

Kao unutrašnje determinante uspeha preduzetnika istraživači izdvajaju: visoku samoefikasnost (Chen, Green & Crick, 1998; Markman & Baron, 2003), sposobnost prepoznavanja prilika (Busenitz, 1999), visoku ličnu istrajnost (Stolz, 2000), inovativnost i sklonost riziku (Stewart, Watson, Carland & Carland, 1999), 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).

Istraživanja individualnih razlika preduzetnika u odnosu na ostatak populacije imala su skromni učinak u predviđanju njihovog uspeha (Shaver & Scott, 1991), ali se interakcijom karakteristika ličnosti, sociodemografskih karakteristika i ponašanja preduzetnika dobija značajnija prediktivna moć uspeha preduzeća (Covin & Slevin, 1991; Rauch & Frese, 2000; Alstete, 2008).

Jedan od primera takvih istraživanja dali su Baum i Locke (Baum & Locke, 2004) koji su predstavili integrisani model karakteristika ličnosti i motivacionih dispozicija. Kao značajne karakteristike ličnosti izabrane su strast za bavljenje preduzetništvom, veštine pronalaženja novih resursa i istrajnost, dok usmerenost na ciljeve, iskomuniciranost vizije i samoefikasnost predstavljaju motivacione dispozicije 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. Pritom je procena samoefikasnosti imala najsnažniji direktni uticaj na merene rezultate rada preduzeća u poređenju sa ostalim motivacionim dispozicijama.

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 osnuju, 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 proizvoda i usluga 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.

U okviru karakteristika novoosnovane kompanije razmatraju se: inicijalna veličina kompanije, njeno usmerenje (da li ulazi u novi biznis ili je sledbenik postojećih načina poslovanja), strategije nastupa na tržištu (opšti ili specifični pristup) (Hannan & Freeman, 1977). Istraživanje Bruderla i saradnika (Bruderl et al., 1992) pokazalo je da je uspeh 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 istraživanju sprovedenom u našoj zemlji (Stefanović, Prokić & Ranković, 2013) kao osnovne determinante uspeha izdvojene su: dobar korisnički servis, dobar proizvod po niskoj ceni i reputacija poštenja preduzeća.

Od sredinskih faktora izdvajaju se varijable vezane za zadatak (delatnost), zadovoljavajuća podrška od strane Vlade, dostupnost kapitala, poslovna klima, podrška porodice i prijatelja (Carroll, 1987; Benzing, Chu & Kara, 2009). Nalazi istraživanja sprovedenog u Nemačkoj (Bruderl et al., 1992) govore u prilog većem uspehu proizvodnih organizacija, nasuprot trgovinama i kompanijama koje se bave transportom. Autori skreću pažnju da vrsta delatnosti sama po sebi ne garantuje uspeh na tržištu, već je u interakciji sa ljudskim kapitalom osnivača koji se odlučuju na osnivanje pojedine vrste kompanije. Institucionalni faktori kao što su kontradiktorni i isuviše komplikovani zakoni o privatnim preduzećima, naročito u fazi osnivanja, te obimne birokratske procedure zajednički su za gotove sve zemlje u razvoju (Benzing et al., 2009), što značajno otežava uspeh preduzetnika. Dostupnost kapitala je naročito veliki problem preduzetnika u zemljama u tranziciji (Bruton&Rubanik, 2002). Kao dodatni otežavajući faktori javljaju se: neinformisanost o različitim oblastima poslovanja, visoke poreske i stope inflacije (Young

& Welch, 1993). Istraživanje sprovedeno krajem 2006. godine na reprezentativnom uzorku preduzetnika iz Evropske unije pokazalo je da su njihovi najznačajniji problemi: ograničena kupovna moć potrošača, neadekvatne zakonske regulative, manjak radne snage, visoke cene radnih satnica, neadekvatna infrastruktura i nedostatak finansijskih resursa (Izveštaj agencije Galup, 2007). Rezultati istraživanja sprovedenog iste godine u Srbiji ukazuju na sledeće probleme: nedostupnost finansijskih resursa, zakonske regulative, nedostatak informacija o kretanjima na tržištu, nedostatak kvalifikovane radne snage, neusaglašenost standarda, manjak adekvatnih informacija o tehnološkim inovacijama (Ekspertski tim Republičkog instituta za razvoj i Republičke agencije za mala i srednja preduzeća, 2007). Skorija istraživanja sprovedena među domaćim preduzetnicima ukazuju da se kao najveći problemi javljaju: slaba ekonomija u Srbiji, nepouzdana radnici, konfuzni poreski sistem i previše državnih propisa (Stefanović et. al, 2013).

Izazovi sa kojima se preduzetnici suočavaju razlikuju se u zavisnosti od faze razvoja preduzeća, te domaći preduzetnici u početnoj fazi izdvajaju kao najznačajnije izazove: obezbeđenje finansijskih sredstava za osnivanje preduzeća, pronalaženje i angažovanje kvalitetne radne snage, uspostavljanje organizacione strukture (EY Preduzetnički barometar, 2016). U kasnijim fazama razvoja preduzeća javljaju se: pronalaženje i angažovanje kvalitetne radne snage, organizaciona pitanja i lokalna i globalna ekonomska klima kao najznačajniji izazovi u daljem razvoju preduzeća.

Uticaj analiziranih faktora na uspeh preduzeća najbolje rezultate predikcije daje kada se posmatra u njihovoj međusobnoj interakciji (Van de Ven, Hudson & Schroeder, 1984; Aldrich & Wiedenmayer, 1993; Rauch & Frese, 2000).

U nastavku rada ukratko ćemo predstaviti teorijski okvir za koji smo se opredelili u koncipiranju i sprovođenju istraživanja na uzorku populacije preduzetnika.

## Atribucione teorije

Teorije atribucije predstavljaju značajno polje istraživanja u okviru socijalne kognicije. Proces atribucije predstavlja odgovor na pitanje *Zašto se nešto desilo?*, tj. pronalaženje uzroka nekog ishoda situacije ili nekog ponašanja. Na primer, možemo razmatrati pitanja kao što su: *Zašto sam pao na ispitu? Zašto se Marko dobro snalazi na novom poslu iako mu je išlo loše na prethodnom? Zašto se simpatični mladić koji mi je prethodne večeri tražio broj telefona još uvek nije javio?* itd. Vajner (Weiner, 1986) naglašava da su u fokusu naše analize ishodi nekog ponašanja, a ne ponašanje kao takvo (*Zašto se Marko dobro snalazi na poslu/Zašto Marko uopšte radi?*). Ovaj proces je svojstven pojedincima u svakodnevnom životu budući da omogućava tumačenje sveta oko sebe i zadovoljava njihovu potrebu za kognitivnom jasnoćom.

Iako su lična usmerenja u tumačenju situacija evidentna, teorije atribucije su pre svega fokusirane na važnost socijalnog učenja u okviru formiranja određenih atribucija (Weiner, 1986). Naime, osoba se procesom socijalizacije i usvajanjem obrazaca ponašanja jedne socijalne sredine usmerava da određene situacije tumači na način koji je uobičajen u toj socijalnoj sredini. Teorijama atribucije nastoji se objasniti koji načini usmerenosti u tumačenju pojedinih situacija postoje, kada se oni aktiviraju i na koji način utiču na proces opažanja. Osim toga, prilikom procesa atribucije pored percepcije se aktiviraju i procesi suđenja, zaključivanja i sećanja. U skladu sa tim, teorije atribucije imaju tendenciju da objasne implicitne zakonitosti prilikom analize opaženih iskustava. Najznačajniji modeli atribucije su: Hajderov model atribucije, Kelijev model kovarijansi i Vajnerov model atribucije postignuća.

Hajder (Heider, 1944; 1958) je svojim modelom postavio osnovu za teorijsko i empirijsko proučavanje procesa atribucije. Svoj model usmerio je na proučavanje laičkog načina tumačenja interpersonalnih odnosa, smatrajući da ljudi imaju potrebu da analiziraju brojne informacije koje dopiru do njih tako da svoje okruženje učine jasnijim i predvidljivijim. Ovaj autor ističe da je pri procesu analize nekog ishoda najvažnije pitanje da li je ishod posledica namere nekog aktera u datoj sredini. Ukoliko je opažena namera za

dato ponašanje, pripisuje mu se personalni uzrok, a u nedostatku namere smatra se da je događaj imao nepersonalne uzroke. Kada je događaj shvaćen kao posledica nečijeg namernog ponašanja, pristupa se analizi uzroka takvog ponašanja. Osnovne klase faktora koje mogu doprineti ishodu akcije najčešće se dele na sredinske i personalne, a odnos između njih je aditivnog karaktera, tj. jedno ne isključuje drugo (Weiner, 1986). Osnovna postavka ovog modela glasi: da bismo neki događaj okarakterisali kao namerno ponašanje pre svega moramo utvrditi da li je akter bio motivisan, što proizilazi iz njegove namere i zalaganja, i sa druge strane, da li je u stanju da izvede takvo ponašanje, što zavisi od njegovih sposobnosti i svojstava sredine (Weiner, 1980).

Kako bi ispitili proces atribucije brojni istraživači su pred svoje ispitanike postavljali zadatke sećanja svojih uspeha i neuspeha iz prošlosti i načina njihovog objašnjenja, zatim zadatke tumačenja hipotetičkih ishoda određene situacije i, konačno, varirali tumačenje sopstvenog i tuđeg postignuća. U pojedinim situacijama ispitanici su sami navodili moguće uzroke događaja, a u drugim su procenjivali važnost uzroka sa liste ponuđene od strane istraživača. Kao posledica takve metodologije prikupljen je veliki broj podataka, sa osnovnom zamerkom da su procedurom sprovođenja istraživanja autori podstakli analizu uzroka nečijeg ponašanja kod ispitanika koja se ne bi spontano javila u mnogim od navedenih slučajeva (Weiner, 1986). Potraga za analizom spontane atribucije nastavljena je kodiranjem usmenih izjava ili pisanog materijala kao što su sportske rubrike u novinama (Lau & Russell, 1980), novinski članci o psihološkim savetima (Shoeneman & Rubanowitz, 1985), godišnji izveštaji kompanija (Bettman & Weitz, 1983). Osim kodiranja pisanih i usmenih materijala, istraživači su koristili i selekciju informacija, slobodno prisećanje, metod dovršavanja rečenica itd. Rezultati ovih analiza ukazali su na izostanak doslednog atribucionog razmišljanja u svakodnevnom životu, ali to svakako nije sprečilo istraživače da dalje produbljuju temu analize uzroka u različitim kontekstima.

**Vajnerov model atribucije postignuća.** Jedan od važnih Hajderovih naslednika u istraživanju naivne analize akcije je i Bernard Vajner. Svoju pažnju posvetio je razradi modela atribucije postignuća u situacijama uspeha i neuspeha (Wiener, 1980). Proces atribucije prema postavkama ovog modela kod pojedinca je svestan u situacijama koje su



za njega važne, neočekivane ili sa negativnim ishodom, kao što su neuspeh u školi, neefikasnost na poslu, problemi u braku (Weiner, 1980; 1985; 1986). U ostalim situacijama taj proces funkcioniše prema izvesnom automatizmu „laičkih naučnika” (Weiner, 1985; 1986).

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 najčešća 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. Ova matrica tumačenja uspeha i neuspeha korišćena je od strane brojnih istraživača bez kritičkog osvrta na domete njene upotrebne vrednosti u zavisnosti od situacije, na šta je i sam autor modela skretao pažnju (Weiner, 1979).

Istraživanje Vajnera i Kukle (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 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 zadavali zadatak

procene uzroka tuđeg ponašanja. Za precizniju procenu situacije ispitanicima su date informacije o tome da li su osobe koje se procenjuju imale uspeha u rešavanju zadataka ili je poduhvat završen neuspehom. Osim toga, ispitanici su dobijali sledeće informacije: procenat učinka osobe na istoj vrsti zadatka u ranijem periodu, procenat učinka osobe 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 tuđeg uspeha 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.

**Trodimenzionalni model atribucije postignuća.** Provera osnovnog modela atribucije postignuća je od početka sedamdesetih godina prošlog veka doprinela njegovom obogaćivanju. Naime, istraživanja su najčešće sprovedena na studentskoj i nastavničkoj populaciji čiji je zadatak bio samoprocena ili procena drugih pri tumačenju uspeha ili neuspeha na konkretnim zadacima rešavanja anagrama, polaganja akademskog testa, i tumačenja opštijih rezultata aktivnosti kao što su opšti uspeh u školi ili u specifičnim oblastima kao što je sport ili umetnost. Nakon pregleda rezultata brojnih istraživanja (Frieze, 1976; Elig&Frieze, 1979; Burger, Cooper & Burger, 1980; Cooper & Burger, 1980; Frieze & Snyder, 1980; Burger, Cooper & Good, 1982; Anderson, 1983a; Wilson&Palmer, 1983; Bar-Tal, Goldberg & Knaani, 1984) Vajner (Weiner, 1986) zaključuje da su u različitim situacijama kao uzroci aktivnosti koje su povezane sa postignućem izdvajane: sposobnosti, trenutni i dugoročni trud, karakteristike zadatka, intrinzična motivacija, kompetencije nastavnika, raspoloženje i sreća. Na taj način izdvaja se i treća dimenzija modela, koja je nazvana kontrolabilnost (Weiner, 1980). Trodimenzionalni model atribucije postignuća prikazan je u Tabeli 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

Trodimenzionalni 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 uticati 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 (Heider, 1958).

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. Tako na primer, jedan pojedinac može smatrati da je trud u nekoj dugoročnoj aktivnosti relativno stabilan, ili pak da se sposobnosti mogu u određenom roku promeniti, što značajno menja atribucionni proces događaja.

Malobrojna istraživanja atribucionog procesa tragala su za individualnim razlikama, odnosno faktorima ličnosti ili sredine koji mogu sistematski usmeriti način tumačenja uspeha i neuspeha. U jednom takvom istraživanju proveravan je uticaj anksioznosti na tumačenje postignuća, gde se pokazalo da će osobe sa niskom anksioznošću svoj neuspeh pripisati manjem zalaganju u odnosu na pojedince sa višim nivoom anksioznosti (Arkin,

Detchon & Maruyama, 1981). Potreba za postignućem predstavlja još jedan značajan korelat atribucije, tako da osobe sa visoko izraženom potrebom za postignuće češće objašnjavaju svoj neuspeh manjim zalaganjem oko zadatka u odnosu na pojedince sa nisko izraženom ambicijom, koje svoj neuspeh tumače nedovoljno razvijenim sposobnostima (Meyer, 1970, prema Weiner, 1986). U ovom istraživanju potvrđena je i veza između potrebe za postignućem, načina atribuiranja situacije i njegove povezanosti sa očekivanjima i intenzitetom učinka. Baron (Baron, 2006) takođe skreće pažnju na individualne kognitivne strukture pojedinca, koje služe kao okvir tumačenja situacija nastalih sumiranjem dotadašnjeg životnog iskustva.

Osim tumačenja uzroka aktivnosti povezanih sa postignućem, model atribucije korišćen je i za analizu drugih sfera života kao što su: interpersonalni odnosi (Michela, Peplau & Weeks, 1982; Anderson, 1983a); oboljevanje (DuCette & Keane, 1984) siromaštvo (Furnham, 1982), pružanje pomoći, pojave depresije, donošenje sudskih presuda (Weiner, 1986). Upotrebna vrednost atribucionog modela u ovim domenima je potvrđena, s tim da se u njihovom tumačenju javljaju i neki specifični faktori, kao što su loše školovanje ili priliv emigranata kod tumačenja siromaštva.

**Metodološki izazovi provere dimenzija atribucije postignuća.** U analizi atribucija pronalazimo dva pristupa: dijalektički, koji se zasniva na Hajderovim (Heider, 1958) principima intuitivne analize dimenzija i empirijski, koji se zasniva na principima faktorske analize i multidimenzionalnog skaliranja. U okviru dijalektičkog pristupa razlikuju se tri dimenzije (lokus, stabilnost i kontrolabilnost) koje su postavljene bipolarno (unutrašnji-spoljašnji, stabilni-nestabilni, kontrolabilni-nekontrolabilni) i predstavljaju potencijalne načine objašnjenja uspeha, tj. neuspeha u sferi postignuća ili socijalnog života. Njihovim ukrštanjem dobijaju se osam različitih uzroka neuspeha u određenoj situaciji, ali Vajner (Weiner, 1986) sugeriše da se pri tumačenju rezultata u najvećoj meri koristi dimenzija unutrašnji-spoljašnji uzrok. Kao osnovna zamerka ovom pristupu navodi se nametnuti sistem kategorija od strane istraživača, koje se mogu razlikovati od ispitanikovih procena pozicije dimenzija. Na taj način vraća se jedna od bazičnih dilema atribucione teorije o upotrebnoj vrednosti modela u svakodnevnoj praksi laika.

Odgovor na ove dileme usledio je krajem sedamdesetih godina kada su proveravane postavke atribucionih modela empirijskim putem. U potrazi za latentnom kauzalnom strukturom istraživači su koristili faktorsku analizu kako bi analizirali procene ispitanika za svaku od potencijalnih atribucija. Istraživanja faktorske strukture atribucije koje su sproveli Mejer i njegovi saradnici (Meyer, 1980; Meyer & Koelbl, 1982) su izdvojila tri, odnosno četiri dimenzije kauzalnosti pri proceni hipotetičkih i realnih situacija u akademskom kontekstu, pri samoproceni i procene od strane drugih. Naime, u prvom istraživanju (Meyer, 1980) inteligencija i radne navike su procenjene stabilnim, a raspoloženje i sreća nestabilnim faktorima. Trud nastavnika i težina ispita su pripali spoljašnjim, dok su priprema ispita i radne navike procenjene kao unutrašnje. U kontrolabilne uzroke spadaju priprema ispita i raspoloženje, dok sreća i sposobnost odgovaranja na testove predstavljaju nekontrolabilne. U drugom istraživanju (Meyer&Koelbl, 1982) izdvojena su četiri faktora: lokus, stabilnost, kontrola i nespecificovani faktor koji čine anksioznost i raspoloženje, sa jedne strane, i sreća i težina zadatka, sa druge strane.

Osim toga, korišćen je i pristup multidimenzionalnog skaliranja u okviru koga su ispitanici procenjivali koliko su međusobno slični svaki od mogućih uzroka nekog ishoda (na primer trud i sposobnosti). Na taj način istraživači su mogli da predstave raspon odgovora u prostoru na mapi, što je predstavljalo latentnu strukturu kauzalnosti. Prvu studiju u okviru ovog pristupa sproveo je Paser (Passer, 1977) uspostavljajući sistematično empirijsko proučavanje kauzalne strukture uspeha i neuspeha odvojeno. Rezultati njegovog istraživanja ukazuju na dve dimenzije objašnjenja neuspeha i to: *namera-kontrola (nikada ne uči posvećeno/lenj naspram nervozan/raspoloženje)* i *lokus (loš nastavnik/težak ispit naspram loše raspoloženje/nisko samopouzdanje)*. U slučaju procene akademskog uspeha samo jedimenzija lokusa bila je stabilna. Provera strukture kauzalnosti u okviru socijalne sfere dala je drugačije rezultate. Na primer, istraživanje Pasera i saradnika (Passer, Kelley & Michaela, 1978) u kontekstu bračnih konflikata izdvojilo je kauzalne dimenzije kao što su: *namera i stav prema partneru, ili okolnosti i osobine partnera, u zavisnosti da li je analiza vršena iz ugla aktera (osobe koja čini nešto nažao) ili partnera (osobe koja trpi posledice*

takvog ponašanja). Analiza uzroka usamljenosti u istraživanju Mikaela i saradnika (Michaela et al, 1982) izdvojila je lokus i stabilnost.

Koristeći principe kategoričkog sortiranja Stern (1983) je uz pomoć multitestovnog i multimetodskog pristupa proveravala postavku o trodimenzionalnoj strukturi kauzalnih atribucija. U okviru četiri nezavisne studije pred svoje ispitanike je postavljala različite zadatke kategorisanja 16 mogućih uzroka akademskog ili sportskog neuspeha. Nakon toga je formirana matrica interkorelacije kategorizacija ispitanika i a priori kategorizacije na osnovu logičke analize, koja je beležila korelaciju visokog intenziteta ( $r=.60$ ) između ovih rešenja. Ovaj nalaz ukazuje na bliskost empirijskog i dijalektičkog poimanja kauzalne atribucije, što je donekle smanjilo sumnju u upotrebnu vrednost modela u svakodnevnoj praksi.

Možemo zaključiti da je provera strukture kauzalnosti atribucija u sferi akademskog postignuća imala različite tokove i izazove. Istraživači su koristili a priori osmišljene kategorizacije i tragali za njihovom empirijskom potvrdom u zadacima procene pravog ili hipotetičkog ishoda akcije, procene svog ili tuđeg postignuća. Dimenzije lokusa i kontrolabilnosti su potvrđene u najvećem broju studija (Passer, 1977; Meyer, 1980; Meyer & Koelbl, 1982; Stern, 1983), dok je dimenzija stabilnosti bila manje konzistentna (Meyer, 1980; Meyer & Koelbl, 1982; Stern, 1983).

Slaganje dijalektičkog i empirijskog pogleda na kauzalne atribucije je visokog nivoa, ali postoji prostor i za mimoilaženja u načinu objašnjenja uzroka postignuća. Naime, može se postaviti pitanje opravdanosti tri dimenzije kauzalnosti budući da beleže visoke međusobne korelacije, o čemu svedoče rezultati istraživanja Andersona (Anderson, 1983b). U ovom istraživanju zabeležena su visoka zasićenja pojedinačnih uzroka na više dimenzija, te je ideja o ortogonalnosti tri dimenzije Vajnerovog modela postala upitna.

Još jedna od sumnji u trodimenzionalni model atribucije dolazi iz oblasti multidimenzionalnog skaliranja, gde rezultati istraživanja Pasera i saradnika (Passer et al, 1978) ukazuju na nejednaku zastupljenost pojedinih uzroka u svakoj od dimenzija multidimenzionalnog prostora. Kao odgovor na ove kritike Vajner (Weiner, 1986) nudi

objašnjenja koja kao osnovni kriterijum nemaju visinu koeficijenata korelacije, već konceptualnu zasnovanost, te se ne mora očekivati ortogonalni odnos između dimenzija u istraživanjima ako pojedinci ne razmišljaju u tako izdvojenim kategorijama u svakodnevnoj praksi.

Sumnja u trodimenzionalni model se javlja i u smeru povećanja broja dimenzija, gde se kao neke od dodatnih dimenzija izdvajaju *namera* i *opštost* uzroka. Iako priznaje da postoje slučajevi kada prostora za ove dimenzije ima, Vajner (Weiner, 1986) smatra da ovim dimenzijama nedostaje širina i filozofska konceptualizacija za analizu pojedinih uzroka. U tom smislu postavlja se pitanje procene specifičnosti, tj. opštosti uzroka kao što su sposobnosti i sreća. Autor zaključuje da je trodimenzionalni model višestruko proveravan i potvrđen u različitim kontekstima, te može biti primenjen za analizu gotovo svakog uzroka postignuća pojedinca.

**Posledice atribucije: afektivne i kognitivne implikacije.** Vajnerov finalni model atribucije postignuća sadrži brojne komponente na putu od ishoda neke aktivnosti do ponašanja pojedinca u budućnosti (Weiner, 1980; 1986; 2017). Nakon što se neki događaj završi javlja se inicijalna afektivna reakcija na nivou zadovoljstva ili frustracije. Ukoliko je ishod važan, iznenađujući ili negativan javlja se potreba za tumačenjem njegovog uzroka. Tumačenje događaja u velikoj meri zavisi od toga da li se ono vrši iz pozicije aktera ili posmatrača, te se može javiti prostor za atribucijske pristrasnosti. U sledećem koraku se, u zavisnosti od domena situacije koja se procenjuje, ishod pripisuje određenim uzrocima kao što su sposobnosti, zalaganje, sreća, težina zadatka itd. Nakon toga otvara se prostor za tumačenje izabranog uzroka putem kauzalnih dimenzija kao što su lokus, stabilnost, kontrolabilnost. Svaka od dimenzija uzročnosti povezana je sa određenim afektivnim i kognitivnim posledicama koje dalje usmeravaju pojedinca ka određenom ponašanju u budućnosti.

Tumačenje sopstvenog uspeha unutrašnjim faktorima doprinosi javljanju emocije ponosa, dok isti način atribucije tuđeg ponašanja vodi javljanju simpatije (Weiner, 1986; Steinsmeier-Pelster & Heckhausen, 2008). Isti autori navode da se osećaj krivice javlja

kada se ishodi sopstvenog neuspeha tumače unutrašnjim i kontrolabilnim faktorima (nedostatak zalaganja), dok je stid posledica tumačenja neuspeha unutrašnjim i nekontrolabilnim faktorima (nedostatak sposobnosti).

Vajner je sa svojim saradnicima (Weiner, Graham & Chandler, 1982) ispitivao i modalitete afektivnog reagovanja pri proceni tuđeg ponašanja, gde se kao najznačajniji izdvojio faktor kontrolabilnosti. Naime, rezultati tog istraživanja su pokazali da će se ljutnja češće javljati kao odgovor na tuđi neuspeh 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 pripiše 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; 1986). Očekivanja dalje vode pojedinca ka istrajnosti u ponašanju pojedinca.

Proces atribucije može imati posledice i po nivo samopoštovanja pojedinca (Weiner, 1986; Popadić, 2015). Naime, 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.

Krajnji korak u Vajnerovom atribucijskom modelu predstavlja uticaj atribucije postignuća na ponašanje, odnosno učinak pojedinca u daljem radu na sličnim ili različitim zadacima (Weiner, 1980; Graham, 1984; Covington & Omelich, 1984; Weiner, 1986; 2017). 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. 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 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). Osećanje 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 (Heider, 1958, Weiner, 1980; 1986). U literaturi, pak, pronalazimo izvesne atribucijske pristrasnosti koje ukazuju na određene pravilnosti u iskripljavanju 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 pojednostavljuje proces socijalne kognicije i šteti 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 pri tumačenju uspeha, odnosno neuspeha. 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 (Schoeneman & Rubanowitz, 1985; 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 (Weiner, 1986). Takva asimetrija u tumačenju uspeha i neuspeha utvrđena je kako u

situacijama procene postignuća (Johnson, Feigenbaum & Weiby, 1964), tako i u procenama interpersonalnog ponašanja (Anderson, 1983b). Istraživanje Andersona (Anderson, 1983b) pokazalo je i da pojedinci prilikom procene svog uspeha i neuspeha u interpersonalnoj sferi uzroke u većoj meri traže u unutrašnjim i stabilnim faktorima u poređenju sa procenom postignuća.

Cukerman (Zuckerman, 1979) zastupa tezu da se pristrasnost atribucija uspeha i neuspeha javlja u većini eksperimentalnih istraživanja i da je pre svega motivacione prirode, tj. da služi očuvanju samopoštovanja. Sa druge strane, Miler i Ros (Miller & Ross, 1975) u svom pregledu literature o motivacionoj pristrasnosti u atribuciji zaključuju da se ona javlja u situacijama procene uspeha, dok pri proceni neuspeha ovaj efekat izostaje. Oni smatraju da pristrasnost atribucije nije u funkciji očuvanja samopoštovanja pojedinca, već se javlja kao posledica pristrasnog načina obrade informacija.

Motivaciona pozitivna pristrasnost opažanja tuđeg postignuća nije zabeležena osim ako su to značajni drugi koji predstavljaju modele ponašanja (Popadić, 2015) i deo su naše socijalne mreže, te princip solidarnosti posredno koristi i nama. Prisustvo pristrasnosti atribucije u cilju očuvanja tuđeg samopoštovanja zabeleženo je prilikom analize uzroka ishoda u afilijativnom kontekstu (Folkes, 1982). Davanjem izgovora za tuđe neuspehe pojedinci žele da jačaju njihovo samopouzdanje kako bi im pomogli u budućim sličnim situacijama (Weiner, 1986). Prijateljsko tapšanje po ramenu u situaciji neuspeha tako postaje princip tumačenja koji su akteri spremni da prihvate i zauzvrat očekuju isti način razmišljanja pri objašnjenju sopstvenih neuspeha sa bliskim prijateljima.

**Atribucija postignuća preduzetnika.** Atribucionna 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 i osnaživanje preduzetnika u njihovom razvoju.

Preduzetnici pokazuju unutrašnje i stabilne atribucije uspeha 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 firme preduzetnika (Shaver & Scott, 1991; Diochon, Menzies & Gasse, 2007; Cardon, Stevens & Potter, 2011). Preduzetnici svoj uspeh pripisuju ličnim karakteristikama (Baron, 1998; 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 i saradnika (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.

Merenje uspeha preduzetnika predstavlja izazovno polje u oblasti istraživanja njegovih psiholoških determinanti. 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, kvalitet života osnivača, rast i razvoj preduzeća (Rauch & Frese, 2000).

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.

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). Markman i saradnici govore o problemu selekcije 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, Preisendorfer& Ziegler, 1992). Osim toga, ovi autori navode i metodološke probleme malih i heterogenih uzoraka, te neadekvatnih statističkih tehnika za analizu podataka u oblasti istraživanja (ne)uspeha preduzetnika.

U nastavku rada ukratko ćemo prikazati rezultate istraživanja o varijablama koje smo uvrstili u grupu specifičnih faktora koji mogu doprineti javljanju individualnih razlika u procesu atribucije postignuća preduzetnika.

## **Specifični faktori atribucije postignuća preduzetnika.**

***Samoeфикаsnost.*** Koncept samoeфикаsnosti predstavlja stepen uverenja pojedinca da je u stanju da organizuje i efikasno izvede akcije kako bi uspešno ostvario svoje ciljeve (Bandura, 1997). Procena samoeфикаsnosti je u literaturi o preduzetništvu veoma česta kao determinanta preduzetničkih namera, ali i uspešnosti preduzetnika (Boyd & Vozikis, 1994; Chen et al., 1998; Markman et al., 2002; Markman & Baron, 2003; Liñán, Battistelli & Moriano, 2008). Naime, osnivanje i vođenje sopstvene firme nosi sa sobom puno nesigurnosti, te se kao jedna od ključnih karakteristika uspešnih preduzetnika na samom početku razvoja firme izdvaja uverenje u sopstveni uspeh koji je pokretač aktivnosti (DeNoble, Jung&Ehrlich, 1999). Ova veza nije nužno direktna, o čemu govore radovi autora koji se bave testiranjem modela preduzetničkih namera. Prema navodima ove grupe autora preduzetnička samoeфикаsnost preko preduzetničkih namera podstiče pojedince na aktivnost u smeru osnivanja sopstvenog preduzeća (Chen et al., 1998; Boyd & Vozikis, 1994; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Liñán et al., 2008a). Istraživanja su takođe pokazala da značaj samoeфикаsnosti za započinjanje preduzetničke karijere varira u zavisnosti od pola ispitanika. Rezultati istraživanja sprovedenih na uzorku tinejdžera (Kickul, Wilson, Marlino & Barbosa, 2008) i odraslih (Chen et al., 1998) upućuju na zaključak da je osećaj samoeфикаsnosti važniji kod devojaka, odnosno žena za osnivanje sopstvenog biznisa.

U ovoj oblasti korišćeni su različiti koncepti samoeфикаsnosti, od opštih (Bandura, 1997; Liñán, Chen, 2006) do specifičnijih (Chen et al., 1998; De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999; McGee, Peterson, Mueller & Sequeira, 2009), koji su pokazali značajan nivo povezanosti sa preduzetničkim načinom razmišljanja.

De Nobl i saradnici (De Noble et al., 1999) posmatraju preduzetničku samoeфикаsnost kroz razvijenost nekoliko različitih dimenzija: razvoj novog proizvoda i prilika na tržištu, građenje inovativnog okruženja, iniciranje investicionih odnosa, definisanje osnovne svrhe, prevazilaženje neočekivanih izazova i razvoj kritičnih ljudskih resursa.

Konstrukt samoeфикаsnosti, shvaćen opšte ili specifično nije statičan, već je podležan promeni tokom vremena, tj. pod uticajem različitih ličnih i socijalnih faktora

(Miljkovic Krekar & Coric, 2013). Samoefikasnost se može sticati sopstvenim iskustvom, vikarijskim uslovljavanjem i verbalnim ubeđivanjem (Bandura, 1997). 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. Nekoliko decenija kasnije autori se bave efektima razvijanja preduzetničke samoefikasnosti kod studenata u okviru posebno osmišljenih kurikuluma iz oblasti preduzetništva (Liñán, Moriano & Zarnowska, 2008; Miljkovic Krekar & Coric, 2013; Setiawan, 2014; Sušan, Jakopc & Miljković Krečar, 2015).

Kursevi o preduzetništvu pružaju priliku da studenti steknu samoefikasnost na osnovu ličnog iskustva, kroz osmišljavanje biznis i marketing plana, učestvovanje u praktičnoj nastavi, i posrednim putem, organizovanjem poseta uspešnim preduzetnicima, analizom studija slučaja i intervjua poznatih preduzetnika. U okviru kurseva o preduzetništvu postoji mogućnost i za treći pomenuti način sticanja samoefikasnosti. Naime, ukoliko je nastavnik ili kolega osoba od poverenja koja daje povratnu informaciju o zalaganju pojedinca na kursu i ohrabruje ga da dalje razvija svoju biznis ideju, javlja se i povećanje samoefikasnosti, pod uslovom da su pohvale usmerene na unutrašnje i stabilne činioce postignuća kao što su sposobnosti pojedinca (Miljkovic Krekar & Coric, 2013).

Procesi razvoja samoefikasnosti kod pojedinaca putem kurikuluma ili medija nemaju podjednake efekte kod polaznika različitog pola (Chowdhury & Endres, 2005; Wilson, Kickul & Marlino, 2007) Naime, istraživanja na uzorcima tinejdžera i odraslih pokazuju da su intervencije namenjene razvoju preduzetničke samoefikasnosti uspešnije u populaciji devojaka, tj. žena nego mladića i muškaraca.

Može se postaviti pitanje da li je preduzetnička samoefikasnost preduslov ili posledica uspeha preduzetnika, imajući u vidu da se osećaj samoefikasnosti zasniva na izvesnim pozitivnim rezultatima. Naime, samoefikasnost utiče na percipiranu kontrolu, doživljaj stresa i depresivnosti u suočavanju sa radnim okolnostima, kao i na doživljaj svojih postignuća (Markman et al., 2002). Longitudinalno istraživanje sprovedeno na uzorku hrvatskih studenata (Miljkovic Krekar & Coric, 2013) ukazuje na to da se tokom vremena opšti doživljaj samoefikasnosti menja, i da tu promenu najčešće prati i promena

preduzetničkog statusa. Naime, preduzetnička samoeфикаsnost predstavlja značajni prediktor za bavljenje preduzetništvom, ali ona jača i samim osnivanjem sopstvenog preduzeća.

***Motiv osnivanja preduzeća.*** Način na koji su preduzetnici doneli odluku o osnivanju sopstvenog biznisa može imati značajan uticaj na način vođenja i razvoja preduzeća. 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.

Prema izveštaju Rejnoldsa 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. Kada se motivi posmatraju u okviru dihotomije nužnost-prilika, rezultati istraživanja sprovedenog 2013. godine u našoj zemlji ukazuju da se domaći preduzetnici odlučuju na pokretanje sopstvenog biznisa pre svega iz nužde, tj. nemogućnosti obezbeđenja egzistencije na drugi način (Izveštaj o malim, srednjim preduzećima i preduzetništvu za 2013. godinu).

U okviru dihotomije nužnost-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, sticanjem nezavisnosti, bežanjem (Scheinberg, McMillan, 1988). Drugi autori navode 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 i uključenost u zajednicu.



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 ističu 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 (Busenitz, Gomez & Spencer 2000; Acs & Armitgton, 2004; Wennekerrs, van Wennekerrs, Thurik & Reynolds, 2005).

Dakle, pojedinci se odlučuju na bavljenje preduzetništvom kako bi ostvarili neke svoje lične potrebe, koje variraju u zavisnosti od ekonomskih i kulturoloških specifičnosti društva u kome pojedinci žive. Istraživanje Aziza i saradnika (Aziz et al, 2013) pokazuje da su preduzetnici iz Turske prvenstveno motivisani potrebom za finansijskom dobiti. Slično kao i preduzetnici iz Turske, osnivači firmi iz Rumunije prvenstveno su motivisani dohotkom i potrebom za sigurnošću posla (Benzing, Chu & Szabo, 2005). Istraživanja u našoj sredini dala su slične rezultate (Stefanović, Ranković&Prokić, 2011; Stefanović et al., 2013), te se kao najznačajniji motiv za osnivanje sopstvene firme navodi potreba za povećanjem ličnog dohotka. Nakon toga se kao značajni motivi navode sigurnost posla i potreba da se ranija iskustva upotrebe. Sa druge strane, 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). Slično tome, istraživanja u Indiji i Vijetnamu (Benzing, Chu & Callaran, 2005; Setiawan, 2014) pokazala su da su značajniji motivi bili potreba za autonomijom i prihvatanje izazova.

Dominantni motivi osnivanja preduzeća u jednoj zajednici se tokom izvesnog vremena menjaju u skladu sa globalnim i lokalnim ekonomskim razvojem, ali postoje i rezultati koji govore o specifičnosti motiva u zavisnosti od vrste delatnosti preduzetnika. U prilog tome govore rezultati istraživanja kompanije EY o karakteristikama domaćih preduzetnika sprovedenog krajem 2016. godine. Istraživanje je sprovedeno na uzorku

preduzetnika koji se prevashodno bave proizvodnjom u okviru informacionih tehnologija. Dobijeni rezultati pokazuju da je postojanje ideje za novi proizvod osnovni motiv osnivanja preduzeća u ovoj subpopulaciji preduzetnika (EY Preduzetnički barometar, 2016).

**Vrednosti i stavovi.** Kao što smo ranije pomenuli, donošenje odluke o bavljenju preduzetništvom predstavlja posledicu interakcije ličnih i situacionih faktora, gde značajni društveni uticaj vrše 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 postignuća 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, vrše 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 promoviše, 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 nalazi 19 vrednosti (Schwartz et al, 2012). Naime, neki od prethodnih

faktora vrednosti su se podelili na 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 domaćoj populaciji.

Imajući u vidu da je preduzetnička orijentacija pojedinca posledica interakcije individualnih predispozicija, percepcije 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 (Bojanovic et al., 1995; Iakovleva, Kolvereid & Stephan, 2011; Liñán, Rodriguez-Cohard, Guzman, 2011; Jakopc, Miljković-Krečar, Sušan, 2013). Rezultati istraživanja javnog mnjenja u Srbiji (CEVES, izveštaj 2014) koje smo ranije pomenuli upućuju na zaključak da je bavljenje preduzetništvom relativno nepoželjno kod opšte populacije u našoj zemlji. Neposredno nakon ovog istraživanja u našoj zemlji započet je projekat Godina preduzetništva, koji je, između ostalog, imao za cilj promociju preduzetništva kroz isticanje primera dobre prakse. S tim u vezi, interesantni su rezultati istraživanja o percepciji samih preduzetnika o tome šta bi pozitivno uticalo na razvoj boljeg imidža preduzetništva u Republici Srbiji (EY Preduzetnički barometar, 2016). Ispitanici koji su učestvovali u ovom istraživanju su kao najznačajnije faktore izdvojili kvalitetniju promociju uspešnih preduzetničkih priča i promovisanje uloge preduzetništva u stvaranju radnih mesta.

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 namera (Shane, 1994; Busenitz & Lau, 1996). Osim toga, u literaturi pronalazimo i autore koji kulturu posmatraju kao medijator u predikciji preduzetništva (Morris & Schindebutte, 2005), što je najgrublje rečeno, polazište koje je i nama blisko i u ovom radu određeno kao početni okvir razmatranja ovog problema.

Rezultati istraživanja Bojanovića i saradnika (Bojanović et al., 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 zavređuje našu pažnju jesu podaci o negativnim korelacijama preduzetničke orijentacije i egalitarizma, konformizma, autoritarnosti, kolektivismu, prihvatanja privatnog vlasništva. Ovakvi rezultati nisu naročito iznenađujući ukoliko uzmemo u obzir društvenoistorijski 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 nekoj 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, 2010). Takođe, u pojedinim istraživanjima sprovedenim u Srbiji ispitivana je predikcija preduzetničke orijentacije na osnovu dominantnih organizacionih vrednosti pojedinca (Franceško, Manasijević, 2017). Prema rezultatima tog istraživanja autokratska orijentacija je najznačajniji vrednosni prediktor za iskazivanje namere bavljenje preduzetništvom u budućnosti kod mladih, što još jednom potvrđuje polazište o kulturi kao medijatoru koje je dosad već pomenuto u nekoliko navrata.

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, fiksno radno vreme, dugi odmor, zanimljivost posla i prijatnost ljudi. Istraživanje u okviru domaće populacije (Ožegović, 2006) pokazalo je da se preduzetnici po svojim životnim ciljevima razlikuju od menadžera. Naime, kao najznačajnije životne ciljeve ispitanici iz preduzetničkog poduzorka izdvojili su nezavisnost, solidarnost, kreativnost, ljubav i osećanje dužnosti. Menadžeri, sa druge strane, kao svoje preferirane životne ciljeve izdvajaju bogatstvo, vođstvo, prestiž, zadovoljstvo i kreativnost.

Imajući u vidu važnost vrednosti i stavova o preduzetništvu za formiranje preduzetničke orijentacije, odnosno osnivanje sopstvenog preduzeća kod pojedinca smatramo da je neophodno dodati ove varijable procesu atribucije postignuća preduzetnika. Smatramo da su vrednosti u značajnoj meri povezane sa načinom tumačenja sopstvenog

uspeha i neuspeha, dok je percepcija poželjnosti preduzetništva povezana sa održanjem motivacije za bavljenjem preduzetništvom kako u situaciji uspeha, tako i neuspeha.

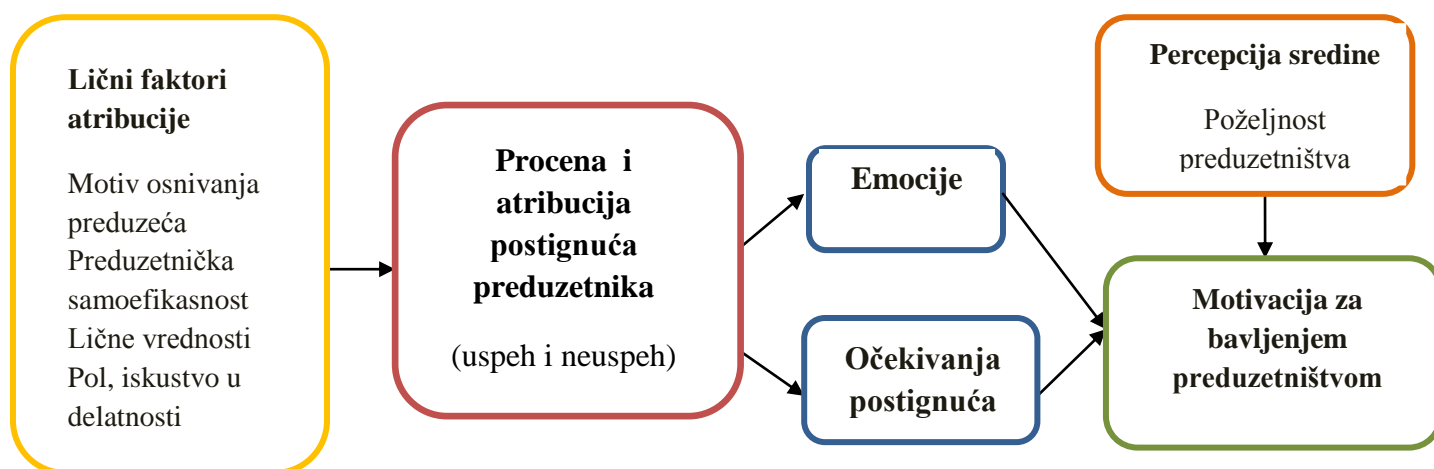
## **Predmet i problem istraživanja**

Predmet ovog istraživanja predstavlja ispitivanje procesa tumačenja postignuća preduzetnika. Istraživanje percepcije i strukture uverenja preduzetnika u Srbiji, sa dodatkom kontekstualnih činilaca specifičnih za našu sredinu moglo bi otvoriti mnoga pitanja, ali i dati određene odgovore na problem shvatanja uspeha i neuspeha u okruženju koje nije posebno naklonjeno preduzetničkom načinu razmišljanja.

Kao osnovni problem istraživanja postavlja se pitanje da li je Vajnerov model atribucije postignuća primenjiv u analizi tumačenja postignuća preduzetnika. 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 bavljenje preduzetništvom u budućnosti. U okviru istraživanja će biti analizirane osnovne postavke mehanizma Vajnerovog modela od kognicije do motivacije pojedinca. Analiza atribucionog procesa preduzetnika u situaciji tumačenja uspeha i neuspeha bi trebalo da doprinese dubljem razumevanju načina formiranja i održanja nivoa motivacije za bavljenje preduzetništvom u sredini koja nije naročito podsticajna za razvoj preduzetništva. 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 i neuspeha u našoj privredi. 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.

Pored provere upotrebljivosti osnovnog Vajnerovog atribucijskog modela emocija i motivacije u sferi preduzetništva kao dodatni cilj istraživanja postavljamo izgradnju modela atribucije preduzetnika koji je obogaćen varijablama: motiv osnivanja preduzeća,

preduzetnička samoefikasnost, vrednosti preduzetnika i percepcija poželjnosti preduzetništva u društvu. Popisane varijable, tj. psihološki konstrukti mogu sistematski oblikovati proces tumačenja postignuća, te su iz tog razloga odabrane kao dodatak osnovnom modelu atribucije uspeha. Na taj način ispitaćemo osnovanost pretpostavke o postojanju atribucijskog modela specifičnog za preduzetnike u našem društvu. U okviru Grafikona 1 prikazani su elementi pretpostavljenog modela.



**Grafikon 1.** Predloženi model atribucije postignuća preduzetnika

Prema postavkama predloženog modela atribucije postignuća preduzetnika varijable koje mogu sistematski oblikovati atribucije preduzetnika su: motiv osnivanja svog preduzeća, preduzetnička samoefikasnost, vrednosti preduzetnika, pol i ranije iskustvo u delatnosti, kao lični faktori atribucije i poželjnost preduzetništva u društvu kao percepcija sredinskih faktora. U fokusu našeg istraživanja su i varijable iz osnovnog Vajnerovog modela: procena postignuća, atribucija postignuća u kontekstu uspeha i neuspeha, očekivanja postignuća u budućnosti, emocije o postignuću. Planirano je praćenje direktne i indirektno povezanosti navedenih varijabli sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

Odnos prema uspehu preduzetnika smatramo važnom temom, imajući u vidu nisku razvijenost preduzetništva u našoj sredini, što pokazuju mnogobrojna istraživanja koja smo



ranije naveli. 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 je neminovna pojava u populaciji preduzetnika, stoga smo u ovom radu pažnju posvetili obema stranama medalje preduzetničkog poziva u Republici Srbiji.

### **Hipoteze istraživanja**

Na osnovu postavljenih problema istraživanja izvedene su hipoteze koje su namenjene proveru Vajnerovog modela u sferi preduzetništva, a zatim i izgradnji modela specifičnog za preduzetnike u našem društvu.

H1. Atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika mogu se konceptualizovati tako da izražavaju tri dimenzije: lokus, stabilnost i kontrolabilnost.

H2. U tumačenju uzroka svog uspeha i neuspeha kod preduzetnika postoji atribucijska pristrasnost tako da se uspeh pripisuje unutrašnjim, stabilnim i kontrolabilnim faktorima, dok se neuspeh pripisuje spoljašnjim, nestabilnim i nekontrolabilnim faktorima.

H3. Osećanje ponosa pozitivno je povezano sa dimenzijom lokusa atribucije uspeha preduzetnika.

H4. Optimizam i očekivanje uspeha u budućnosti pozitivno su povezani sa dimenzijom stabilnost atribucije uspeha preduzetnika.

H5. Emocije stida i krivice su pozitivno povezane sa dimenzijom kontrolabilnost atribucije neuspeha preduzetnika.

H6. Preduzetnici muškog pola i preduzetnici ženskog pola razlikovaće se po izraženosti dimenzije lokusa atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika, tako da će kod muških preduzetnika unutrašnji lokus atribucije postignuća biti izraženiji nego kod ženskih preduzetnika.

Pobrojane hipoteze izvedene su iz Vajnerovog atribucionog modela motivacije i emocija (Weiner, 1979; 1986) prema kome atribucije postignuća imaju određene afektivne i kognitivne posledice. Ovaj model opisuje proces uticaja kognicije na motivaciju pojedinca, ali u njemu nije preciziran put uticaja od kognitivnih do motivacionih komponenti. U ovom istraživanju ispitivali smo indirektni put uticaja kognitivnih na motivacione komponente koji se realizuje preko izražavanja specifičnih emocija i očekivanja uspeha u budućnosti. Tako operacionalizovani proces atribucije preduzetnika preciziran je u narednim hipotezama.

H7. Osećanje ponosa predstavlja medijatorsku varijablu između dimenzije lokus atribucije uspeha preduzetnika i motivacije za bavljenjem preduzetništvom u budućnosti.

H8. Optimizam predstavlja medijatorsku varijablu između dimenzije stabilnost atribucija uspeha preduzetnika i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

H9. Očekivanje uspeha u budućnosti predstavlja medijatorsku varijablu između dimenzije stabilnost atribucija uspeha preduzetnika i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

H10. Osećanje krivice predstavlja medijatorsku varijablu između dimenzije kontrolabilnost atribucija neuspeha preduzetnika i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

H11. Osećanje stida predstavlja medijatorsku varijablu između dimenzije kontrolabilnost atribucija neuspeha i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

H12. Ranije iskustvo u delatnosti ima moderatorski uticaj na odnos izmeđuprocene postignuća i dimenzije lokus atribucije uspeha preduzetnika.

Ovu pretpostavku zasnivamo na postavkama teorije humanog kapitala i teorije organizacijskog neuspeha (Becker, 1975; Carroll, 1987; Bruderl et al., 1992).

U nastavku su pobrojane pretpostavke koje su izdvojene iz predloženog specifičnog modela procesa atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika. Specifični model procesa atribucije uspeha i neuspeha zasnovan je atribucionoj teoriji postignuća i rezultatima istraživanja o važnosti samoeфикаsnosti (Boyd & Vozikis, 1994; Chen et al., 1998; Markman et al., 2002; Markman & Baron, 2003), motiva osnivanja preduzeća (Reynolds et al., 2002), ličnih

vrednosti (Herbig & Miller, 1992; Noseleit, 2010) i percepcije poželjnosti preduzetništva u zajednici (Iakovleva et al., 2011; Linan et al., 2011; Jakopec et al., 2013) za formiranje preduzetničkih namera, odnosno predviđanje uspeha preduzetnika. Na osnovu rezultata pobrojanih istraživanja formirane su pretpostavke o povezanosti ličnih faktora i percepcije sredinskih faktora sa načinom tumačenja sopstvenog postignuća preduzetnika i izražavanjem motivacije za nastavkom preduzetničke aktivnosti u budućnosti.

H13. Preduzetnička samoeфикаsnost značajno je povezana sa dimenzijama atribucije uspeha preduzetnika.

H14. Vrednosti postignuća, nezavisnosti misli i akcija su značajno povezane sa dimenzijama atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika.

H15. Prilika kao motiv i nužnost kao motiv osnivanja preduzeća su značajno povezani sa procenom postignuća preduzeća.

H16. Poželjnost preduzetništva u zajednici je značajno povezana sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

H17. Postoji linearna kombinacija varijabli (procena postignuća, preduzetnička samoeфикаsnost, motivi osnivanja preduzeća, atribucija uspeha, očekivanja uspeha u budućnosti, emocije o postignuću, lične vrednosti, poželjnost preduzetništva) koja može u višestrukome regresionome modelu objasniti značajan deo ukupne varijanse motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti pri atribuciji uspeha.

H18. Postoji linearna kombinacija varijabli (procena postignuća, motivi osnivanja preduzeća, atribucija neuspeha, očekivanja uspeha u budućnosti, emocije o postignuću, lične vrednosti, poželjnost preduzetništva) koja može u višestrukome regresionome modelu objasniti značajan deo ukupne varijanse motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti pri atribuciji neuspeha.

## METOD

### Uzorak ispitanika

Uzorak istraživanja je prigodan i nameran, veličine 140 ispitanika koji se bave preduzetništvom najkraće dve godine. Ispitanici su ujednačeni prema polu, starosti u opsegu od 20 do 67 godina, u proseku 42 godine. Veći deo ispitanika (53%) anketiran je uživo, putem forme “papir-olovka”, dok je ostatak ispitanika (47%) anketiran putem “onlajn” forme. Provera razlika u pogledu merenih kontinualnih varijabli nije dala statistički značajne rezultate kod ove dve grupe ispitanika, te ćemo ih u okviru narednih analiza tretirati kao homogenu grupu.

U pogledu vrste delatnosti dominiraju preduzetnici koji se bave pružanjem usluga (76.4%) u odnosu na preduzetnike koji se bave proizvodnjom (23.6%). Najveći broj ispitanika, njih 92.1% posluje na teritoriji Vojvodine, dok ostatak uzorka (7.9%) čine preduzetnici iz Beograda. Od ukupnog broja ispitanika njih 87.9% čine vlasnici mikro preduzeća (do 10 zaposlenih), a svega 12.1% čine vlasnici malih preduzeća (od 11 do 50 zaposlenih).

U pogledu obrazovanja najzastupljeniji su ispitanici sa fakultetskim (50%), zatim srednjoškolskim obrazovanjem (40%), dok su ispitanici sa magistarskim/master/doktorskim diplomama zastupljeni u 9.3% slučajeva i u 0.7% slučajeva sa diplomom osnovne škole. Većina ispitanika ima prethodno radno iskustvo (95%), i to pre svega u privatnom sektoru (86%). Preduzeća koje su osnovali posluju od dve do 33 godine, u proseku 9.5 godina.

Veći deo ispitanika, njih 60.7% imalo je ranije iskustvo u delatnosti kojom se bavi i preduzeće koje su osnovali. Za samostalno osnivanje preduzeća opredelilo se 75.7% ispitanika. Ranije bavljenje preduzetništvom u bližoj porodici je bilo prisutno kod 46.4% ispitanika. Veliki deo uzorka ispitanika, njih 73.6% nisu članovi strukovnih udruženja niti udruženja preduzetnika.

Kategorisane oblasti poslovanja preduzeća su navedene u Tabeli 2.

**Tabela 2***Oblasti poslovanja preduzeća po kategorijama*

<b>Oblasti poslovanja</b>	<b>%</b>
Frizerske i kozmetičarske usluge	14.0
Trgovina	8.5
Konsalting	7.8
Proizvodnja hrane i pića	7.8
Štampa i fotokopiranje	6.2
IT industrija	6.2
Servis i prodaja (automobila, kućnih aparata, bicikala)	5.4
Građevinarstvo i prodaja nekretnina	3.9
Knjigovodstvene usluge	3.9
Obučarske i krojačke usluge	3.9
Ugostiteljske usluge	3.1
Zdravstvene usluge	3.1
Marketinške usluge	2.3
Fitnes usluge	2.3
Veterinarske usluge	2.3
Izrada ključeva i predmeta od metala	2.3
Stari umetnički zanati	2.3
Izrada medicinskih pomagala	1.6
Proizvodnja	1.6
Hortikultura	1.6
Obrazovanje (vrtići, škole jezika)	1.6
Sakupljanje organskog otpada	1.6
Snimanje, fotografisanje	1.6
Advokatske usluge	.8
Organizacija i dekoracija proslava	.8
Iznajmljivanje venčanica	.8
Proizvodnja kozmetike	.8
Proizvodnja auto presvlaka	.8
Proizvodnja nameštaja	.8
Turizam	.8

## Varijable i instrumenti

Spisak korišćenih varijabli dat je u Tabeli 3. Detaljnije informacije o načinu procene svake pojedinačne varijable nalaze se nakon tabelarnog prikaza. Celokupni instrument prikazan je u Prilogu (Prilog 1).

**Tabela 3**

*Varijable obuhvaćene istraživanjem*

Predmet procene	Varijabla	Način procene
<b>Procena i atribucija postignuća preduzetnika</b>		
Atribucija postignuća preduzetnika	Lokus atribucije uspeha i neuspeha  Stabilnost atribucije uspeha i neuspeha  Kontrolabilnost atribucije uspeha i neuspeha	Skala APP, konstruisana za potrebe istraživanja
Procena postignuća	Ispunjenost očekivanja preduzetnika  Samoprocena uspeha preduzetnika	Jednoajtemska mera, konstruisana za potrebe istraživanja  Upitnik samoprocene uspeha preduzetnika, konstruisan za potrebe istraživanja
Očekivanja uspeha u budućnosti	Očekivanja postignuća preduzeća u budućnosti	Jednoajtemska mera, konstruisana za potrebe istraživanja
Emocije o postignuću	Stepen doživljaja emocija: ponosa, stida, krivice, optimizma i pesimizma	Instrument konstruisan za potrebe istraživanja
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	Izbor načina zaposlenja u budućnosti (izvršilac/preduzetnik)  Samoprocena motivacije za	Jednoajtemska mera, konstruisana za potrebe istraživanja  Jednoajtemska mera,

	bavljenje preduzetništvom	konstruisana za potrebe istraživanja
<b>Lični faktori atribucije postignuća preduzetnika</b>		
Motivi osnivanja preduzeća	Nužnost kao motiv osnivanja preduzeća Prilika kao motiv osnivanja preduzeća	Jednoajtemska mera, konstruisana za potrebe istraživanja Jednoajtemska mera, konstruisana za potrebe istraživanja
Preduzetnička samoefikasnost	Samoprocena kompetentnosti za bavljenje preduzetništvom	Modifikacija Skale preduzetničke samoefikasnosti za studentsku populaciju
Lične vrednosti	Nezavisnost-misli Nezavisnost-akcija Postignuće	Subskale PVQ-RR F skale ličnih vrednosti
Sociodemografske varijable	Pol  Ranije iskustvo u delatnosti	Zatvoreno pitanje, prateći sociodemografski inventar  Zatvoreno pitanje, prateći sociodemografski inventar
<b>Percepcija sredine</b>		
Percepcija poželjnosti preduzetništva	Procena poželjnosti preduzetništva u zajednici	SkalaPP

1) Atribucija postignuća preduzetnika – atribuiranje uspeha ili neuspeha pojedinca u nekoj značajnoj aktivnosti u kojoj je učestvovao sa namerom može se, najčešće pripisati trima dimenzijama: lokusu, kontrolabilnosti i stabilnosti uzroka (Wiener, 1980, 2017). Način tumačenja postignuća preduzeća meren je novokonstruisanom skalom atribucije, APP (Manasijević, 2016). Ovaj instrument je konstruisan prema načelima Vajnerovog modela atribucije uz adaptaciju na kontekst preduzetništva. Osnovu za definisanje stavki instrumenta predstavljala je analiza globalnih i lokalnih izveštaja o izazovima preduzetništva i sprovođenje polustruktuiranog intervjua sa predstavnicima udruženja preduzetnika i grupom iskusnih preduzetnika koji se bave proizvodnjom i pružanjem usluga

u pilot istraživanju. Integracijom dobijenih podataka kreiran je instrument namenjen operacionalizaciji faktora koji doprinose ili otežavaju uspeh preduzetnika u našoj sredini. Skala APP se sastoji iz dva segmenta: AUP, koji je posvećen tumačenju uspeha preduzetnika i ANP, koji je posvećen tumačenju neuspeha. Oba navedena segmenta sadrže po 18 istovetnih stavki, odnosno faktora koji su mogli doprineti uspehu ili neuspehu preduzetnika. Zadatak ispitanika bio je da na skali od 1 (*nimalo nije doprineo*) do 5 (*doprineo u velikoj meri*) procene u kojoj meri je svaki od navedenih faktora doprineo njihovom uspehu, u prvom, odnosno neuspehu, u drugom slučaju. Ukoliko neki od navedenih faktora nije bio primenjiv na pojedinačno preduzeće, ispitanici su imali opciju odgovora X, što se u kodiranju podataka vodilo kao nedostajući podatak za konkretnog ispitanika. Rezultati analize psihometrijskih karakteristika ove skale biće prikazani u odeljku rada Rezulati.

2) Procena postignuća – merena je instrumentom konstruisanim za potrebe ovog istraživanja. U pitanju je instrument sa ukupno 7 ajtema u formi petostepene Likertove skale procene uspešnosti (*1 - veoma neuspešan, 5 – veoma uspešan*). Jedan ajtem meri opštu procenu uspešnosti koji glasi: *U kojoj meri sebe smatrate uspešnim preduzetnikom/com?* U meru procene postignuća uvrštene su i stavke 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 su procenjivali svoje postignuće 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 – merene su putem novokonstruisanog instrumenta u formi petostepene skale Likertovog tipa u okviru kog su pobrojana osećanja kao što su: ponos, stid, optimizam, pesimizam i krivica. Zadatak ispitanika sastojao se u proceni stepena doživljaja (*1- osećam u maloj meri, 5 - osećam u velikoj meri*) svakog od pobrojanih osećanja pri razmišljanju o postignutim uspesima i neuspesima u vođenju svoje firme.



4) Očekivanja o postignuću u budućnosti – operacionalizovana su putem stavke: *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. Ova varijabla merena je 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 korišćeno je 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) Motiv osnivanja preduzeća – povod za osnivanje preduzeća meren je putem dva ajtema u formi petostepene Likertove skale slaganja (*1-uopšte se ne slažem*, *5-u potpunosti se slažem*). Stepen slaganja ispitanici su iskazivali sa stavkama koje glase: *Osnovao sam firmu iz nužnosti (nemogućnost zaposlenja)* i *Osnovao sam firmu jer sam video dobru priliku*.

7) Lične vrednosti – vrednosti predstavljaju verovanja koja se odnose na načine ponašanja koji prevazilaze specifične situacije, vrše 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 korišćena je srpska verzija skale PVQ-RR F (Schwartz et al., 2012), koja sadrži 57 ajtema u formi Likertovog tipa sa 5 stepeni slaganja (*1-uopšte se ne slažem*, *5-u potpunosti se slažem*). 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 merena je modifikovanom verzijom Skale preduzetničke samoefikasnosti (Liñán&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 stavke 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 zajednici merena je putem skale PP (Skala poželjnosti preduzetništva, Liñán& 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, prethodno radno iskustvo u istoj oblasti rada, delatnost preduzeća (proizvodnja/usluge), godina osnivanja preduzeća, broj zaposlenih i način prikupljanja podataka.

### **Postupak istraživanja**

Baterija sačinjena od napred navedenih instrumenata distribuirana je ispitanicima u dve forme (“papir-olovka” i “on-lajn”). Upitnici su deljeni uz logističku pomoć Agencije za regionalni razvoj i evropske integracije Beograd, NVO Eneca iz Niša, Udruženja zanatlija i preduzetnika Novog Sada, Regionalne razvojne agencije Bačka, Udruženja preduzetnika Kikinda, UG “Mame Novosađanke” i Zajednice preduzetnika pri Privrednoj komori Srbije. Navedene organizacije su najčešće prosleđivale “on-lajn” verziju upitnika preduzetnicima koji su deo njihove mejling liste uz kratko objašnjenje svrhe istraživanja i molbu da učestvuju u istraživanju. Poziv za učešće u istraživanju dat je u prilogu (Prilog 2). Osim toga, potencijalni ispitanici su kontaktirani putem e-mejllova koji su navedeni u adresaru firmi “Telefonoteka” i korišćenjem profila društvenih mreža (Facebook, LinkedIn) autorke, po principu “snežne grudve”. Preko polovine ispitanika je kontaktirano lično u toku

redovnog radnog vremena u njihovim organizacijama na teritoriji Novog Sada. Pri ličnom kontaktiranju ispitanicima je predočena tema i svrha istraživanja, dato kratko uputstvo za popunjavanje i u skladu sa mogućnostima ispitanika dogovaran je termin vraćanja upitnika. U nekim slučajevima je bilo omogućeno prisustvo istraživača pri popunjavanju baterije i u tim slučajevima je obavljen kraći razgovor o istraživanju neposredno nakon popunjavanja. Ispitanicima je ponuđena povratna informacija o njihovim rezultatima (dostavljena pod šifrom) kao vid motivacije za učešće u istraživanju, što je prihvatio svaki četvrti preduzetnik. Prikupljanje podataka trajalo je od novembra 2016. do februara 2017. godine.

### **Analiza podataka**

Podaci su analizirani upotrebom statističkog programa IBM SPSS Statistics 22. Za proveru procesa medijacije i moderacije koristili smo PROCESS makro za SPSS softver autora Endrua Hejesa (Andrew F. Hayes<sup>1</sup>), dok je za modeliranje strukturalnim jednačinama korišćen dodatni softver AMOS (Analysis of Moment Structures). Posle kodiranja i unosa u matricu, podaci su analizirani primenom standardnih postupaka statističke deskripcije i zaključivanja. U statističkom zaključivanju prihvatana je nivo značajnosti od  $\alpha < .05$ .

Latentna dimenzionalnost konstrukata ispitivana je primenom različitih eksplorativnih i konfirmatornih faktorskih analiza u zavisnosti od zahteva pojedinih skala. Pirsonovim koeficijentom linearne korelacije ispitivali smo povezanost između analiziranih varijabli, a studentovim t-testom analizirali razlike između grupa ispitanika. Upotrebom hijerarhijske regresione analize ispitivali smo proces medijacije i moderacije. Za proveru adekvatnosti i informativnosti modela koristili smo kombinaciju standardnih kriterijuma informativnosti, prediktivnosti i ekonomičnosti modela.

---

<sup>1</sup><http://www.processmacro.org/>

## Pregled korišćenih skraćenica i statističkih koeficijenata u radu

$\alpha$  Kronbahov alfa indeks pouzdanosti (interne konzistencije)  
 $\lambda'_3$  Gutmanov lambda koeficijent pouzdanosti (3. koeficijent)  
 $\chi^2$  Hi-kvadrat  
 $\chi^2/df$  Normirani hi-kvadrat  
ANP Skala atribucije neuspaha preduzetnika  
APP Skala atribucije postignuća preduzetnika  
AUP Skala atribucije uspeha preduzetnika  
CFI Indeks komparativnog fitovanja  
 $df$  Stepeni slobode  
 $Ku$  Kurtozis  
 $M$  Aritmetička sredina  
 $m$  Dužina skale (broj stavki)  
 $n$  Veličina uzorka ispitanika  
 $p$  Statistička značajnost (verovatnoća)  
PP Skala poželjnosti preduzetništva  
PVQ-RR F Skala ličnih vrednosti  
 $R$  Koeficijent multiple regresije  
 $r$  Pirsonova produkt-moment korelacija  
 $R^2$  Koeficijent multiple determinacije  
RMSEA Kvadratni koren prosečne kvadrirane greške aproksimacije  
SD Standardna devijacija  
SE Standardna greška  
 $SE_{sk}$  Standardna greška skjunisa  
 $SE_{ku}$  Standardna greška kurtozisa  
SEM Standardna greška aritmetičke sredine  
Sk Skjunis  
SRMR Standardizovani kvadratni koren prosečnog kvadrata reziduala  
V Varijansa  
z Sobelov test

## REZULTATI

U ovom delu rada prikazaćemo osnovne rezultate analize prikupljenih podataka sa ciljem formulisanja odgovora na osnovno i sekundarno istraživačko pitanje. Na početku ćemo prikazati rezultate deskriptivnih analiza korišćenih instrumenata namenjenih proceni postignuća preduzetnika, kako bi se bliže upoznali sa autopercepcijom preduzetnika kada je reč o njihovom preduzeću. Zatim sledi deskriptivna i psihometrijska analiza instrumenata namenjenih atribuciji uspeha i neuspeha, te testiranje hipoteza koje se odnose na upotrebljivost Vajnerovog modela u oblasti preduzetništva. Konačno, biće prikazani i rezultati strukturalnog modelovanja sa ciljem testiranja održivosti napred navedenog modela atribucije preduzetnika koji pored osnovnih varijabli iz oblasti atribucije sadrži i lične faktore atribucije i faktore koji se tiču percepcije sredine.

### **Varijable iz oblasti procene postignuća preduzetnika**

Za potrebe procene postignuća preduzeća, kao i motiva osnivanja, motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti, očekivanja uspeha u budućnosti i emocija vezanih za procenu postignuća preduzetnika kreirane su skale procene koje se sastoje od jedne do dve stavke. U skladu sa tim, prikaz osnovnih deskriptivnih pokazatelja tih varijabli dat je objedinjeno u okviru Tabele 4. Frekvencijske analize ovog dela upitnika dat je u Prilogu (Prilog 9A-C, 9G).

**Tabela 4**

*Rezultati deskriptivne analize varijabli iz oblasti procene postignuća preduzetnika*

	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>
Procena postignuća	140	12	46	32.42	.57	6.78
Očekivanje uspeha u budućnosti	140	1	4	3.09	.10	1.20
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	140	2	10	8.11	.18	2.08
Nužnost kao motiv osnivanja preduzeća	140	1	5	2.43	.14	1.63

Prilika kao motiv osnivanja preduzeća	140	1	5	3.62	.12	1.42
Osećanje ponosa	140	1	5	4.07	.09	1.08
Osećanje stida	140	1	5	1.38	.07	.88
Optimizam	140	1	5	3.96	.09	1.12
Pesimizam	140	1	5	1.87	.09	1.02
Osećanje krivice	140	1	5	1.51	.08	.98

Varijabla procena postignuća nastala je sabiranjem ponderisanih odgovora na pitanje o ispunjenosti očekivanja i zbira odgovora na pitanje o proceni sopstvenog uspeha (opšta procena i procena po pojedinim pokazateljima). Odgovori na pitanje o ispunjenosti očekivanja preduzetnika ponderisani su tako da je svakom odgovoru dodeljen skor koji je ekvidistantno pozicioniran od drugih (odgovor *Ispod Vaših očekivanja* predstavlja skor 1, odgovor *Otprilike onako kako ste očekivali* predstavlja skor 6, a odgovor *Iznad Vaših očekivanja* predstavlja skor 11). Tako ponderisani odgovori zbrajani su sa procenama uspeha na opštim i pojedinačnim pokazateljima poslovanja čiji je maksimalni skor 35 i na taj način dobijen je maksimalni skor procene postignuća u iznosu od 46. Viši skor na ovoj varijabli predstavlja višu ocenu postignuća preduzetnika. Prema rezultatima navedenim u Tabeli 4 možemo reći da ispitanici obuhvaćeni ovim istraživanjem svoje postignuće procenjuju iznadprosečnim. I frekvencijske tabele navedene u Prilogu pokazuju da veliki procenat naših ispitanika smatra sebe uspešnim preduzetnikom. Tako, na direktno pitanje u kojijm meri sebe ili neuspešnim preduzetnikom, samo njih 6.4% odgovara da sebe smatra neuspešnim. Manje od četvrtine (23.6%) kaže da je ono što su postigli ispod očekivanja, što opet ne mora da znači da se svi oni smatraju neuspešnim već da su očekivanja možda bila previsoka. I prilikom procene uspeha na pojedinačnim pokazateljima poslovanja, ako procene 1 i 2 protumačimo kao procenu o neuspehu, procene uspeha za svaki pokazatelj su značajno češće nego procene neuspeha. Najčešće se ispitanici procenjuju neuspešnim u ostvarivanju profita (20.7%), dok u ostvarivanju početnih ciljeva sebe vide kao neuspešne svega 12.1%.

Očekivanje o uspehu preduzeća u budućnosti mereno je putem jedne stavke sa skalom odgovora od 1 (*ne mogu da predvidim situaciju*) do 4 (*očekujem da će stanje biti bolje*). Prema rezultatima iz Tabele 4 naši ispitanici u proseku očekuju da će postignuće njihovih preduzeća biti isto. Procentualno gledano, ispitanici su u najvećoj meri optimistični, tako da njih 56.4% smatra da će stanje u budućnosti biti bolje, a 19.3% ne može da predvidi situaciju.

Varijabla motivacija za bavljenjem preduzetništvom u budućnosti nastala je zbrajanjem odgovora na pitanje o tome koji način rada bi izabrali ukoliko bi bili u mogućnosti da biraju (ponuđeni odgovori variraju od (1) *najradije bih bio izvršilac* do (5) *najradije bih bio preduzetnik*) i odgovora na pitanje petostepene skale procene svoje motivacije za bavljenjem preduzetništvom u budućnosti. Možemo zaključiti da su preduzetnici u proseku visoko motivisani za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Ovakav zaključak potkrepljuje i frekvencijska analiza odgovora prema kojoj bi, pri mogućnosti izbora, najveći broj preduzetnika (76.5%) radije ostao u preduzetništvu. Istovremeno, 25% ispitanika procenjuje svoju motivaciju kao visoku ili veoma visoku (47.1%), dok samo 7.1% razmišlja da odustane od preduzetničkog poziva.

Motivi osnivanja preduzeća mereni su putem dve stavke koje se odnose na nužnost i priliku kao osnovne pokretače pojedinaca za bavljenjem preduzetništvom. Budući da motivi osnivanja nisu uvek jednoznačni, ispitanici su procenjivali svoje motive izražavanjem stepena tačnosti obe stavke na skali od 1 (*u potpunosti netačno*) do 5 (*u potpunosti tačno*). Iz Tabele 4 možemo zaključiti da su ispitanici za osnivanje svog preduzeća u većoj meri motivisani prilikom u poređenju sa nužnošću. Na takav zaključak upućuju rezultati frekvencijske analize, prema kojima je iz nužnosti svoju firmu osnovalo 19.3%, dok je prilika bila motiv za najveći broj ispitanika (36.4% - u potpunosti tačno; 27.1% - tačno).

Emocije u našem radu operacionalizovane su u kontekstu postignuća preduzetnika, tj. kao posledica percepcije postignuća. Ispitanici su imali zadatak procene stepena prisutnih emocija pri razmišljanju o onome što su dosad postigli (*1 – nimalo ne osećam*, *5 – osećam u velikoj meri*). Iz Tabele 4 možemo zaključiti da su emocije ponosa i optimizma

najzastupljenije, a osećanja stida i krivice najmanje zastupljene kod preduzetnika koji su učestvovali u ovom istraživanju. O preovlađujućoj oceni da je je dosadašnje postignuće pre uspeh nego neuspeh govori i frekvencijska analiza emocija o kojima ispitanici izveštavaju (Tabela 9C u Prilogu). Ponos u manjoj ili većoj meri (ocene 4 i 5) oseća 77.2% ispitanika, zadovoljstvo oseća 75.2% a nezadovoljstvo 12.1%, razočarenje oseća svega 13.6% ispitanih preduzetnika.

Ispitanici su ovde imali priliku i da procene i vlastiti optimizam odnosno pesimizam vezan za budućnost. Optimizam oseća njih 70.7% (od toga u velikoj meri 40.7%), a pesimizam svega 8.5%. Interesan je stepen doživljaja neizvesnosti koji je razuđen, tako da u potpunosti ovu emociju oseća 26.4% i delimično njih 22.4%, što je približno polovini ispitanika. Ovaj rezultat tumačimo kao percepciju poslovne klime koja je u ranijim istraživanjima pokazala značajno mesto u percepciji uspeha i neuspeha preduzetnika u Srbiji.



## Atribucija uspeha preduzetnika

**Deskriptivna analiza skale AUP.** U Tabeli 5 su prikazane mere centralne tendencije i mere varijabilnosti prvog segmenta skale APP koji je namenjen tumačenju uzroka uspeha preduzetnika. Faktori su poređani po veličini procenjenog doprinosa uspehu. Frekvencijska analiza odgovora data je u Prilogu (Prilog 9D).

**Tabela 5**

*Rezultati deskriptivne analize skale AUP*

<i>Faktori uspeha preduzetnika</i>	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>
AUP4. moj trud	140	1	5	4.68	.06	.66
AUP5. istrajnost u radu	140	1	5	4.63	.06	.72
AUP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	140	2	5	4.61	.06	.67
AUP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	140	1	5	4.51	.07	.80
AUP3. moja snalažljivost	140	1	5	4.41	.07	.86
AUP6. lična spremnost na usavršavanje	140	1	5	4.39	.08	.90
AUP12. odnos sa zaposlenima	128	1	5	4.23	.13	1.04
AUP11. sposobnosti mog osoblja	127	1	5	4.13	.13	1.04
AUP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	140	1	5	4.03	.09	1.11
AUP10. sreća	139	1	5	3.34	.11	1.30
AUP18. biznis plan	127	1	5	2.88	.14	1.43
AUP16. mogućnost naplate potraživanja	129	1	5	2.74	.36	1.35
AUP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	139	1	5	2.35	.12	1.47
AUP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	130	1	5	2.14	.12	1.34
AUP14. nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	132	1	5	2.01	.11	1.25
AUP8. administrativne procedure	138	1	5	2.00	.11	1.24
AUP13. poslovna klima u Srbiji	136	1	5	1.96	.10	1.14
AUP17. parafiskalni nameti	126	1	5	1.92	.11	1.26

Pregledom Tabele 5 kao i Tabele 9D u Prilogu možemo videti da se kao najznačajniji faktori uspeha izdvajaju oni koji su vezani za samog preduzetnika. Trud, istrajnost u radu i kvalitet ponuđenih proizvoda/usluga preko 90% preduzetnika smatra

odgovornim za postignuti uspeh. Poznavanje posla kojim se preduzeće bavi, snalažljivost i lična spremnost na usavršavanje takođe su faktori koji su maltene jednodušno procenjeni kao veoma važni za postignuti uspeh. Njihov značaj ocenama 4 i 5 ocenjuje preko 80% preduzetnika. Sa druge strane, nijedan od faktora koji se odnosi na pravno i društveno regulisanje bavljenja preduzetništvom ne vidi se kao faktor koji je bio od pomoći. Poslovnoj klimi vlastiti uspeh pripisuje svega 9.3% preduzetnika, postojećim administrativnim procedurama 12.1%, a postojećoj poreskoj politici 23.6%. Budući da subskala AUP nema jedinstven predmet merenja analiza mera distribucije podataka biće prikazana nakon utvrđivanja njene latentne strukture.

Još jedan važan podatak iz prikazane tabele predstavlja segment koji se tiče minimalnih vrednosti. Naime, nulom su označeni faktori koji kod pojedinih preduzetnika nisu bili prepoznati kao važni za procenu uspeha. U tom smislu, možemo videti da postoji realna heterogenost u načinu poslovanja preduzetnika, ali i razlike u subjektivnom doživljaju važnosti pojedinih faktora. Kao deo realnih “ograničenja” u odgovoru na ovaj deo upitnika prepoznajemo činjenicu da jedan deo ispitanika samostalno obavlja svoju delatnost, te faktori koji se tiču odnosa sa zaposlenima ili njihovih sposobnosti nisu primenjivi u proceni sopstvenog uspeha. Sa druge strane, možemo videti da su pojedini ispitanici smatrali da faktor sreće nije primenjiv za procenu doprinosa uspehu, što govori o njihovoj percepciji poslovanja u našoj sredini.

**Provera latentne strukture skale AUP.** Budući da je osmišljena kao primer instrumenta iz kategorije modela paralelnih indikatora skala AUP je analizirana je primenom konfirmatorne faktorske analize (Gerbing & Anderson, 1988; Fajgelj, 2009). Naime, skala je konstruisana tako da svaki ajtem istovremeno meri tri latentna konstrukta (lokus, stabilnost, kontrolabilnost atribucije), te je njena provera sprovedena u nekoliko koraka. Najpre smo svaku od teorijski zamišljenih subskala podvrgli konfirmatornoj faktorskoj analizi, zatim ispitivali pouzdanost subskala i diskriminativnost stavki subskala, i konačno ispitivali konstruktivnu validnost skala pomoću provere nivoa povezanosti sa varijablama iz Vajnerovog atribucionog modela motivacije i emocija (1986). Tim redosledom su navedeni i rezultati koji se odnose na psihometrijsku proveru novokonstruisane skale za merenje atribucije postignuća preduzetnika.

U Tabeli 6 naveden je teorijski ključ skale APP prema kome se skala sastoji od tri posebne subskale (lokus, stabilnost, kontrolabilnost) koje obuhvataju stavke dihotomnog tipa ( unutrašnji - spoljašnji, stabilni - nestabilni, kontrolabilni - nekontrolabilni faktori).

**Tabela 6**

*Teorijski ključ skale APP*

<i><b>Faktori uspeha/neuspeha</b></i>	<i><b>Lokus</b></i>	<i><b>Stabilnost</b></i>	<i><b>Kontrolabilnost</b></i>
1.poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	unutrašnji	nestabilni	kontrolabilni
2.moje sposobnosti rada pod pritiskom	unutrašnji	stabilni	kontrolabilni
3.moja snalažljivost	unutrašnji	stabilni	kontrolabilni
4.moj trud	unutrašnji	nestabilni	kontrolabilni
5.istrajnost u radu	unutrašnji	stabilni	kontrolabilni
6.lična spremnost na usavršavanje	unutrašnji	stabilni	kontrolabilni
7.finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	spoljašnji	stabilni	nekontrolabilni
8.administrativne procedure	spoljašnji	stabilni	nekontrolabilni
9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	unutrašnji	nestabilni	kontrolabilni
10. sreća	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
11. sposobnosti mog osoblja	spoljašnji	stabilni	kontrolabilni
12. odnos sa zaposlenima	spoljašnji	nestabilni	kontrolabilni
13. poslovna klima u Srbiji	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
16. mogućnost naplate potraživanja	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
17. parafiskalni nameti	spoljašnji	nestabilni	nekontrolabilni
18. biznis plan	unutrašnji	stabilni	kontrolabilni

Osnovna premisa prilikom analize stakvi sastojala se u adaptaciji Vajnerovih indikatora na sferu preduzetništva, istovremeno uzimajući u obzir specifičnost našeg poslovnog okruženja. U tom smislu, kao unutrašnji faktori koncipirani su faktori koji se tiču samog preduzetnika (njegove sposobnosti i motivacija), ali i segmenti koji se tiču

planiranja poslovanja i kvaliteta proizvoda, odnosno usluga koje nudi tržištu. Faktori lokalnog i globalnog poslovnog ambijenta prepoznati su kao spoljašnji faktori uspeha.

Faktori koji se tiču sposobnosti i karakteristika preduzetnika (sposobnost rada pod pritiskom, moja snalažljivost) okarakterisani su kao stabilni, ali su ovom skupu dodati i faktori koji oslikavaju relativno stabilno usmerenje preduzetnika u vođenju firme kao osnivača i najodgovornijeg pojedinca (istrajnost u radu, lična spremnost na usavršavanje, biznis plan). U stabilne faktore svrstani su i činioci koji se odnose na pravne i finansijske regulative koje se, prema iskustvima preduzetnika i stručnjaka teško menjaju (administrativne procedure, finansijske obaveze prema državi). Trud kao predstavnik motivacionih karakteristika spada u nestabilne faktore zajedno sa činiocima sreće, što je u skladu sa Vajnerovim modelom atribucije. Poznavanje posla kojim se preduzeće bavi svrstali smo u nestabilne faktore imajući u vidu da se posao iz bilo koje delatnosti vremenom menja, te je i mogućnost praćenja inovacija kod pojedinca varijabilna. Nestabilni faktori oslikavaju i celokupnu poslovnu klimu u kojoj preduzetnici posluju (zavise od mogućnosti nabavke sirovina, alata, naplate potraživanja, nelojalne konkurencije), koja može uticati na stabilnost kvaliteta proizvoda i usluga koje nude svojim klijentima. Odnos sa zaposlenima je percipiran kao proces interakcije, koji je dinamične prirode i stoga kategorisan kao relativno nestabilni faktor postignuća. Dimenzija kontrolabilnosti je bila najizazovnija za analizu, jer je u ovom radu shvaćena kao kontrolabilnost preduzetnika, što je vrlo blisko unutrašnjim faktorima atribucije. Pažljivom analizom uslova poslovanja kojima su domaći privrednici izloženi definisali smo podelu na kontrolabilne i nekontrolabilne faktore njihovog postignuća. Ove dve dimenzije se razlikuju u dva slučaja, i oba se tiču zaposlenih u preduzeću. Naime, faktori koji se tiču sposobnosti zaposlenih i kvaliteta odnosa sa njima predstavljaju spoljašnje faktore, ali su pod kontrolom preduzetnika, budući da on odlučuje o početku i prestanku radnog angažovanja zaposlenih, te spadaju u kontrolabilne faktore.

Proveru latentne strukture skale AUP sprovedi smo pomoću konfirmatorne faktorske analize uz korišćenje metoda maksimalne verodostojnosti (eng. maximum likelihood) sa

ciljem ispitivanja jednodimenzionalnosti tri teorijski osmišljenih dimenzija. Rezultati ovih analiza prikazani su u Tabeli 7.

**Tabela 7**

*Rezultati konfirmatornih faktorskih analiza subskala instrumenta AUP*

	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>p</i>	$\chi^2/df$	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>SRMR</i>
Lokus	140.686	98	.003	1.436	.056	.943	.0892
Stabilnost	136.112	101	.011	1.348	.050	.953	.0861
Kontrolabilnost	120.524	87	.006	1.435	.056	.951	.0909

Napomena: U tabeli su navedena jednofaktorska rešenja modela subskala

Jednofaktorska rešenja sve tri subskale predstavljaju prihvatljivu aproksimaciju populacijske matrice kovarijansi, sumirajući većinu pokazatelja podesnosti modela. Naime, zabeležene su zadovoljavajuće vrednosti indeksa komparativnog fitovanja ( $CFI > .95$ ), kvadratnog korena prosečne kvadrirane greške aproksimacije ( $RMSEA < .06$ ) i standardizovanog kvadratnog korena prosečnog kvadrata reziduala ( $SRMR < .10$ ), koji je podesan za primenu na uzorcima manjim od 200 ispitanika. Normirani test hi kvadrata je u granicama preporučenih vrednosti ( $\chi^2/df < 2$ ), ali je statistički značajan, što može dovesti u pitanje dobru aproksimaciju rezultata u odnosu na predložene skale merenja atribucije uspeha. Odluku o prihvatljivosti ključa konstruisanih skala donećemo nakon analize njihove pouzdanosti i validnosti. Vrednosti faktorskih opterećenja na pojedinačnim subskalamaprikazane su u Prilogu (Prilog 3A-3C). Faktorska opterećenja na dimenziji Lokus atribucije uspeha najviša su za stavke koje mere unutrašnje atribucije, dok su niže vrednosti zabeležene na stavkama spoljašnje atribucije uspeha. Slična tendencija zabeležena je i u okviru subskale Kontrolabilnost atribucije uspeha, gde najviša faktorska opterećenja beleže ajtemi koji mere nekontrolabilne atribucije, a najniže vrednosti imaju ajtemi kontrolabilnih atribucija. Faktorska opterećenja subskale Stabilnost imaju mešovite vrednosti na dimenziji stabilne-nestabilne atribucije uspeha. Ovi rezultati ukazuju na opravdanost dimenzionalnog pristupa u koncepciji subskala atribucije uspeha preduzetnika.

Dakle, na podacima koji se odnose na tumačenje uspeha potvrđena je naša prva hipoteza. Dimenzije izdvojene *a priori*, na osnovu konceptualne analize, podudaraju se sa empirijskim, *a posteriori* dimenzijama izdvojenim faktorskom analizom.

**Analiza pouzdanosti skale AUP.** Sa ciljem provere jednodimenzionalnosti tri subskale instrumenta AUP ispitivali smo njihove nivoe pouzdanosti korišćenjem indeksa Kronbahovog alfa koeficijenta i Gutmanove lambde za paralelne forme. Ukoliko su oba indeksa pouzdanosti istovetna, radi se o jednodimenzionalnim skalama (Fajgelj, 2009). U Tabeli 8 su prikazani i rezultati analize pouzdanosti stavki koje formiraju dva pola dimenzija Lokus, Stabilnost i Kontrolabilnost atribucije uspeha.

**Tabela 8**

*Rezultati analiza pouzdanosti celokupne skale AUP i njenih subskala*

<i>Subskala</i>	<i>m</i>	<i>α</i>	<i>λ<sub>3</sub></i>
Unutrašnje atribucije	8	.702	.702
Spoljašnje atribucije	10	.706	.706
Lokus atribucije	18	.739	.739
Stabilne atribucije	8	.616	.616
Nestabilne atribucije	10	.579	.579
Stabilnost atribucije	18	.739	.739
Kontrolabilne atribucije	10	.747	.747
Nekontrolabilne atribucije	8	.717	.717
Kontrolabilnost atribucije	18	.739	.739

Kao što se iz Tabele 8 može videti, parametri mera interne konzistencije i mera paralelnih formi su istovetni, što potvrđuje jednodimenzionalnost subskala dobijenu putem konfirmatorne faktorske analize. Osim toga, u prilog teorijskom ključu stoje i nivoo pouzdanosti koji se mogu smatrati prihvatljivim za dalje analize, uzimajući u obzir broj stavki koji definišu navedene subskale. Rezultati analize pouzdanosti i diskriminativnosti pojedinačnih stavki skale AUP navedeni su u Prilogu (Prilog 4). Kao najdiskriminativnija

se izdvaja stavka AUP11 (sposobnosti mog osoblja), dok u red najmanje diskriminativnih ajtema spada AUP2 (moje sposobnosti rada pod pritiskom).

**Analiza konstruktivne validnosti skale AUP.** Radi provere konstruktivne validnosti novokonstruisane skale i ispitivanja njene adekvatnosti za proveru Vajnerovog atribucionog modela motivacije i emocija (Weiner, 1986) pristupili smo analizi nivoa povezanosti svake od subskala sa odabranim afektivnim i kognitivnim komponentama modela. U situaciji procene sopstvenog uspeha pojedinac bi trebalo da reaguje ponosom ukoliko uzroke vidi u unutrašnjim faktorima. Osim povezanosti između ponosa i dimenzije lokusa, ostale pozitivne emocije trebalo bi da su pozitivno povezane sa ostalim faktorima atribucije uspeha. U osnovnom Vajnerovom modelu atribucije nije specifikovan smer povezanosti negativnih emocija i atribucije uspeha.

U Tabeli 9 navedeni su rezultati korelacione analize.

### Tabela 9

*Analiza povezanosti subskala AUP, emocija i očekivanja*

	Lokus	Stabilnost	Kontrolabilnost
Ponos	.02	.15	.18*
Optimizam	.13	.19*	.26**
Pesimizam	-.09	-.07	-.13
Očekivanje uspeha	.21*	.03	.18*
Stid	-.02	-.12	-.06
Osećanje krivice	-.18*	-.09	-.18*

\* Korelacija značajna na nivou .05; \*\* Korelacija značajna na nivou .01

Prema originalnom Vajnerovom modelu (1986) u proceni sopstvenog uspeha dimenzija lokusa je povezana sa osećanjem ponosa i samopouzdanja. Rezultati navedeni u Tabeli 9 ne potvrđuju pretpostavku (H3) o povezanosti emocije ponosa i Lokusa atribucije, već upućuju na vezu sa dimenzijom Kontrolabilnost. Povezanost optimizma i Stabilnosti atribucije je zabeležena, dok je povezanost sa očekivanjem uspeha izostala. Ovi rezultati

delimično potvrđuju našu pretpostavku (H4), koja je zasnovana na postavkama Vajnerovog modela atribucije i emocija. Iznenadjujući je nalaz o najvišem nivou povezanosti između optimizma i dimenzije Kontrolabilnost uspeha. Kognitivne implikacije stabilnosti atribucija uspeha u vidu očekivanja uspeha nisu zabeležene, ali postoji značajna korelacija niskog nivoa sa dimenzijama Lokus i Kontrolabilnost. Sumirajući dobijene rezultate možemo reći da je konstruktivna validnost teorijskog ključa subskala atribucije uspeha delimično potvrđena.

**Deskriptivna analiza subskala AUP.** Uvažavanjem kriterijuma provera latentne strukture, nivoa pouzdanosti i validnosti teorijski ključ skale AUP je prihvaćen, te smo u nastavku pristupili računanju kompozitnih skorova subskala. Kompozitni skor subskale Lokus nastao je zbrajanjem odgovora ispitanika na subdimenzijama (unutrašnji-spoljašnji), uz normiranje skorova deljenjem brojem stavki koji su kategorisani kao unutrašnji, odnosno spoljašnji faktori atribucije uspeha preduzetnika. Sledeći korak u računanju jedinstvenog skora dimenzije Lokus atribucije nastao je oduzimanjem normiranih skorova spoljašnjih atribucija od unutrašnjih atribucija uspeha. Na taj način dobijeni su svi skorovi na dimenzijama Lokus, Stabilnost i Kontrolabilnost atribucije uspeha, čiji je teorijski raspon rezultata od minimalnih -4 do maksimalnih +4. Skorovi na trima dimenzijama koji su imali vrednosti iznad 0 tumačeni su kao rezultati unutrašnjih, stabilnih i kontrolabilnih atribucija uspeha.

U Tabeli 10 su prikazane mere centralne tendencije i mere varijabilnosti za svaku subskalu ponaosob.

**Tabela 10**

*Rezultati deskriptivne analize subskala AUP*

<i>Subskala</i>	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>	<i>Skjunis</i>		<i>Kurtozis</i>	
							<i>Sk</i>	<i>SE<sub>sk</sub></i>	<i>Ku</i>	<i>SE<sub>ku</sub></i>
Lokus	140	-1.50	3.40	1.71	.07	.79	-.57	.20	1.34	.41
Stabilnost	140	-1.48	1.65	.42	.05	.56	-.39	.20	.51	.41
Kontrolabilnost	140	-1.80	3.80	1.94	.08	.91	-.59	.20	1.55	.41



Analizom rezultata deskriptivne statistike možemo zaključiti da preduzetnici svoj uspeh u pripisuju umereno kontrolabilnim, unutrašnjim i blago stabilnim atribucijama. Na ovaj način delimično je potvrđena hipoteza H2. Analiza mera varijabilnosti subskala ukazuje na izvesna statistički značajna odstupanja od normalne distribucije u slučaju dimenzija Lokus i Kontrolabilnost. Sve tri subskale pokazuju tendenciju ka zakrivljenosti rezultata u desno i spljoštenoj distribuciji. Ovakva distribucija rezultata je donekle očekivana, budući da se radi o proceni uzroka sopstvene uspešnosti, te nije opravdano očekivati normalnu distribuciju procena. Međutim, rezultati Kolgomorov-Smirnov testa ne ukazuju na značajna odstupanja od normalne distribucije za sve tri dimenzije ( $D_1(140)=0.045$ ,  $D_2(140)=0.060$ ,  $D_3(140)=0.058$ ;  $p>.05$ ), te smo u narednim analizama primenili tehnike parameterijske statistike uz korišćenje standardizovanih z skorova merenih varijabli.

### **Atribucija neuspeha preduzetnika**

**Deskriptivna analiza skale ANP.** Atribucije neuspeha nismo tražili samo od onih preduzetnika koji su svoje dosadašnje poslovanje ocenili kao neuspešno. Moglo je, naime, da se očekuje da samo mali procenat preduzetnika smatra sebe neuspešnim, što bi zbog malog broja slučajeva onemogućilo da su uopšte ispituju atribucije neuspeha. Upravo to se i desilo, jer je, kao što naši rezultati pokazuju, samo 6.4% ispitanih preduzetnika ocenilo sebe kao neuspešno. Zato smo se odlučili da atribuciju neuspeha preduzetnika merimo putem pitanja: “Zbog čega niste još bolji u svom poslu?”, na koje mogu da odgovore i uspešni preduzetnici, jer treba da navedu kojim faktorima objašnjavaju to što nisu uspeh postignu još bolji uspeh. Ponuđeni faktori neuspeha predstavljaju drugi segment skale za operacionalizaciju atribucije postignuća preduzetnika. U Tabeli 11 prikazani su osnovni deskriptivni podaci o ovoj skali. Frekvencijska analiza odgovora na ovaj upitnik dati su u Prilogu (Prilog 9F).

**Tabela 11***Rezultati deskriptivne analize skale ANP*

<i>Faktori neuspeha preduzetnika</i>	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>
ANP8. administrativne procedure	138	1	5	3.57	.12	1.38
ANP14. neloyalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	134	1	5	3.46	.13	1.52
ANP13. poslovna klima u Srbiji	137	1	5	3.44	.13	1.52
ANP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	140	1	5	3.41	.12	1.47
ANP17. parafiskalni nameti	129	1	5	3.24	.13	1.47
ANP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	130	1	5	3.09	.13	1.50
ANP16. mogućnost naplate potraživanja	130	1	5	2.81	.13	1.45
ANP10. sreća	138	1	5	2.51	.12	1.35
ANP11. sposobnosti mog osoblja	127	1	5	2.28	.13	1.41
ANP18.biznis plan	127	1	5	2.17	.11	1.22
ANP6. lična spremnost na usavršavanje	140	1	5	2.17	.12	1.43
ANP12. odnos sa zaposlenima	126	1	5	2.17	.12	1.39
ANP3. moja snalažljivost	140	1	5	2.09	.12	1.39
ANP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	140	1	5	2.09	.11	1.30
ANP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	140	1	5	2.09	.12	1.47
ANP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	140	1	5	2.02	.12	1.36
ANP4. moj trud	140	1	5	1.99	.12	1.39
ANP5. istrajnost u radu	140	1	5	1.99	.12	1.42

Prema rezultatima iz Tabele 11 možemo zaključiti da uzroke neuspeha preduzetnici vide pre svega u administrativnim preprekama, neloyalnoj konkurenciji, opštoj poslovnoj klimi, finansijskim troškovima i parafiskalnim nametima kojima su preduzetnici izloženi od

strane državnih i lokalnih upravnih organa. Faktori koji su u najmanjoj meri doprineli neuspehu preduzetnika tiču se ličnog zalaganja preduzetnika kao što su istrajnost u radu, trud, poznavanje posla i kvalitet proizvoda, tj. usluga koje nude svojim klijentima. Ovi rezultati u skladu su sa procenama faktora koji su doprineli uspehu preduzetnika.

Rezultati frekvencijske analize (Prilog 9F) podržavaju tendencije zabeležene deskriptivne analize, pa se najveći broj ispitanika složio sa tim da su najznačajniji ometajući faktori: poslovna klima u Srbiji (34.3%), administrativne procedure (32.9%) i finansijske obaveze prema državi (32.1%).

**Provera latentne strukture skale ANP.** Skala za operacionalizaciju atribucije neuspeha preduzetnika takođe je zamišljena kao primer modela kongeneričkih indikatora sa koreliranim greškama. U skladu sa tim skala je podvrgnuta proverbi latentne strukture pomoću konfirmatorne faktorske analize sa ciljem provere jednodimenzionalnosti tri subskale (Lokus, Stabilnost, Kontrolabilnost neuspeha preduzetnika). Tom prilikom koristili smo metod maksimalne verodostojnosti (eng. maximum likelihood) uz inkrementalne parametre fita: indeks komparativnog fitovanja (Bentler's comparative fit index, CFI), kvadratni koren prosečne kvadrirane greške aproksimacije (Root mean square of approximation, RMSEA) i standardizovani kvadratni koren prosečnog kvadrata reziduala (standardized root mean square residual, SRMR) i testiranje značajnosti hi kvadrata. Rezultati uporednih konfirmatornih faktorskih analiza za tri subskale atribucije neuspeha preduzetnika navedeni su u Tabeli 12.

**Tabela 12**

*Rezultati konfirmatornih faktorskih analiza subskala instrumenta ANP*

<i>Subskala</i>	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>p</i>	$\chi^2/df$	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>SRMR</i>
Lokus	151.674	98	.000	1.667	.069	.969	.0945
Stabilnost	161.295	107	.001	1.507	.060	.972	.0996
Kontrolabilnost	147.372	96	.000	1.535	.062	.973	.0958

Prema rezultatima navedenim u Tabeli 12 stavke skale Atribucije neuspeha preduzeća raspoređene su u okviru tri pararelnesubskale. Vrednosti normiranog hi kvadrata su u okviru preporučenog opsega ( $\chi^2/df < 2$ ), ali su oni statistički značajni, što ukazuje na to da postoje izvesne razlike između populacijskih kovarijansi koje predviđa model i empirijskih kovarijansi uzorka. Model je ipak prihvaćen, imajući u vidu da su ostali parametri fitovanja modela (CFI, SRMR) u potpunosti zadovoljavajući. Vrednosti kvadratnog korena kvadirane greške aproksimacije (RMSEA) koji je osetljiv na uzorke manje od 250 ispitanika na dimenzijama Lokus i Kontrolabilnost su blago povišene, ali ipak prihvatljive (Cudeck, 2005; Kline, 2005, prema Lazarević, 2008). Faktorska opterećenja subskala su prikazana u Prilogu (Prilog5A-5C). Stavke ANP4 (moj trud) i ANP5 (istrajnost u radu) imaju najviša faktorska opterećenja, dok stavke ANP13 (poslovna klima u Srbiji) i ANP14 (nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja) imaju najniže vrednosti faktorskih opterećenja na svim analiziranim subskalama.

Zato smatramo da je i na podacima koji se odnose na tumačenje neuspeha potvrđena naša prva hipoteza o podudarnosti dimenzija izdvojenih *a priori*, na osnovu konceptualne analize, sa empirijskim, *a posteriori* dimenzijama izdvojenim faktorskom analizom.

**Analiza pouzdanosti skale ANP.** Nivo pouzdanosti subskala atribucije neuspeha analizirani su putem Kronbahovog alfa koeficijenta interne konzistencije i Gutmanomog lamba koeficijenta. Rezultati analiza prikazani su u Tabeli 13.

**Tabela 13**

*Rezultati analiza pouzdanosti celokupne skale ANP i njenih subskala*

<i>Subskala</i>	<i>m</i>	<i>α</i>	<i>λ'₃</i>
Unutrašnje atribucije	8	.93	
Spoljašnje atribucije	10	.78	
Lokus atribucije neuspeha	18	.84	.84
Stabilne atribucije	8	.79	
Nestabilne atribucije	10	.70	
Stabilnost atribucije neuspeha	18	.84	.84

Kontrolabilne atribucije	10	.94	
Nekontrolabilne atribucije	8	.82	
Kontrolabilnost atribucije neuspeha	18	.84	.84

Rezultati uporedne provere nivoa pouzdanosti korišćenjem različitih indeksa ukazuju na potvrdu jednodimenzionalnosti subskala. Osim toga, nivoi pouzdanosti sve tri subskale spadaju u odlične. Rezultati analiza diskriminativnosti pojedinačnih stavki navedeni su u Prilogu (Prilog 6). Kao najdiskriminativnije izdvajaju se stavke ANP4 (moj trud) i ANP5 (istrajnost u radu), dok su najmanje diskriminativne stavke ANP14 (nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja) i ANP13 (poslovna klima u Srbiji).

**Provera konstruktivne validnosti skale ANP.** Prema postavkama Vajnerovog atribucionog modela emocija i motivacije (Weiner, 1986) u situaciji neuspeha naročito je važna dimenzija kontrolabilnosti. Naime, pri tumačenju uzroka sopstvenog neuspeha kontrolabilnim faktorima pojedincima se obično javlja osećanje krivice, dok se stid javlja kao reakcija na korišćenje nekontrolabilnih faktora. Rezultati analize nivoa povezanosti subskala ANP i odabranih emocija navedeni su u Tabeli 14.

**Tabela 14**

*Analiza povezanosti subskala ANP, emocija i očekivanja*

	Lokus	Stabilnost	Kontrolabilnost
Ponos	-.10	-.01	-.08
Optimizam	-.11	-.02	-.09
Pesimizam	-.001	-.05	.01
Očekivanje uspeha u budućnosti	-.22**	-.21*	-.24**
Stid	.07	.03	.05
Osećanje krivice	.10	.14	.12

\*Korelacija značajna na nivou .05; \*\* Korelacija značajna na nivou .01

Pregledom tabele možemo zaključiti da nije utvrđena povezanost između osećanja krivice i stida sa dimenzijom Kontrolabilnost neuspeha kod preduzetnika. Dimenzija Kontrolabilnost je blago i negativno povezana sa očekivanjem uspeha u budućnosti (vrednosti  $r < 0.3$ ). Istovremeno, osećanje stida nije značajno povezano ni sa jednim faktorom atribucije neuspeha, što opovrgava našu pretpostavku H5. Ovaj rezultat možemo tumačiti kao potrebu zaštite ega naših ispitanika. Takođe, postoji mogućnost da se stid kao emocija u okviru procene dosadašnjeg postignuća preduzetnika ne javlja zbog toga što aktivnost vođenja preduzeća traje minimum dve godine i još uvek je u toku, te se upravo zbog tog trajanja procesa ego brani zabranom javljanja stida, ili barem zabranom njegovog javnog iskazivanja.

**Deskriptivna analiza subskala ANP.** Skorovi subskala Lokus, Stabilnost i Kontrolabilnost atribucije neuspeha formirani su na osnovu istog principa kao i skorovi subskala skale AUP. Vrednosti skorova od 0 do +4 ukazuju da se radi o atribucijama koje su unutrašnje, stabilne i kontrolabilne, dok su vrednosti u opsegu od 0 do - 4 pokazatelji spoljašnjih, nestabilnih i nekontrolabilnih atribucija. Prema rezultatima navedenim u Tabeli 15 možemo zaključiti da su atribucije neuspeha preduzetnika pretežno nekontrolabilne, nestabilne i spoljašnje.

**Tabela 15**

*Rezultati deskriptivne analize subskala ANP*

	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>	<i>Skjunis</i>		<i>Kurtosis</i>	
							<i>Sk</i>	<i>SE<sub>sk</sub></i>	<i>Ku</i>	<i>SE<sub>ku</sub></i>
Lokus	140	-3.70	2.38	-.80	.11	1.30	.521	.205	-.131	.407
Stabilnost	140	-1.90	1.63	-.15	.06	.68	.424	.205	-.210	.407
Kontrolabilnost	140	-3.50	3.15	-1.02	.13	1.52	.725	.205	-.021	.407

Analiza vrednosti skjunisa i njihovih grešaka ukazuje da značajna odstupanja od normalne distribucije postoje kod subskale Kontrolabilnost neuspeha, čija je distribucija

pomerena u levo. U pogledu vertikalnog odstupanja nisu zabeležene statistički značajne tendencije. Ovakvi rezultati još jednom ukazuju na subjektivnost autopercepcije preduzetnika prilikom procene ometajućih faktora za uspeh preduzeća koje su osnovali.

### **Polne razlike u lokusu atribucije postignuća**

Razlike u lokusu atribuiranja uspeha, odnosno neuspeha kod preduzetnika različitog pola ispitivane su putem studentovog t-testa. Deskriptivni pokazatelji zastupljenosti lokusa atribucija kod ženskih i muških ispitanika prikazani su u Tabeli 16, i ukazuju na mali stepen razlika. Putem t-testa nismo uspeli da izdvojimo statistički značajne razlike u pogledu analiziranih varijabli, čime smo opovrgnuli početnu pretpostavku o postojanju polnih razlika u načinu atribucije sopstvenog uspeha i neuspeha (H6).

**Tabela 16**

*Rezultati testiranja polnih razlika u lokusu atribucije uspeha i neuspeha*

		<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
Lokus atribucije uspeha	ženski	69	1.78	.74	1.12	.26
	muški	71	1.63	.84		
Lokus atribucije neuspeha	ženski	69	-.64	1.38	1.49	.14
	muški	71	-.96	1.20		

### **Preduzetnička samoefikasnost**

Skala preduzetničke samoefikasnosti nastala je kao rezultat modifikacije skale preduzetničke samoefikasnosti (Liñán & Chen, 2006) namenjene anticipaciji preduzetničke samoefikasnosti u okviru studentske populacije. Rezultati deskriptivne analize odgovora na stavke ove skale prikazani su u Tabeli 17.

**Tabela 17***Rezultati deskriptivne analize skale preduzetničke samoefikasnosti*

<i>Stavke skale PS</i>	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>
ps4. Smatram da moje preduzeće ima velike šanse za uspeh.	140	1	5	4.20	.09	1.03
ps3. Mogao/la sam kontrolisem proces kreiranja preduzeća pri njegovom osnivanju.	140	1	5	4.06	.09	1.14
ps1. Osnivanje firme i njeno vođenje mi ne predstavlja veliki napor.	140	1	5	3.60	.11	1.30
ps2. Ne verujem da sam sasvim sposoban/a vodim vlastito preduzeće.	140	1	5	1.55	.09	1.06

Kao što se iz tabele može videti, sve afirmativne stavke beleže iznadprosečne vrednosti, što govori o zadovoljavajućem nivou osećaja samoefikasnosti ispitanika. Frekvencijska analiza takođe (Tabela 9I u Prilogu) pokazuje da je na svakoj tvrdnji velika većina ispitanika (od 72% do 85%) prihvatala odgovore koji ukazuju na preduzetničku samoefikasnost.

Analiza pouzdanosti skale putem mera interne konzistencije dala je nizak nivo pouzdanosti ( $\alpha=.26$ ). Rezultati eksplorativne faktorske analize strukture skale ukazivali su na jednofaktorsko rešenje koje objašnjava 37.7% varijanse. Komunalitet stavke ps2 je bio negativnog smera, te smo istu rekodirali u smeru ostalih stavki. Rekodirana verzija skale je pokazala viši nivo pouzdanosti ( $\alpha=.44$ ), uz različite nivoe diskriminativnosti stavki, koji su prikazani u Tabeli 18.

Težina stavki iznosi 16.31 sa prosečnom standardnom greškom 2.77 i varijansom 7.68. Eksplorativna faktorska analiza rekodirane skale opet je išla u prilog jednofaktorskom



rešenju (37.7% objašnjene varijanse), uz vrednosti komunaliteta više od 0.3 za sve stavke osim stavke ps2.

Budući da se homogenost instrumenta ne bi značajno promenila eliminisanjem pojedinih stavki, prihvatanje jednofaktorskog rešenja skale sa nisko diskriminativnim stavkama smatrali smo neopravdanim, te smo pribegli odabiru stavke koja beleži najviši nivo korelacije sa osnovnim predmetom merenja. Na osnovu tog kriterijuma odabrana je stavka ps1, te ćemo u narednim analizama o preduzetničkoj samoefikasnosti koristiti samo nju.

**Tabela 18**

*Pouzdanost i diskriminativnost stavki rekodirane skale Preduzetničke samoefikasnosti*

<i>Stavke</i>	<i>Aritmetička sredina skale ako se stavka izostavi</i>	<i>Varijansa skale ako se stavka izostavi</i>	<i>Diskriminativnost stavke</i>	<i>Kronbahov alfa koeficijent ako se stavka izostavi</i>
ps1.Osnivanje firme i njeno vođenje mi ne predstavlja veliki napor	12.71	4.28	.32	.28
ps2.Ne verujem da sam sasvim sposoban/na da vodim vlastito preduzeće	11.86	5.93	.12	.48
ps3.Mogao/la sam da kontrolišem proces kreiranja preduzeća pri njenom osnivanju	12.25	4.89	.30	.31
ps4. Smatram da moje preduzeće ima velike šanse za uspeh.	12.11	5.44	.25	.36

Celokupna frekvencijska analiza odgovora ispitanika data je u Prilogu (Prilog 9I). Na osnovu te analize možemo reći da se najveći broj ispitanika u potpunosti slaže sa: ps4. *Smatram da moje preduzeće ima velike šanse za uspeh* (50.7%) i ps3. *Mogao/la sam da*

*kontrolišem proces kreiranja preduzeća pri njegovom osnivanju (48.6%) dok samo 9% preduzetnika ne veruje da su sasvim sposobni da vode vlastito preduzeće (ps2), što sve govori o izraženoj preduzetničkoj samoefikasnosti..*

### **Poželjnost preduzetništva u društvu**

Deskriptivna analiza instrumenta namenjenog merenju procene poželjnosti preduzetništva u društvu data je u Tabeli 19.

**Tabela 19**

*Rezultati deskriptivne analize skale Poželjnosti preduzetništva u društvu*

<i>Stavke skale PP</i>	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SEM</i>	<i>SD</i>
pp1. Članovi moje najuže porodice cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.	140	1	5	3.59	.10	1.25
pp6. Uprkos rizicima, preduzetništvo se u našoj sredini jako ceni.	140	1	5	3.36	.10	1.21
pp2. U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti.	140	1	5	3.35	.11	1.29
pp7. Moje kolege visoko vrednuju bavljenje preduzetništvom.	140	1	5	3.28	.09	1.18
pp4. Moji prijatelji cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti	140	1	5	3.26	.09	1.13
pp5. Većina ljudi u mojoj zemlji bavljenje preduzetništvom smatra neprihvatljivim.	140	1	5	2.99	.10	1.21
pp8. U našoj sredini je uvreženo mišljenje da preduzetnici iskorišćavaju druge ljude.	140	1	5	2.35	.11	1.28
pp3. Uloga preduzetnika u ekonomiji je, opšte uzevši, podcenjena u našoj zemlji.	140	1	5	2.11	.10	1.22

Prema rezultatima deskriptivne analize, sve stavke koje su pozitivno usmerene prema preduzetništvu su visoko prihvaćene od strane ispitanika. Frekvencijska analiza odgovora preduzetnika i preduzetnica data je u Prilogu (Prilog 9J). Ako posmatramo procenat onih koji se potpuno slažu sa ponuđenim tvrdnjama, ispitanici su najveće slaganje izrazili sa stavkama pp1. *Članovi moje najuže porodice cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti* (32.1%), zatim pp2. *U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti* (25%). Sa druge strane, najniži stepen slaganja ispitanici su iskazali sa stavkom pp3. *Uloga preduzetnika u ekonomiji je, opšte uzevši, potcenjena u našoj zemlji* (5.7%). Ovi odgovori ukazuju na to da većina ispitanika ima pozitivnu sliku o svom profesionalnom usmerenju.

Nakon prvobitne provere pouzdanosti koja je imala niske vrednosti i eksplorativne faktorske analize ustanovili smo da skala poželjnosti preduzetništva u društvunema jedinstven predmet merenja.

Latentna struktura skale poželjnosti preduzetništva proveravana je eksplorativnom faktorskom analizom, korišćenjem analize glavnih komponenti uz Promax rotaciju. Bartletov test sferičnosti validirao je korišćenje faktorske analize ( $\chi^2(140)= 186.716$ ,  $df=28$ ,  $p<.01$ ) kao i KMO pokazatelj reprezentativnosti 0.71.

Karakteristične vrednosti veće od 1 zabeležene su kod dva faktora, koji zajedno objašnjavaju 50% varijanse. Svojsstvene vrednosti ekstrahovanih komponenti i procenat objašnjene varijanse prikazan je u Tabeli 20. Tabela komunaliteta, matrica komponenti i matrica strukture prikazani su u Prilogu (Prilog 7A-7C).

**Tabela 20***Procenat objašnjene varijanse skale PP*

Komponente	Karakteristični koren	Procenat objašnjene varijanse	Kumulativni procenat objašnjene varijanse	Karakteristični koren nakon rotacije
<b>1</b>	<b>2.650</b>	<b>33.119</b>	<b>33.119</b>	<b>2.458</b>
<b>2</b>	<b>1.316</b>	<b>16.456</b>	<b>49.575</b>	<b>1.889</b>
3	.890	11.131	60.706	
4	.879	10.991	71.697	
5	.728	9.101	80.798	
6	.644	8.051	88.849	
7	.492	6.150	94.999	
8	.400	5.001	100.000	

Matrica sklopa skale PP prikazana je u Tabeli 21. Sadržaj izdvojenih faktora ukazuje na dve sfere percepcije poželjnosti preduzetništva. Pre svega percepcija poželjnosti se odnosi na neposrednu okolinu pojedinca, njegovu porodicu, prijatelje i kolege, koji su u velikoj meri upoznati sa radom preduzetnika. Sa druge strane, percepcija poželjnosti preduzetništva podrazumeva i procenu ispitanika o percepciji šire zajednice o tome kako preduzetnici posluju, i odnosi se na imidž koji preduzetnici imaju u javnosti. Komponente poželjnosti preduzetništva u društvu definisane na ovaj način mogu na različite načine biti u vezi sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti.

Kao što možemo videti u Tabeli 21, stavke pp6 i pp2 pripale su dimenziji Poželjnost u društvu, ali sa negativnim predznakom, te smo prilikom kreiranja ključa subskele rekodirali ove stavke u smeru merenja ostalih stavki. Interkorelacije ekstrahovanih dimenzija skale Poželjnosti preduzetništva u društvu prikazane su u okviru Tabele 22.

**Tabela 21***Matrica sklopa skale PP*

<i>Stavke</i>	<i>Faktori</i>		
	<i>Broj faktora</i>	<i>Faktorska zasićenja</i>	<i>Naziv faktora</i>
pp1. Članovi moje najuže porodice cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.		.781	
pp4. Moji prijatelji cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti	1.	.781	<b>Poželjnost u neposrednoj sredini</b>
pp7. Moje kolege visoko vrednuju bavljenje preduzetništvom.		.732	
pp6. Uprkos rizicima, preduzetništvo se u našoj sredini jako ceni.		.384	
pp2. U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti.		.313	
pp3. Uloga preduzetnika u ekonomiji je, opšte uzevši, podcenjena u našoj zemlji.	2.	-.747	<b>Poželjnost u društvu</b>
pp8. U našoj sredini je uvreženo mišljenje da preduzetnici iskorišćavaju druge ljude.		-.712	
pp5. Većina ljudi u mojoj zemlji bavljenje preduzetništvom smatra neprihvatljivim.		-.549	

**Tabela 22***Povezanost subfaktora skale PP*

	Poželjnost u neposrednoj sredini	Poželjnost u društvu
Poželjnost u neposrednoj sredini		.320**
Poželjnost u društvu	.320**	-

Korelacija značajna na nivou \*\* 0.01

**Analiza pouzdanosti skale PP.** Mere interne konzistencije pouzdanosti subskala instrumenta Poželjnost preduzetništva u društvu prikazane su u Tabeli 23. Prema rezultatima deskriptivne analize može se zaključiti da ispitanici u većoj meri percipiraju poželjnost bavljenja preduzetništvom u neposrednoj sredini u poređenju sa percepcijom poželjnosti u društvu. Subskale imaju granično nisku pouzdanost, ali će biti prihvaćene imajući u vidu dužinu subskala. Analiza pouzdanosti i diskriminativnosti stavki subskala Poželjnosti preduzetništva prikazana je u Prilogu (Prilog 8A i 8B).

**Tabela 23**

*Pouzdanost subskala instrumenta PP*

<i>Subskala</i>	<i>m</i>	<i>α</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>V</i>
Poželjnost u neposrednoj sredini	3	0.66	3.37	.91	.83
Poželjnost u društvu	5	0.61	2.83	.57	.32

## Lične vrednosti

Skala ličnih vrednosti (PVQ-RR F, Schwartz et al., 2012) osmišljena je kao primer višedimenzionalne cirkumpleks skale koja sadrži 19 vrednosti raspoređenih u dve osnovne dimenzije: 1) *samousavršavanje* nasuprot *samoprevazilaženju* i 2) *otvorenost za promene* nasuprot *održavanju postojećeg stanja*. U fokusu našeg rada su vrednosti Postignuća, Nezavisnosti misli i Nezavisnosti akcija koje su izračunate prema ključu autora skale. Osnovni deskriptivni podaci i podaci o homogenosti izabranih vrednosti prikazani su u Tabeli 24.

**Tabela 24**

*Rezultati deskriptivne analize i analize pouzdanosti izabranih ličnih vrednosti*

	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>α</i>	<i>m</i>
Nezavisnost misli	140	3.00	6.00	5.11	.74	0.53	3
Nezavisnost akcija	140	3.33	6.00	5.34	.68	0.66	3
Postignuće	140	2.67	6.00	4.86	.88	0.68	3

Prema deskriptivnim pokazateljima možemo reći da je vrednost Nezavisnosti akcija najzastupljenija kod naših ispitanika, ali da su i preostale dve vrednosti takođe izražene u velikoj meri. Mere pouzdanosti ovih subfaktora su blizu graničnih, ali u našem slučaju prihvatljive imajući u vidu broja stavki koje ih definišu.

## Analiza povezanosti varijabli osnovnog atribucijskog modela

Kako bismo ispitali hipoteze vezane za indirektni uticaj atribucija preko emocija na motivaciju za buduća ponašanja najpre smo pristupili proveru povezanosti pomenutih varijabli na našem uzorku u kontekstu procene uspeha i neuspeha. Ovakav pristup izabrali smo budući da autor teorije u svojim radovima ne navodi tačan smer povezanosti emocija, atribucija i motivacije. Rezultati su prikazani u Tabeli 25.

**Kontekst procene uspeha.** Rezultati korelacione analize (Tabela 25) ukazuju na to da su osnovni preduslovi za analizu medijacije zadovoljeni, budući da su dobijene statistički značajne korelacije između posmatranih varijabli. U skladu sa tim u narednom odeljku ćemo pristupiti proveru indirektnog uticaja osećanje ponosa sa faktorima Lokusa atribucije uspeha i optimizma i očekivanja postignuća u budućnosti sa faktorom Stabilnosti atribucije uspeha.

**Tabela 25**

*Povezanost varijabli iz osnovnog atribucijskog modela uspeha*

	Ponos	Optimizam	Unutrašnji faktori uspeha	Spoljašnji faktori uspeha	Stabilni faktori uspeha	Očekivanja u budućnosti
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	.31**	.43**	.19*	.06	.15	.38**
Optimizam	.49**	1	.49**	.24**	.41**	.41**
Ponos	1	.49**	.30**	.21*	.29**	.19*
Očekivanja u budućnosti	.19*	.40**	.32**	.02	.20**	1

\*\* Korelacija značajna na nivou 0.01

\* Korelacija značajna na nivou 0.05



**Kontekst procene neuspeha.** Procena kontrolabilnosti neuspeha kod pojedinaca bi, po Vajnerovom modelu, trebalo da bude povezana sa emocijama stida i krivice. Kako bismo dublje ispitali smer relacija ovih emocija, kontrolabilnosti neuspeha i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti, najpre smo analizirali povezanost napred navedenih varijabli. Rezultati ove korelacione analize navedeni su u Tabeli 26.

**Tabela 26**

*Povezanost varijabli iz osnovnog atribucijskog modela neuspeha*

	Osećanje stida	Osećanje krivice	Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	Kontrolabilni faktori neuspeha
Osećanje stida	1	.38**	-.27**	.09
Osećanje krivice	.38**	1	-.29**	.25**
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	-.27**	-.29**	1	-.17*

\*\* Korelacija značajna na nivou 0.01

\* Korelacija značajna na nivou 0.05

Rezultati osnovne korelacione analize ukazuju na značajnu povezanost između kontrolabilnih faktora neuspeha i osećanja krivice u pozitivnom smeru i motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti u negativnom smeru, što nam daje osnovu za dalju analizu procesa medijacije između posmatranih varijabli.

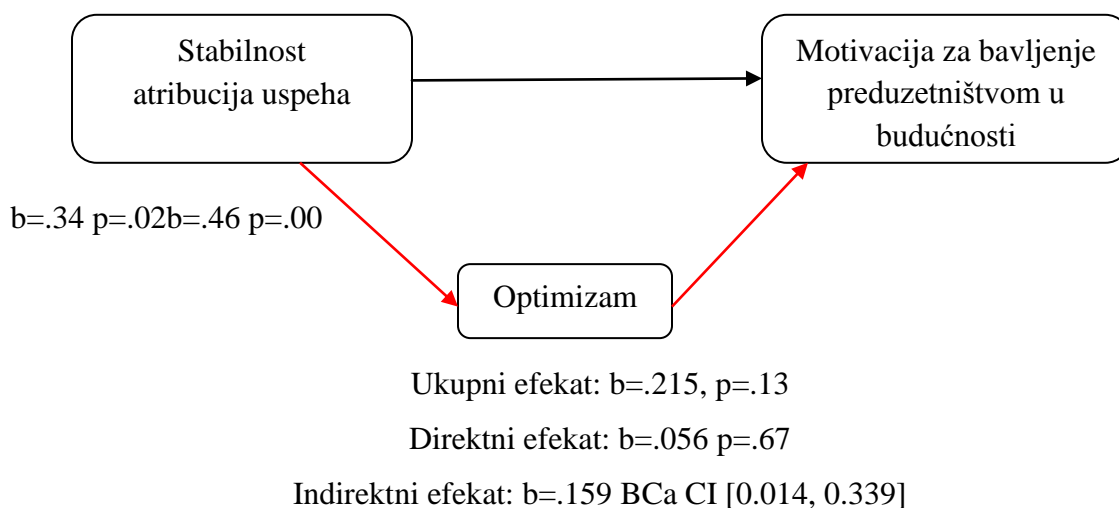
### **Analiza medijacije u okviru atribucijskog modela preduzetnika**

Analiza medijacije sprovedena je kako bi se testirale postavke Vajnerovog modela koji se odnosi na indirektan uticaj atribucije postignuća na motivaciju pojedinca. Kako smo ranije naveli, prema Vajnerovom modelu za svaku dimenziju atribucije predviđena je emocija

koja predstavlja posledicu određenog načina tumačenja postignuća. Na osnovu toga formirali smo pretpostavku o medijatorskoj vezi između dimenzija atribucije i motivacije.

**Lokus atribucije uspeha preduzetnika.** Osećanje ponosa, prema korelacionim analizama značajno korelira sa unutrašnjim atribucijama uspeha i motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti, ali ne i sa spoljašnjim atribucijama uspeha, što je dovelo u pitanje opravdanost medijacione analize. Kada je lokus atribucije posmatran jednodimenzionalno, nije zabeležena značajna korelacija (Tabela 9). Konačno razrešenje sumnje u postojanje medijacije su potvrdili rezultati Sobelovog testa koji nije statistički značajan ( $z=.18, p>.05$ ). Time je opovrgnuta hipoteza broj 7.

**Stabilnost atribucije uspeha preduzetnika - emocije i očekivanja.** Medijaciona analiza odnosa stabilnih atribucija uspeha i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti otkrila je statistički značajan Sobelov test ( $z= 2.139, p=.03$ ) za emociju optimizma,  $b=.159$  BCa CI [0.014, 0.339],  $ab_{cs}=.089$  BCa CI [0.007, 0.181] (Grafikon 2).



**Grafikon 2.** Model stabilnih atribucija uspeha kao prediktora motivacije za bavljenje preduzetništvom posredovan doživljajem emocije optimizma

Ovi rezultati pokazuju da optimizam kod preduzetnika pojačava motivaciju za nastavak preduzetničkih aktivnosti kada svoj uspeh tumači stabilnim faktorima, te je time naša hipoteza H8 potvrđena.

Putem medijacione analize želeli smo da ispitamo i značaj kognitivnih varijabli, odnosno očekivanja o postignuću u budućnosti za predikciju odnosa između stabilnih atribucija postignuća i motivacije za bavljenjem preduzetništvom u budućnosti. Rezultati preliminarnih analiza ukazali su na odsustvo medijacije, što je potvrdio i Sobelov test ( $z=.032$   $p=.74$ ), koji je statistički značajan. Time je opovrgnuta naša hipoteza broj 9.

**Kontrolabilnost atribucije neuspeha preduzetnika.** Iako su preliminarne korelacione analize ukazivale na mogućnost medijacionih efekata, naročito u slučaju emocije krivice, indirektni efekat osećanja stida i krivice nije utvrđen u regulaciji odnosa između Kontrolabilnosti atribucija neuspeha i motivacije za bavljenje preduzetništvom. Ovi rezultati opovrgavaju hipotezu broj 10.

**Ranije iskustvo u delatnosti.** Analiza moderacije ranijeg iskustva u delatnosti na odnos između procene postignuća i lokusa atribucije uspehanije ukazala na statistički značajne interakcije, što nije u skladu sa našom pretpostavkom H12.

## Povezanost specifičnih faktora postignuća sa procenom i atribucijama postignuća

**Preduzetnička samoefikasnost.** Kao dodatak osnovnom Vajnerovom atribucijskom modelu emocija i motivacije izabrane su varijable koje se odnose na lične faktore postignuća kao što su preduzetnička samoefikasnost, vrednosti preduzetnika, motiv osnivanja preduzeća i sociodemografske varijable. U Tabeli 27 prikazani su rezultati analize povezanosti preduzetničke samoefikasnosti sa dimenzijama atribucije uspeha.

**Tabela 27**

*Analiza povezanosti preduzetničke samoefikasnosti i dimenzija atribucije uspeha*

	Preduzetnička samoefikasnost
Lokus uspeha	.03
Stabilnost uspeha	.08
Kontrolabilnost uspeha	.01

\* Korelacija značajna na nivou .05; \*\* Korelacija značajna na nivou .01

Uvidom u rezultate navedene u Tabeli 27 možemo reći da preduzetnička samoefikasnost nije značajno povezana sa dimenzijama atribucije uspeha preduzetnika, što opovrgava hipotezu H13. U skladu sa tim ćemo u strukturalnom modelu ispitati mogućnost povezivanja preduzetničke samoefikasnosti sa drugim varijablama iz predloženog modela.

**Motivi osnivanja preduzeća.** Osnovni motivi osnivanja firme prepoznati su kao značajni korelati procene njenog postignuća. Analiza povezanosti ovih varijabli prikazani su u Tabeli 28.

**Tabela 28**

*Analiza povezanosti motiva osnivanja preduzeća i procene postignuća*

	Nužnost kao motiv osnivanja preduzeća	Prilika kao motiv osnivanja preduzeća
Procena postignuća	-.27**	.22**

\*\* Korelacija značajna na nivou .01

Naši rezultati ukazuju na negativnu korelaciju između nužnosti kao osnovnog motiva za osnivanje preduzeća i procene postignuća. Istovremeno, zabeležena je i značajna, ali niža korelacija prilike kao motiva za osnivanje preduzeća i procene njegovog postignuća. Ovi rezultati potvrđuju našu hipotezu H16, i opravdavaju njihovo uvođenje u prošireni atribucijski model postignuća preduzetnika.

**Lične vrednosti preduzetnika.** Rezultati korelacione analize vrednosti preduzetnika i atribucionim faktorima uspeha i neuspeha prikazani su u okviru Tabele 29.

**Tabela 29**

*Analiza povezanosti ličnih vrednosti preduzetnika i faktora atribucije postignuća*

	Nezavisnost akcija	Nezavisnost misli	Postignuće
Lokus atribucije uspeha	.12	.04	.12
Stabilnost atribucije uspeha	.08	.05	.22*
Kontrolabilnost atribucije uspeha	.20*	.13	.24**
Lokus atribucije neuspeha	-.15	-.24**	-.07
Stabilnost atribucije neuspeha	-.14	-.18*	.01
Kontrolabilnost atribucije neuspeha	-.11	-.20*	-.01

\* Korelacija značajna na nivou .05; \*\* Korelacija značajna na nivou .01

Pregledom Tabele 29 možemo uvideti da su vrednosti značajni korelati pojedinih atribucija postignuća. Prema rezultatima korelacione analize pojedinci izraženijom vrednosti postignuća tumače svoj uspeh Stabilnim i Kontrolabilnim faktorima. Kada je dominantna vrednost nezavisnost akcija, preduzetnici svoj uspeh pripisuju Kontrolabilnim faktorima. Međutim, u situaciji tumačenja uzroka svog neuspeha beleže se drugačiji rezultati. Naime, što je kod preduzetnika izraženija vrednost nezavisnosti misli on će biti više sklon da svoj neuspeh tumači Spoljašnjim, Nestabilnim i Nekontrolabilnim faktorima. Ovakvi rezultati su u skladu sa prethodno iznetim rezultatima o atribucijskoj pristrasnosti preduzetnika i delimično potvrđuju hipotezu H14.

**Percepcija sredinskih faktora.** Analiza nivoa povezanosti percepcije poželjnosti preduzetništva u društvu sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti prikazana je u Tabeli 30.

**Tabela 30**

*Analiza povezanosti poželjnosti preduzetništva sa motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti*

	Poželjnost u neposrednoj sredini	Poželjnost u društvu
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	.32**	.22*

\* Korelacija značajna na nivou .05; \*\* Korelacija značajna na nivou .01

Rezultati korelacione analize pokazuju da je procena poželjnosti preduzetništva značajno i difuzno povezana sa iskazanom motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Naime, obe vrste percepcije poželjnosti preduzetništva pospešuju motivaciju za bavljenje preduzetništvom, s tim da veći značaj ima percepcija poželjnosti preduzetništva u neposrednoj sredini, što potvrđuje našu početnu pretpostavku H16.

## Modeli predikcije procesa atribucije preduzetnika

**Kontekst atribucije uspeha.** Sa ciljem predikcije motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti kod naših ispitanika korišćeno je modelovanje putem strukturalnih jednačina uz pomoć metoda maksimalne verodostojnosti (eng. ML-maximum likelihood). Za proveru podesnosti modela korišćeni su apsolutni parametri kao što su hi kvadrat ( $\chi^2$ ), normirani hi kvadrat ( $\chi^2/df$ ), standardizovani kvadratni koren prosečnog kvadrata reziduala (SRMR) i kvadratni koren kvadrirane greške aproksimacije (RMSEA). Osim toga, adekvatnost modela ispitivana je i putem inkrementalnih parametara kao što je Bentlerov indeks komparativnog fitovanja (CFI).

Prediktori motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti obuhvatali su varijable iz osnovnog Vajnerovog modela atribucije koje su prilagođene preduzetničkom kontekstu: procena postignuća, atribucija uspeha, emocije i kognitivni faktori vezani za postignuće preduzeća. Osim toga, modelu aproksimacije dodate su i varijable kao što su motivi osnivanja preduzeća, preduzetnička samoefikasnost, poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini i vrednost postignuća. Osnovni parametri modela predikcije motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti prikazani su u Tabeli 31.

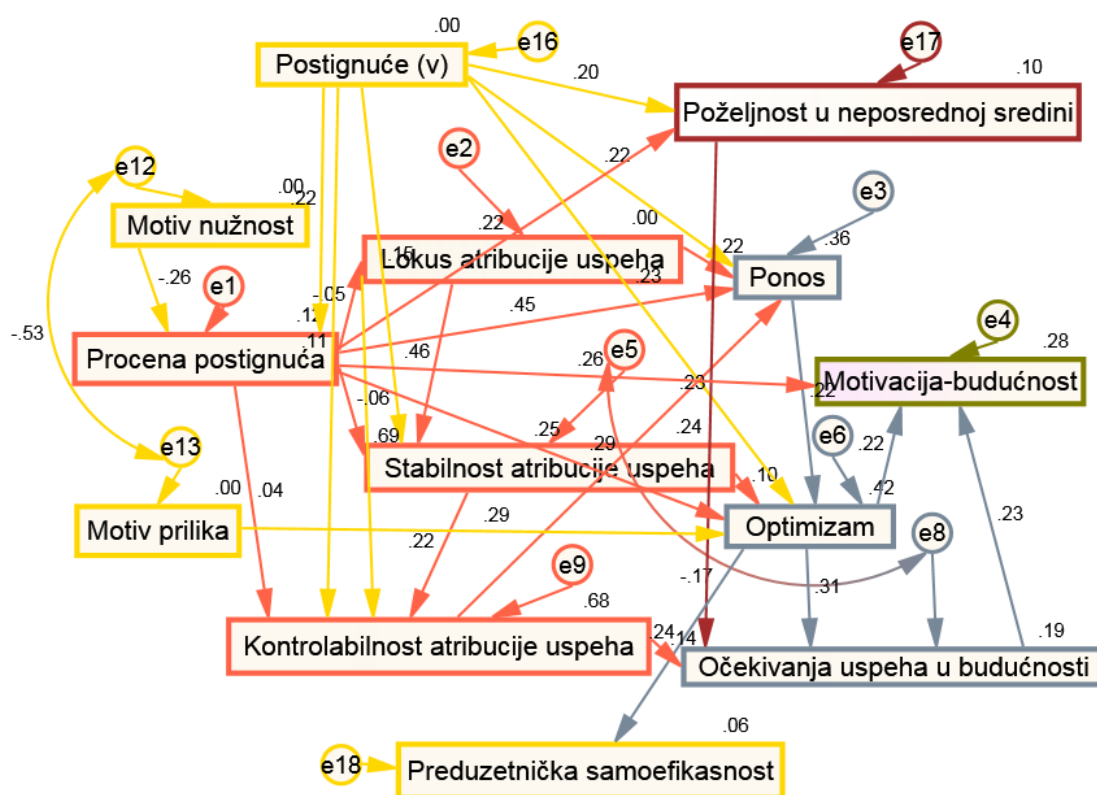
**Tabela 31**

*Indeksi podobnosti za model*

$\chi^2$	$df$	$p$	$\chi^2/df$	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>SRMR</i>
74.475	57	.06	1.307	.047	.967	.0807

Na osnovu rezultata testiranja podesnosti modela možemo reći da nema razlika između populacijskih kovarijansi koje predviđa predloženi model i empirijskih kovarijansi uzorka. Naime, normirani hi kvadrat ( $\chi^2/df$ ) nije statistički značajan i beleži vrednosti u okviru prihvatljivih (vrednosti < 2), što upućuje na zaključak da je opravdano prihvatanje predloženog modela.

Kvadratni koren kvadirane greške aproksimacije (RMSEA) iako osetljiv na male uzorke, u našem slučaju ima dobre pokazatelje (vrednosti <.06 prihvatljive) i govori u prilog održivosti predloženog modela u populaciji preduzetnika. Istovremeno, vrednost standardizovanog kvadratnog korena prosečnog kvadrata reziduala (SRMR) ukazuje na to da su ukupne razlike između opserviranih i predviđenih korelacija u okvirima prihvatljivih granica (vrednosti <.10). Vrednost Bentlerovog indeksa komparativnog fitovanja (CFI) takođe doprinosi dobroj oceni predloženog modela (preporučene vrednosti >.90). Analiza puta predikcije atribucionog procesa uspeha prikazana je u okviru Grafikona 3.



**Grafikon 3.** Model predikcije atribucije uspeha preduzetnika

Standardizovani regresioni koeficijenti definisanog modela predikcije prikazani su u Tabeli 32. Svi navedeni prediktori statistički značajno doprinose predikciji motivacije za bavljenje preduzetništvom, s tim da u predikciji određeni prediktori učestvuju direktno, a određeni indirektno, što se može uvideti analizom Grafikona 3 i Tabele 32.



**Tabela 32***Prikaz standardizovanih regresionih koeficijenata u modelu atribucije uspeha preduzetnika*

			<i>R</i>	<i>p</i>
Procena postignuća	<---	Nužnost kao motiv osnivanja	-.262	.001
Procena postignuća	<---	Postignuće (vrednost)	.224	.005
Lokus atribucije uspeha	<---	Procena postignuća	-.045	.592
Stabilnost atribucije uspeha	<---	Procena postignuća	-.059	.435
Stabilnost atribucije uspeha	<---	Lokus atribucije uspeha	.464	***
Stabilnost atribucije uspeha	<---	Postignuće (vrednost)	.174	.020
Kontrolabilnost atribucije uspeha	<---	Procena postignuća	.039	.432
Kontrolabilnost atribucije uspeha	<---	Stabilnost atribucije uspeha	.216	***
Kontrolabilnost atribucije uspeha	<---	Lokus atribucije uspeha	.692	***
Kontrolabilnost atribucije uspeha	<---	Postignuće (vrednost)	.108	.030
Krivica	<---	Kontrolabilnost atribucije uspeha	-.173	.029
Krivica	<---	Procena postignuća	-.316	***
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	<---	Postignuće (vrednost)	.198	.016
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	<---	Procena postignuća	.216	.009
Ponos	<---	Lokus atribucije uspeha	-.245	.026
Ponos	<---	Procena postignuća	.441	***
Ponos	<---	Postignuće (vrednost)	.231	***
Ponos	<---	Kontrolabilnost atribucije uspeha	.302	.007
Očekivanja uspeha u budućnosti	<---	Krivica	-.183	.021
Očekivanja uspeha u budućnosti	<---	Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	.285	***
Optimizam	<---	Stabilnost atribucije uspeha	.101	.112
Optimizam	<---	Procena postignuća	.219	.003
Optimizam	<---	Ponos	.207	.007
Optimizam	<---	Očekivanja uspeha u budućnosti	.259	***
Optimizam	<---	Prilika kao motiv osnivanja	.247	***

			<i>R</i>	<i>p</i>
Optimizam	<---	Postignuće (vrednost)	.236	***
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Procena postignuća	.236	.004
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Optimizam	.203	.016
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Očekivanja uspeha u budućnosti	.215	.005
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Krivica	-.116	.133
Preduzetnička samoefikasnost	<---	Optimizam	.234	.005

\*\*\*Statistički značajna na nivou .01

U Tabeli 33 prikazani su rezultati analize proporcije objašnjenih varijansi za prediktorske varijable u modelu predikcije procesa atribucije uspeha preduzetnika.

**Tabela 33**

*Proporcije zavisnih varijabli objašnjenih prediktorima*

<i>Varijabla</i>	<i>R<sup>2</sup></i>
Postignuće (vrednost)	.000
Nužnost kao motiv osnivanja	.000
Procena postignuća	.119
Lokus atribucije uspeha	.002
Stabilnost atribucije uspeha	.246
Kontrolabilnost atribucije uspeha	.683
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	.105
Krivica	.132
Prilika kao motiv osnivanja	.000
Očekivanja uspeha u budućnosti	.123
Ponos	.365
Optimizam	.457
Preduzetnička samoefikasnost	.055
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	.280

**Kontekst atribucije neuspeha.** Predloženi model predikcije atribucije preduzetnika proveravan je i u kontekstu tumačenja njihovog neuspeha. I u ovom slučaju koristili smo metod maksimalne verodostojnosti (eng. ML- maximum likelihood) pri modelovanju strukturalnim jednačinama. Podobnost definisanog modela proveravana je putem sledećih parametara: hi kvadrat ( $\chi^2$ ), normirani hi kvadrat ( $\chi^2/df$ ), standardizovani kvadratni koren prosečnog kvadrata reziduala (SRMR), kvadratni koren kvadrirane greške aproksimacije (RMSEA) i Bentlerov indeks komparativnog fitovanja (CFI).

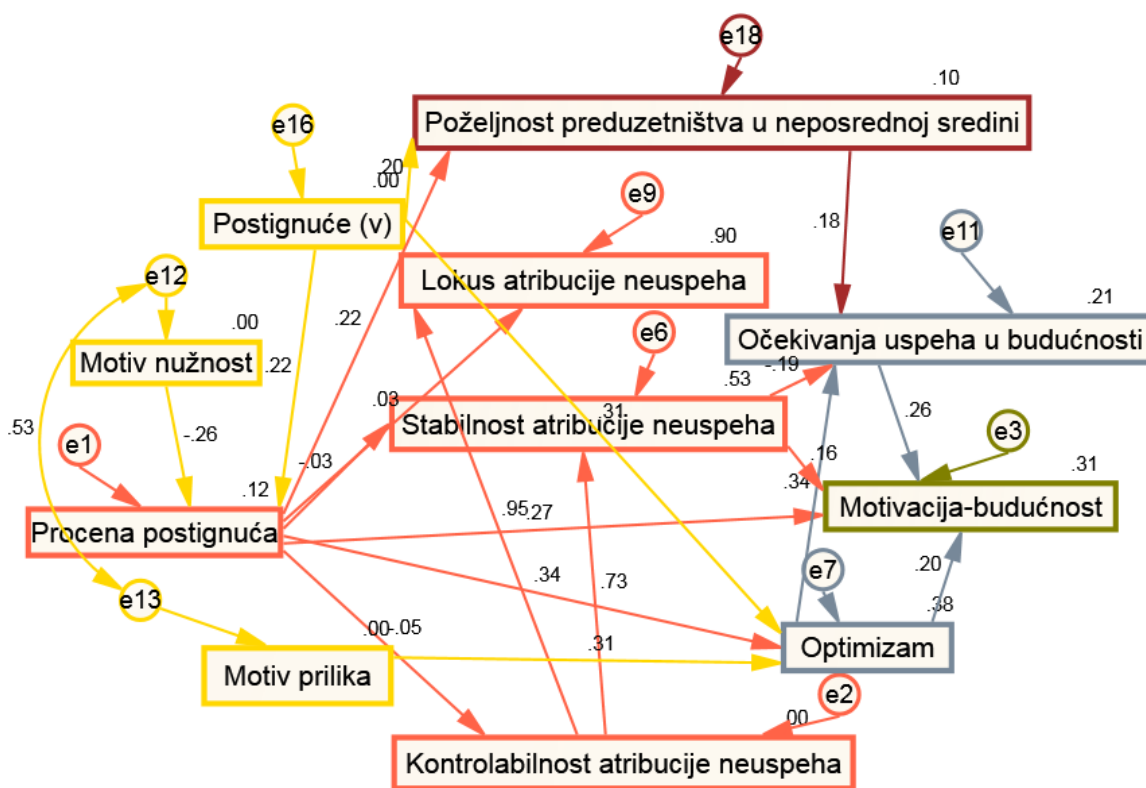
Prediktori procesa atribucije u ovom slučaju obuhvatali su varijable: procena postignuća, atribucija neuspeha, emocije i kognitivni faktori vezani za postignuća preduzeća, motivi osnivanja preduzeća, poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini i vrednost postignuća. Osnovni parametri modela predikcije ovog modela prikazani su u Tabeli 34.

**Tabela 34**

*Indeksi podobnosti modela*

$\chi^2$	$df$	$p$	$\chi^2/df$	RMSEA	CFI	SRMR
46.513	35	.092	1.329	.049	.983	.0670

Predloženi model predikcije procesa atribucije neuspeha prema parametrima navedenim u Tabeli 34 zadovoljava sve kriterijume podobnosti. Naime, vrednosti normiranog hi kvadrata ( $\chi^2/df$ ), kvadratnog korena kvadrirane greške aproksimacije (RMSEA), Bentlerovog indeksa komparativnog fitovanja (CFI) i standardizovanog kvadratnog korena prosečnog kvadrata reziduala (SRMR) se kreću u okvirima preporučenih. Predloženi model, u tom smislu, predstavlja prihvatljivu aproksimaciju populacijske matrice kovarijansi. Dijagram analize puta predikcije procesa tumačenja neuspeha preduzetnika prikazan je u okviru Grafikona 4.



**Grafikon 4.** Model atribucije neuspeha preduzetnika

Prediktori obuhvaćeni modelom u različitoj meri doprinose predikciji motivacije za bavljenje preduzetništvom. Ova predikcija odvija se putem direktnih i indirektnih interakcija prediktorskih varijabli. Potpuniji utisak o odnosu prediktora i kriterijuma u ovom modelu stiče se uvidom u listu standardizovanih regresionih koeficijenata, kao i proporcije varijansi koje varijabli zajedno objašnjavaju, koji su navedeni u Tabelama 35 i 36.

**Tabela 35**

*Prikaz standardizovanih regresionih koeficijenata u modelu atribucije neuspeha preduzetnika*

			<i>R</i>	<i>p</i>
Procena postignuća	<---	Nužnost kao motiv osnivanja	-.262	.001
Procena postignuća	<---	Postignuće (vrednost)	.224	.005
Kontrolabilnost_neuspeha	<---	Procena postignuća	-.045	.592
Stabilnost atribucije neuspeha	<---	Procena postignuća	-.030	.601
Optimizam	<---	Prilika kao motiv osnivanja	.314	***
Optimizam	<---	Postignuće (vrednost)	.306	***
Optimizam	<---	Procena postignuća	.336	***
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	<---	Postignuće (vrednost)	.198	.016
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	<---	Procena postignuća	.216	.009
Stabilnost atribucije neuspeha	<---	Kontrolabilnost atribucije neuspeha	.726	***
Očekivanja uspeha u budućnosti	<---	Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	.185	.016
Očekivanja uspeha u budućnosti	<---	Stabilnost atribucije neuspeha	-.187	.013
Očekivanja uspeha u budućnosti	<---	Optimizam	.342	***
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Procena postignuća	.271	***
Lokus atribucije neuspeha	<---	Procena postignuća	.025	.337
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Stabilnost atribucije neuspeha	.163	.024
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Optimizam	.202	.016
Lokus atribucije neuspeha	<---	Kontrolabilnost atribucije neuspeha	.952	***
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	<---	Očekivanja uspeha u budućnosti	.265	***

**Tabela 36***Proporcije zavisnih varijabli objašnjenih prediktorima*

	<i>R</i> <sup>2</sup>
Postignuće (vrednost)	.000
Nužnost kao motiv osnivanja	.000
Procena postignuća	.119
Prilika kao motiv osnivanja	.000
Kontrolabilnost atribucije neuspeha	.002
Poželjnost preduzetništva u neposrednoj sredini	.105
Stabilnost atribucije neuspeha	.530
Optimizam	.380
Očekivanja uspeha u budućnosti	.213
Lokus atribucije neuspeha	.904
Motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti	.306

## DISKUSIJA I ZAKLJUČCI

Ovaj rad imao je za cilj proveru teorije atribucije postignuća u kontekstu preduzetništva. Osim toga, ponuđeni su i modeli atribucije uspeha i neuspeha obogaćeni za lične faktore atribucije postignuća, kao i faktore percepcije sredine koji doprinose motivaciji za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Finalni modeli usvojeni za predikciju procesa atribucije u kontekstu procene faktora uspeha i neuspeha preduzetnika predstavljaju delimičnomodifikovane verzije početno osmišljenog modela atribucije. Dobijeni rezultati istraživanja potvrdili su devet i isto toliko početnih pretpostavki opovrgnuli. U nastavku teksta ćemo ponuditi objašnjenja potvrđivanja, odnosno opovrgavanja hipoteza istraživanja.

### **(Tro)dimenzionalnost atribucija uspeha i neuspeha preduzetnika**

Proširenjem liste indikatora atribucija iz Vajnerovog trodimenzionalnog modela atribucije i njihovom adaptacijom na kontekst preduzetništva u Srbiji konstruisano je po triinstrumenta, odnosno tri grupe pitanja za merenje atribucija preduzetnika kada procenjuju uzroke svog dosadašnjeg uspeha i svog dosadašnjeg neuspeha. Ajtemi instrumenata formulisani su uz uvažavanje uslova poslovanja kojima su preduzetnici izloženi u našoj sredini poslednjih decenija. Naime, poslovna klima u našoj zemlji nije naročito stimulatívna za osnivanje novih preduzeća, te se godinama unazad javljaju prepreke u vidu visokih poreskih stopa, prekomerne birokratske procedure, nestabilnosti zakonskih regulativa i velikog broja pojedinaca koji rade u sivoj zoni poslovanja. Takvi izazovi uvršteni su i u stavke novokonstruisanih instrumenata za merenje atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika.

Ajtemi novokonstruisanih instrumenata atribucije uspeha i neuspeha su raspoređeni u različite dimenzije atribucije. Teorijski ključ instrumenata zasnovan je na razlikovanju tri dimenzije atribucije: lokusa, stabilnosti i kontrolabilnosti. U okviru ovih dimenzija razlikuju se faktori poslovanja koji predstavljaju polove dimenzija, te su u teorijskom ključu stavke kategorisane kao unutrašnji, spoljašnji, stabilni, nestabilni, kontrolabilni i nekontrolabilni faktori uspeha i neuspeha preduzetnika. Raspored ajtema na dimenziji lokus atribucije je pratio uobičajene kategorizacije kakve možemo naći u literaturi o atribuciji

školskog postignuća. Međutim, ova dimenzija je prilagođena sferi preduzetništva, te su u skladu sa tim kao unutrašnji faktori atribucije pored karakteristika preduzetnika kategorisane i stavke koje se odnose na kvalitet proizvoda, odnosno usluga koje se nude klijentima. Kao stabilni faktori postignuća preduzetnika označene su karakteristike preduzetnika i zaposlenih, relativno trajna orijentacija u upravljanju preduzećem, kao i pravni i finansijski regulativi koje propisuje država, odnosno lokalna samouprava. Sa druge strane, u nestabilne faktore spadaju uobičajeni faktori kao što su *moj trud* i *sreća*, ali i interakcija sa zaposlenima, *poznavanje posla kojim se preduzeće bavi*, *poslovna klima*, i konačno *kvalitet proizvoda/usluge* koji zavisi od napred pobrojanih faktora. Dimenzija Kontrolabilnosti je u ovom radu koncipirana kao mogućnost kontrole od strane preduzetnika, te je u u tom smislu vrlo slična dimenziji Lokusa. Stavke *sposobnosti zaposlenih* i *kvalitet odnosa sa zaposlenima* razlikuju ove dve dimenzije, budući da preduzetnici imaju mogućnost njihove formalne i neformalne kontrole. U konceptualnom smislu, razlika između dimenzija Kontrolabilnosti i Lokusa je napravljena tumačenjem kontrolabilnih faktora kao onih koji su pod kontrolom, tj. ingerencijom samih preduzetnika, a koje se ne tiču njegovih osobina i sposobnosti. Takvim tumačenjem kontrolabilnosti faktori kao što su sposobnosti zaposlenih ili kvalitet interakcije sa njima jesu spoljašnji, ali su pod posrednim uticajem osnivača preduzeća koji odlučuje o angažovanju zaposlenih i kreiranju organizacione klime.

Instrumenti paralelnih indikatora potvrđeni su putem konfirmatorne faktorske analize i dvostruke analize pouzdanosti. Analiza nivoa povezanosti sa emocijama predviđenim u osnovnom Vajnerovom atribucijskom modelu motivacije i emocija (1986) otkrila je nedosledne relacije. Naime, u kontekstu procene uzroka uspeha zabeležena je povezanost optimizma i dimenzije Stabilnost atribucije. Ostale očekivane korelacije su izostale, ali su otkrivene druge relacije emocija i atribucije. Tako na primer, emocije ponosa, optimizma i očekivanje uspeha beleže pozitivne korelacije sa dimenzijom Kontrolabilnost atribucije. Očekivanje uspeha pozitivno je povezano i sa dimenzijom Lokusa. Ove korelacije mogu se tumačiti kao posledica specifičnosti istraživačkog pristupa. Imajući u vidu da su preduzetnici sami procenjivali svoje postignuće, a zatim ga tumačili na



određeni način, možemo reći da dobijene korelacije nisu sasvim neočekivane. Osećaj ponosa prvenstveno je povezan sa osećajem kontrole, nezavisno od lokusa faktora i predstavlja ilustraciju specifičnosti poslovnog ambijenta u kome preduzetnici posluju. Očekivanje uspeha takođe je povezano sa osećajem kontrole, ali i unutrašnjim faktorima. Prema postavkama Vajnerovog atribucijskog modela, očekivanja uspeha u budućnosti javljaju se kao posledica stabilnih atribucija uspeha, što je nalaz koji je u ovom istraživanju izostao. Odstupanje u okviru naših rezultata može se tumačiti kao pokazatelj doživljaja uspeha u domaćem poslovnom ambijentu, koji nije nužno u vezi sa stabilnim činiocima. Istovremeno, osećanje krivice je negativno povezano sa dimenzijama Lokus i Kontrolabilnost, tako da se osećanje krivice češće javlja kada se uspeh tumači spoljašnjim i nekontrolabilnim faktorima. Ovaj rezultat ukazuje na značaj percipirane odgovornosti preduzetnika u našoj kulturi. Pažnje vredan i u skladu sa osnovnim modelom atribucije je i nalaz o očekivanju uspeha u budućnosti kada se uzroci dosadašnjeg neuspeha tumače spoljašnjim, nestabilnim i nekontrolabilnim faktorima.

Stid je emocija koja nije značajno korelirala ni sa jednim tipom atribucije uspeha i neuspeha, što odstupa od Vajnerovog atribucijskog modela emocija i motivacije (Weiner, 1986). Međutim, postoji mogućnost da ova veza nije utvrđena jer su ispitanici u proseku zadovoljni svojim dosadašnjim postignućem, te nije bilo prostora za pojavu stida kada razmišljaju o uspesima i neuspesima svog preduzeća. U ovom istraživanju zastupali smo stav da isti teorijski ključ važi za subskele atribucije uspeha i neuspeha, za razliku od nekih ranijih istraživanja prema kojima se sadržaj tumačenja kontrolabilnosti uspeha razlikuje od sadržaja tumačenja kontrolabilnosti neuspeha (Vallerand & Richer, 1988).

Kao dodatni argument u objašnjenju ovih odstupanja javlja se specifičnost istraživanja u odnosu na klasična istraživanja koja su se bavila proverom teorije atribucije u laboratorijskim uslovima, odnosno školskom kontekstu (Weiner, 1979; Popadić, 1986). Postavka tih istraživanja je najčešće podrazumevala testiranje znanja ispitanika iz neke oblasti, a zatim tumačenje uzroka rezultata koji su im saopšteni ili tumačenje uzroka uspeha ili neuspeha u okviru hipotetičkih scenarija. U oba slučaja ispitanici su tumačili konačni ishod svog zalaganja, realnog ili fiktivnog. U ovom radu ispitanici su imali zadatak

tumačenja svog postignuća koje je manje ili više kontinuirano, ali je od značaja podatak da u trenutku istraživanja preduzetnička aktivnost još uvek traje. Još jedna specifičnost istraživačkog postupka tiče se korišćenja subjektivnih mera postignuća preduzetnika, kao što smo ranije pomenuli. U skladu sa tim, smatramo da su određena odstupanja od osnovnog Vajnerovog atribucijskog modela opravdana.

Osim toga, uzroke dosadašnjeg neuspeha merili smo na indirektan način, pitanjem *Čime tumačite zašto niste još bolji u svom poslu?* Ovakav način operacionalizacije atribucije neuspeha izabran je kako bi ispitanicima različitog postignuća bilo prijemčivije da analiziraju uzroke potencijalnog neuspeha. Međutim, ispitanici su najčešće imali nedoumice o ovom delu baterije instrumenata i tražili dodatna uputstva za njegovo popunjavanje. Njihov prvi zadatak podrazumevao je procenu stepena doprinosa uspehu pobrojanih faktora kao što su *moj trud, istrajnost u radu, finansijske obaveze prema državi* itd. Nakon toga je sledilo pitanje o proceni uzroka neuspeha gde im je ponuđen istovetni spisak faktora koji su mogli tome doprineti. Takav pristup imao je za cilj odvojeno tumačenje uzroka uspeha i neuspeha, sa idejom da to nisu procesi koji za ishod imaju rezultate „u ogledalu“. Dakle, logika odgovora „u ogledalu“ bi mogla biti sledeća: ono što je u velikoj meri doprinelo mom uspehu je svakako u maloj meri doprinelo mom neuspehu. Ostaje otvoreno pitanje da li su ispitanici završili sa procesom procene svog postignuća odgovarajući na pitanja upitnika o atribuciji uspeha i potom formulisali odgovore na pitanja atribucije neuspeha u suprotnom smeru u odnosu na odgovore iz prethodnog upitnika.

Uzevši celokupne rezultate vezane za novokonstruisani instrument u obzir, smatramo da bi zarad povećanja njegove konstruktivne valjanosti trebalo ubuduće preformulisati neke od ponuđenih faktora. Kod pitanja o uzrocima uspeha, trebalo bi navoditi nedostatak otežavajućih faktora (na primer: nepostojanje nelojalne konkurencije), dok bi neke faktore neuspeha trebalo preformulisati kao nedostatak povoljnih faktora (npr. moja nesnalažljivost, nemogućnost naplate potraživanja, i sl.). Ovo je veoma važan metodološki izazov koji je potrebno ispitati u narednim istraživanjima.

Iako je provera konstruktivne validnosti instrumenata ukazala na izvesne nedoslednosti u odnosu na polazni teorijski model, uvažavajući njihove ostale

psihometrijske karakteristike smatramo da su konstruisani instrumenti psihometrijski i praktično upotrebljivi i važni iz više razloga. Prvenstveno jer je ovakav pristup psihološkom merenju bliži laičkom razmišljanju pojedinca na čemu insistira Hajder (1958) u svojoj tezi o naivnim analizama akcije. Socijalna kognicija zasnovana na principima laičke analize u ovom istraživanju nudi mogućnost uštede vremena i energije ispitanika, samim tim što se polazi od pretpostavke da svaka stavka istovremeno meri tri konstrukta (lokus, stabilnost, kontrolabilnost atribucije). Nejednak broj stavki zastupljen u analiziranim instrumentima potvrđuje nejednaku zastupljenost uzroka u dimenzijama multidimenzionalnog prostora (Weiner, 1986). Uzevši navedeno u obzir smatramo da rezultati ovog istraživanja doprinose približavanju dijalektičkog i empirijskog pogleda na problem kauzalnih atribucija pojedinca u svakodnevnoj praksi.

### **Postignuće i način njegovog tumačenja kod preduzetnika: opšte tendencije i polne razlike**

Prema rezultatima deskriptivnih analiza o proceni postignuća i motivacije za bavljenje preduzetništvom možemo reći da su ovim istraživanjem obuhvaćeni ispitanici koji su svoje postignuće procenili kao veoma dobro, sa očekivanjem da će stanje u budućnosti biti isto i iznadprosečnom motivacijom za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Kada razmišljaju o onome što su postigli, u najvećoj meri reaguju ponosom i optimizmom, a u najmanjoj meri osećanjem krivice i stida.

Budući da nismo sigurni u efekat simultanog pristupa procene uzroka uspeha i neuspeha rezultate uporedne analize atribucije uspeha i neuspeha smo odlučili da tumačimo kao potvrdu hipoteze o atribucijskoj pristrasnosti preduzetnika uz izvesnu dozu opreznosti. Analiza atribucija preduzetnika sprovedena na pojedinačnim indikatorima, kao i na osnovu dimenzija atribucije ukazuje na atribucijsku pristrasnost preduzetnika. Naime, kao uzroci postignutog uspeha u najvećoj meri ocenjeni su: *moj trud, istrajnost u radu, kvalitet proizvoda/usluga koje nudim*. Istovremeno, kao osnovni uzroci neuspeha viđeni su: *administrativne procedure, poslovna klima u Srbiji, finansijske obaveze prema državi*. Ovi nalazi su u velikoj meri saglasni sa rezultatima ranije sprovedenih istraživanja u Srbiji u

oblasti preduzetništva (Stefanović et al., 2013), ali i načelno u oblasti procene školskog postignuća (Popadić, 1986).

Pri razmatranju rezultata na nivou dimenzija atribucije uspeh se pripisuje unutrašnjim, stabilnim i nekontrolabilnim faktorima, što je u skladu sa rezultatima prethodnih istraživanja (Johnson et al., 1964; Miler&Ross, 1975; Shaver&Scott, 1991; Baron, 1998; Smith&Smith, 2000). Istovremeno, uzroci neuspeha viđeni su u nekontrolabilnim, nestabilnim i spoljašnjim faktorima. Ovakav način atribucije smo i očekivali, budući da se radi o evaluaciji vrlo važnog segmenta života pojedinca. Naime, atribucija uspeha i neuspeha sopstvenog biznisa kod osnivača ima za cilj i zaštitu ega, iako su razlike u objektivnim pokazateljima poslovanja među ispitanicima evidentne (Zuckerman, 1979). Slične atribucije uspeha kod preduzetnika zabeležili su i autori prethodnih istraživanja (Gatewood et al., 1995; Palich&Bagby, 1995). Opravdanost ovakve percepcije potvrdila su i ranija istraživanja sprovedena na uzorku preduzetnika (EY Preduzetnički barometar, 2016), ali i publikacije koje su zasnovane na objektivnim pokazateljima našeg poslovnog ambijenta (GEDI indikator). Dakle, ovakva tendencija u atribuciji može se tumačiti kao pristrasnost, ali i potvrda utvrđenih objektivnih prepreka za razvoj preduzetništva.

Pretpostavka o polnim razlikama u načinu atribucije lokusa uspeha preduzetnika nije potvrđena podacima kojima raspolažemo u ovom istraživanju, suprotno nekim rezultatima ranijih istraživanja (Heilman et al. 1992). Muškarci i žene svoj uspeh prevashodno pripisuju unutrašnjim faktorima kao što su *moj trud, istrajnost u radu, poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi* itd. Ovaj rezultat možemo objasniti time da žene preduzetnice predstavljaju selekcionisanu grupu, koja je prethodno osnažena samim tim što se odlučila na osnivanje sopstvene firme u uslovima visokog rizika poslovanja u našoj zemlji, te na sličan način kao i muškarci procenjuju uzroke svog dosadašnjeg uspeha. U prilog tome stoje i podaci ranijih istraživanja o procesu jačanja preduzetničke samoefikasnosti koja je imala značajnije efekte na formiranje preduzetničkih namera kod žena (Chen et al., 1998; Kickul et al., 2008).

## **Kognitivne i afektivne posledice atribucije postignuća preduzetnika**

Analiza povezanosti emocija i dimenzija atribucija uspeha i neuspeha je delimično potvrdila naša očekivanja, što smo detaljno prokomentarisali u delu o proveru validnosti novokonstruisanih instrumenata.

Sledeći korak u proveru adaptacije Vajnerovog modela atribucije na kontekst preduzetništva predstavljalo je sprovođenje medijacione analize relacija odabranih emocija, formiranja određenih atribucija uspeha, tj. neuspeha i izražavanja motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Prethodne korelacione analize u slučajevima dimenzija Lokus atribucije uspeha i Kontrolabilnost atribucije neuspeha su ograničile mogućnost realizacije medijacione analize u skladu sa početno postavljenim pretpostavkama. Osnovni preduslovi za sprovođenje medijacione analize stečeni su jedino za dimenziju Stabilnost atribucije uspeha. Rezultati tih analiza upućuju na zaključak da motivacija za bavljenje preduzetništvom ne nastaje direktnim tumačenjem uzroka uspeha Stabilnim faktorima, već je taj odnos posredovan osećanjem optimizma. Ovakav trend medijacije izostao je u slučaju testiranja indirektnog doprinosa očekivanja o postignuću u budućnosti u predikciji motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Uzimajući u obzir oba rezultata vezana za stabilne atribucije uspeha možemo reći da emocionalni put posredovanja ima intenzivnije implikacije u poređenju sa kognitivnim ishodima takve atribucije.

Navedeni rezultati parcijalno i ukupno posmatrano delimično potvrđuju osnovanost primene atribucione teorije u sferi preduzetništva, uzimajući u obzir specifičnost istraživačkog pristupa za koji smo se opredelili u ovom radu. Rezultati analize procesa atribucije uspeha preduzetnika delimično podržavaju osnovne postavke Vajnerovog modela atribucije (Weiner, 1980; 1985; 1986). Naime, kada preduzetnici svoj uspeh tumače stabilnim atribucijama, javlja se optimizam koji održava motivacioni potencijal za nastavak aktivnosti u sferi preduzetništva. U okviru tumačenja uzroka neuspeha indirektni uticaj atribucije preko emocija na motivaciju nije utvrđen, što objašnjavamo subjektivnom procenom postignuća, odnosno prirodi i trajanju “zadatka”. No, i pored ovakvih nalaza smatramo da je teorijski model atribucije postignuća preduzetnika prihvatljiv, imajući u

vidu da Vajner (Weiner, 1986) nije eksplicitno precizirao put uticaja od atribucija do motivacije. Iako je autor modela atribucije postignuća najviše isticao važnost atribucije u situacijama neuspeha, smatramo da nalazi ovog istraživanja doprinose njegovoj verifikaciji u kontekstu preduzetništva.

Argument za takav zaključak pronalazimo u navodima Vajnera (Weiner, 1980; 1986) prema kojima se proces atribucije javlja kada su ishodi akcija pojedinca negativni, ili neočekivani. Imajući u vidu poslovnu klimu u Srbiji u kojoj je uspeh preduzetnika relativno retka pojava, smatramo da se preduzetnici u našoj sredini dok se još aktivno bave preduzetništvom češće suočavaju sa potrebom tumačenja uspeha. Naime, pojedincima je u toku rada od većeg značaja odgovor na pitanje *Zašto ja uspešno poslujem?* u sredini u kojoj je uspeh više izuzetak nego pravilo. Sa druge strane, smatramo da se potreba za atribucijom neuspeha češće javlja kada su osnivači preduzeća suočeni sa njegovim zatvaranjem. Nakon definitivnog kraja preduzetničkog angažovanja pojedincima je potrebno da rekapituliraju svoje uspone i padove, protumače šta je doprinelo zatvaranju preduzeća i izvuku pouke za dalje poslovne poduhvate, koji mogu, ali ne moraju podrazumevati novi preduzetnički projekat.

### **Specifični faktori procesa atribucije postignuća preduzetnika**

Jednoajtemska opšta mera preduzetničke samoefikasnosti u ovom istraživanju nije potvrdila pretpostavku o povezanosti sa načinom atribucije uspeha (H13). Naime, jedna od premisa Vajnerovog atribucijskog modela (1986) tiče se kauzalnog odnosa između unutrašnjih atribucija uspeha i osećanja samoefikasnosti, gde se kao posledica unutrašnjih atribucija uspeha javlja osećaj samoefikasnosti. Sa druge strane, samoefikasnost se stiče i na osnovu ranijih rezultata rada pojedinca koji dalje usmeravaju atribuciju pojedinca, te u okviru literature o preduzetničkoj samoefikasnosti postoji dilema o uzročno-posledičnoj vezi između samoefikasnosti i unutrašnje atribucije uspeha pojedinca.

Skala korišćena za merenje preduzetničke samoefikasnosti nastala je kao rezultat modifikacije skale opšte samoefikasnosti u sferi preduzetništva namenjene studentskoj populaciji Linjana i Čena (Liñán & Chen, 2006). U izveštajima mnogobrojnih istraživanja u

okviru studentske populacije (Liñán & Chen, 2006; Liñán et al., 2008a; 2008b; 2011; Jakopec et al., 2013) skala pokazuje zadovoljavajući nivo pouzdanosti i jedinstveni predmet merenja. Međutim, u našem istraživanju ova modifikovana skala pokazuje loše psihometrijske karakteristike, te smo kao osnovnu meru samoeфикаsnosti koristili stavku koja je pokazala najveću diskriminativnost. Stiče se utisak da je preduzetnička samoeфикаsnost u hipotetičkom i realnom kontekstu posve različita, te je modifikaciji skale potrebno posvetiti dodatnu pažnju u budućnosti. Jedan od načina za rešenje ovog izazova vidimo u operacionalizaciji samoeфикаsnosti putem specifičnih domena poslovanja preduzetnika.

Skala poželjnosti preduzetništva u društvu (Liñán & Chen, 2006) takođe je korišćena u istraživanjima preduzetničkih namera studenata, u okviru kojih je beležila zadovoljavajući nivo interne konzistencije i jedinstven predmet merenja (Liñán & Chen, 2006; Liñán et al., 2008a; 2008b; 2011; Jakopec et al., 2013). Primena skale na preduzetničkoj subpopulaciji otkrila je drugačije tendencije. Rezultati eksplorativne faktorske analize uputili su nas na zaključak da se poželjnost preduzetništva kod pojedinaca koji se bave preduzetništvom doživljava na dva različita načina. Jedan način predstavlja percepciju poželjnosti u neposrednoj okolini pojedinca, dok je drugi način operacionalizovan kao percepcija poželjnosti preduzetništva u široj zajednici. Ovako definisane dimenzije su sadržinski različite, jer šira zajednica nije upućena u detalje poslovanja preduzetnika u Srbiji u poređenju sa članovima porodice, prijatelja i kolega preduzetnika. Na taj način dobijena je mera metapercepcije preduzetnika, tj. njihov doživljaj prosečnog preduzetnika od strane šire zajednice. Pretpostavka o povezanosti percepcije sredinskih faktora i motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti je potvrđena. Obe dimenzije skale beleže pozitivne korelacije, s tim da je Poželjnost u neposrednoj sredini značajniji korelat motivacije za bavljenje preduzetništvom. Ovaj nalaz ukazuje na značaj podsticanja podrške od strane porodice i prijatelja kod preduzetnika koji se suočavaju sa krizom u radu. Priroda ovih relacija dodatno je ispitana u okviru testiranja različitih modela atribucije putem strukturalnih jednačina.

Naši rezultati govore u prilog hipotezi o povezanosti vrednosti preduzetnika i načina atribucije postignuća (H14.) Vrednost postignuća beleži značajne pozitivne korelacije sa stabilnim i kontrolabilnim faktorima pri tumačenju uspeha, što potvrđuje nalaze ranijih istraživanja (Meyer, 1970, prema Weiner, 1986). Pozitivne korelacije sa kontrolabilnim atribucijama uspeha utvrđene su i u slučaju nezavisnosti akcija. U kontekstu tumačenja neuspeha beleže se drugačije tendencije. Naime, osobe koje imaju izraženu vrednost nezavisnosti misli neće biti sklone unutrašnjim, stabilnim i kontrolabilnim atribucijama neuspeha. Na osnovu ovih nalaza stiče se utisak da vrednosti pojedinca služe kao svojevrsni filter afirmativnih rezultata preduzetnika čija je funkcija odbrana ega u procesu socijalne kognicije.

Osnovni motivi za bavljenje preduzetništvom su pokazali značajnu povezanost sa procenom postignuća preduzetnika. Smer korelacija ide u očekivanom smeru, tako da pojedinci koji su osnovali preduzeće na osnovu percipirane prilike za uspeh pozitivno procenjuju svoje postignuće. Jaču povezanost sa procenom postignuća i to u negativnom smeru beleži nužnost kao motiv osnivanja preduzeća. Ovi podaci potvrđuju hipotezu broj 15, ali i ističu važnost početnog usmerenja pojedinca pri osnivanju i vođenju svoje firme koje može imati značajne implikacije na kasniju atribuciju postignuća, kao i motivaciju za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Osnovanost ovih implikacija ispitivali smo analizom puta u okviru strukturalnog modela atribucije uspeha i neuspeha preduzetnika.

Hipoteza o moderaciji ranijeg iskustva u delatnosti u okviru relacije procena postignuća i unutrašnjih atribucija uspeha nije potvrđena, što ukazuje na mogućnost da se za procenu postignuća i formiranja atribucija uspeha, suprotno teorijama humanog kapitala i organizacijskog neuspeha (Becker, 1975; Carroll, 1987, Bruder et al., 1992), koriste neki drugi parametri.



## **Modeli procesa atribucije postignuća preduzetnika**

**Model atribucije uspeha preduzetnika.** Dileme oko pozicije pojedinih varijabli u okviru modela atribucije preduzetnika koji smo predložili na samom početku rada rešene su analizom puta uz korišćenje strukturalnih jednačina. Predložene prediktorske varijable u okviru finalno prihvaćenog modela predviđaju 28% varijanse motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Model atribucije uspeha preduzetnika pored osnovnih varijabli atribucije uspeha sadrži i prediktore: prilika i nužnost kao motiv osnivanja preduzeća, vrednost postignuća, preduzetnička samoefikasnost i poželjnost preduzetništva u neposrednoj okolini. Prihvaćeni model atribucije uspeha preduzetnika u odnosu na Vajnerov osnovni model atribucije ima izvesna odstupanja, te se kao značajna varijabla izdvaja procena postignuća preduzetnika, koja je u manjoj meri povezana sa dimenzijama atribucije, a u većoj meri doprinosi javljanju pozitivnih emocija i motivacije za budući rad, kao i percepciji podrške od strane neposredne okoline. Rezultati analize puta ukazuju na značaj subjektivne procene postignuća kod preduzetnika, što u okviru ranijih istraživanja sprovedenih u školskom kontekstu i sa objektivnom procenom postignuća nije bio čest slučaj. Stiče se utisak da je u okviru subjektivne procene postignuća dok aktivnost još uvek traje inkorporirana i izvesna tendencija atribuiranja postignuća koja ima za cilj očuvanje ega preduzetnika.

Rezultati modelovanja strukturalnim jednačinama ukazuju na značaj emocije optimizma preko koje se utiče na očekivanje uspeha u budućnosti i motivaciju za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Osećanje ponosa direktno ne utiče na izraženost motivacije za bavljenje preduzetništvom, već je taj odnos posredovan putem emocije optimizma.

Kada razmatramo međuodnos osnovnih i dodatih varijabli modela atribucije dobijamo razrešenje nekih napred navedenih dilema oko njihove pozicije u interakciji. Preduzetnička samoefikasnost u našem modelu nije bila povezana sa lokusom atribucije, već se javlja kao posledica optimizma u situaciji tumačenja uzroka uspeha. Ovaj nalaz iako iznenađujući, može se logički objasniti kontekstom subjektivne procene uzroka uspeha. Jedno od objašnjenja ovih rezultata odnosi se i na loše psihometrijske karakteristike skale,

kao što smo ranije pomenuli, te je potrebno dalje pratiti ovaj odnos sa drugačijim operacionalizacijama preduzetničke samoefikasnosti.

Vrednost postignuća značajno pozitivno oblikuje način procene postignuća, što pojedinca dalje usmerava da uzroke svog uspeha vidi u stabilnim i kontrolabilnim faktorima. Pojedinci koji imaju izraženu vrednost postignuća će češće osećati ponos zbog svog uspeha, a zatim i optimizam pri proceni prilika u budućnosti. Ovaj nalaz potvrđuje tendencije uticaja vrednosti postignuća na formiranje atribucija pronađene u prethodnim istraživanjima (Mayer, 1970, prema Weiner, 1986).

Pažnje vredni su i rezultati analize odnosa motiva osnivanja preduzeća i ostalih prediktora motivacije za bavljenje preduzetništvom. Rezultati dobijeni ovim istraživanjem ukazuju na to da je nužnost kao motiv osnivanja važan za procenu postignuća, dok prilika kao motiv direktno podstiče doživljaj optimizma. Na osnovu prikazanih rezultata stiče se utisak da se razlike od same početne motivacije za osnivanje preduzeća prožimaju u daljem radu kroz način percepcije razvoja biznisa. Naime, oni koji su svoje preduzeće osnovali jer nisu videli nijednu drugu opciju za rad su nezadovoljniji postignutim, dok pojedinci koji su motivaciju pronašli u prilici imaju optimističniji pogled pri tumačenju svog uspeha i u većoj meri se nadaju poboljšanju uslova poslovanja za svoje preduzeće. Ovi rezultati upućuju na značaj sadržaja motivacije pojedinca o kojoj govori Heckhausen (Heckhausen, 1977) u svojoj tezi o motivaciji za postizanje uspeha i motivaciji za izbegavanje neuspeha.

**Model atribucije neuspeha preduzetnika.** Model atribucije neuspeha preduzetnika se blago razlikuje od modela tumačenja uzroka njihovog uspeha. Skup prediktorskih varijabli pored procene postignuća, dimenzija atribucije neuspeha, emocije optimizma i očekivanja postignuća u budućnosti obuhvata i vrednost postignuća, motive osnivanja preduzeća, procenu poželjnosti preduzetništva u neposrednoj okolini. Zajedno ove varijable objašnjavaju 31% motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Rezultati o direktnom i negativnom uticaju stabilnih atribucija neuspeha na očekivanja uspeha u budućnosti su u skladu sa osnovnim premisama Vajnerovog modela (Weiner, 1986). Međutim, iznenađujući je nalaz o pozitivnoj i niskoj korelaciji stabilnih atribucija

neuspeha sa motivacijom za bavljenje preduzetništva. Možemo reći da preduzetnici koji su obuhvaćeni ovim istraživanjem ne doživljavaju demotivišuće faktore koji stabilno uzrokuju njihov neuspeh, već naprotiv, motivišuće. U situaciji nestimulativne poslovne klime ovakav borbeni stav može da deluje kao ključni faktor opstanka na tržištu. U okviru dimenzija atribucije neuspeha utvrđena je i izvesna hijerarhija, te se nakon definisanja kontrolabilnosti atribucija neuspeha sledi razmišljanje o stabilnosti i mestu uzroka neuspeha. Motivi osnivanja firme beleže identični smer uticaja na analizirane varijable kao i u slučaju analize uzroka uspeha. Vrednost postignuća u kontekstu procene neuspeha utiče na način procene postignuća i izražavanje optimizma, dok, za razliku od situacije tumačenja uzroka uspeha, izostaje uticaj na formiranje atribucije.

Osećanje ponosa nije imalo značajan doprinos objašnjenju varijanse motivacije za bavljenje preduzetništvom u kontekstu procene uzroka neuspeha. Optimizam nezavisno od načina atribucije neuspeha predstavlja važan prediktor održanja motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti. Osim toga, uticaj emocije optimizma evidentan je i za formiranje očekivanja o postignuću u budućnosti. Sa druge strane, očekivanja o uspehu u budućnosti kao kognitivna posledica procesa atribucije neuspeha javlja se i kao korelat percepcije poželjnosti preduzetništva u nesporednoj sredini.

Dakle, širenjem optimizma i stvaranjem očekivanja uspeha u budućnosti u jednoj zajednici može se podsticati razvoj motivacije za bavljenje preduzetništvom. Optimizam predstavlja način borbe sa ometajućim okolnostima u poslovnom ambijentu koji doprinosi jačanju motivacije. Ostaje otvorena dilema kakav uticaj optimizam ima na samo ponašanje preduzetnika i njegovo suočavanje sa poslovnim ambijentom koji nije nužno provučen kroz filter ružičastih naočara. Smatramo da konačni odgovor na to pitanje pored sredinskih faktora daje upoznavanje sa sadržajem motivacije preduzetnika (Heckhausen, 1977), koji smo već pomenuli pri razmatranju uticaja osnovne motivacije za osnivanje sopstvenog preduzeća na razvoj preduzeća.

## **Metodološki izazovi u merenju atribucije postignuća kod preduzetnika u Srbiji**

Preduzetnici obuhvaćeni ovim istraživanjem svakako ne predstavljaju grupu na osnovu koje možemo u potpunosti generalizovati rezultate, ali nam njihove karakteristike daju mogućnost uvida u stanje na terenu. Ispitanici se bave različitim delatnostima, prevashodno pružanjem usluga, što odgovara proporciji zastupljenosti ovakvih preduzeća u registru Agencije za privredne registre. Selekcija ispitanika za istraživanje podrazumevala je korišćenje nekoliko kriterijuma i to: formalno prijavljeno preduzeće u registru Agencije za privredne registre, bavljenje preduzetništvom minimum dve godine i fleksibilnije tumačenje formalnopravnih definicija preduzetništva. Formalnopravno definisanje preduzetništva odnosi se na zakonsko prepoznavanje privrednih subjekata na osnovu poreske kategorije kojoj privrednici pripadaju. Za razliku od društava sa ograničenom odgovornošću i akcionarskih društava, vlasnici preduzetničkih radnji paušalno plaćaju porez i za svoje poslovanje odgovaraju vlastitom imovinom. Fleksibilno tumačenje formalnopravnih odrednica preduzetnika u našem slučaju podrazumeva da ciljnu grupu istraživanja predstavljaju vlasnici preduzetničkih radnji, mikro i malih preduzeća.

Definicije preduzetništva koje smo u uvodnom delu naveli su kao lajtmotiv preduzetništva imale inovativnost, odnosno kreativnost. Kao što smo naveli u uvodnom delu, inovativnost preduzetnika u ovom istraživanju je operacionalizovana široko, tako da ga čine preduzetnici koji su inovativni u svojoj delatnosti, te su osnovali prvi veganski restoran u našoj zemlji ili se bave proizvodnjom dečijih pelena od bambusa. Istovremeno, veliki deo ispitanika se bavi pružanjem frizerskih i kozmetičarskih usluga, koje samo po sebi nije inovativno, ali su evidentne razlike u pristupu vođenja poslovanja kod ispitanika koji su tek otvorili svoju radnju i preduzetnika koji posustaju pod teretom novih uslova poslovanja.

Kriterijum dužine poslovanja je takođe značajno pomenuti pri tumačenju rezultata. Ovaj period prepoznat je u literaturi kao minimalni rok za procenu održivosti biznisa (Carland et al., 1984). Međutim, postavlja se pitanje da li smo selekcijom ispitanika koji su prevazišli prvi kritični period poslovanja napravili pozitivnu selekciju, odnosno fokusirali

istraživanje na uspešne preduzetnike, što je prepoznato kao jedan od metodoloških izazova u ovoj oblasti (Markman et al., 2002). Svesni ove mogućnosti potrudili smo se da pri izboru ispitanika i nakon anketiranja dodatno razgovaramo sa preduzetnicima o definisanju uspeha i neuspeha, kao i o njihovim aspiracijama u budućnosti. Kod izvesnog broja ispitanika sa kojima smo mogli da razgovaramo nakon popunjavanja upitnika primetili smo selektivnu procenu postignuća, odnosno zadovoljstva postignutim. Pozitivno selektivna percepcija zabeležena je naročito kod iskusnih preduzetnika koji posustaju u borbi sa novom konkurencijom i uslovima poslovanja. Naime, prilikom tih završnih intervjua smo nailazili na raznolike slučajeve, od onih koji imaju velike planove za budućnost, do onih čiji se planovi tiču zatvaranje preduzeća, dok je istovremeno kod većine ispitanika zabeležena visoka procena uspeha i zadovoljstva. Na osnovu ovakvih slučajeva možemo zaključiti da je subjektivna procena postignuća značajno uticala na proces atribucije uspeha i neuspeha.

Objedinjavanjem navedenih kriterijuma odabrani su ispitanici našeg istraživanja koji u formalnom smislu spadaju u vlasnike preduzetničkih radnji, mikro i malih preduzeća, bave se proizvodnjom ili pružanjem usluga i posluju ukupno od dve do 33 godine. Za tumačenje dobijenih rezultata je važan i podatak da je uzorak heterogen po pitanju starosti, obrazovanja i ranijeg iskustva u delatnosti. Ovim istraživanjem obuhvaćeno je više vrsta preduzetnika, koji se prema poreklu, načinu poslovanja i odabrane delatnosti u literaturi svrstavaju u preduzetnike zanatlije, oportuniste i pronalazače (Miner et al., 1989). U pogledu delatnosti najviše je zastupljeno preduzetnika koji se bave pružanjem frizerskih i kozmetičarskih usluga, zatim trgovinom na veliko i malo, konsaltingom, proizvodnjom hrane i pića, te štampom, servisom i prodajom raznolikih uređaja, programiranjem softvera. U najmanjoj meri su zastupljeni preduzetnici koji pružaju pravne usluge, organizuju proslave, proizvode nameštaj i autopresvlake. Ovi podaci mogu doprineti boljem razumevanju iznetih nalaza i izvedenih zaključaka.

## ZAVRŠNA RAZMATRANJA I PREPORUKE

Nalazi sprovedenog istraživanja pokazuju značajne teorijske i praktične implikacije, koje ćemo u okviru ovog završnog poglavlja prikazati. Osim toga, u ovom delu rada osvrnućemo se na njegova ograničenja i dati preporuke za buduća istraživanja u ovoj oblasti.

Istraživanjem atribucije preduzetnika u našoj zemlji doprineli smo razvoju teorijske paradigme na nekoliko načina. Pre svega, delimično smo potvrdili Vajnerov model atribucije u novoj sferi postignuća, koja se bitno razlikuje od školskog konteksta. Na taj način delimično su potvrđeni univerzalni principi modela koji objedinjuje procenu postignuća, tumačenje njegovog uzroka i prateću emocionalnu reakciju preko koje se jača motivacija za dalje akcije pojedinca u istim ili sličnim zadacima. Pored potvrde Vajnerovog atribucijskog modela emocija i motivacije, u okviru ovog istraživanja ponuđeni su i novi modeli motivacije za preduzetništvo, odnosno modeli o povezanosti atribucija i motivacije.

Ovi modeli sadrže i važne lične faktore kao što su motivi osnivanja preduzeća, preduzetnička samoefikasnost i vrednosti preduzetnika koji doprinose dubljem razumevanju procesa atribucije preduzetnika. Izabrane varijable dodate su kako bi se ispitale individualne tendencije procesa atribucije, koje nisu često istraživane u literaturi. Sa ciljem dodatne kontekstualizacije saznanja o tumačenju postignuća preduzetnika u našoj sredini dodata je i varijabla percepcije sredine - procena poželjnosti preduzetništva u društvu. Ovaj princip odabira varijabli prati osnovni koncept preduzetništva koji objedinjuje lične tendencije i sredinske uticaje i suštinski varira od jednog do drugog područja.

Značaj dobijenih rezultata prepoznavamo i u doprinosu oblasti psihologije preduzetništva. Ova oblast obiluje velikim brojem nalaza iz teorijskih i deskriptivnih istraživanja, te nalazi teorijski utemeljenih istraživanja pružaju dragocene naznake u traganju za epistemološkim osnovama problema preduzetništva. Možemo zaključiti da teorija atribucije predstavlja plodno tlo za potvrdu bazičnih teorija i izgradnju specifičnih modela adaptiranih na koncept preduzetništva.

Istovremeno se kao jedan od važnih ishoda ovog istraživanja javlja i instrument, odnosno instrumenti atribucije postignuća preduzetnika. Naime, skale atribucije uspeha i neuspeha mogu biti značajan resurs za istraživače iz oblasti psihologije preduzetništva. Utvrđene solidne psihometrijske karakteristike skale paralelnih indikatora za merenje atribucije postignuća preduzetnika predstavljaju i značajan nalaz za oblast psihometrije. Naši rezultati upućuju na zaključak da je merenje više varijabli putem jednog ajtema moguće i metodološki i statistički opravdano. Takvi podaci mogu ohrabriti istraživače iz različitih oblasti psihologije na konstrukciju instrumenata koji su u skladu sa laičkom multidimenzionalnom koncepcijom psiholoških konstrukata.

Sprovedeno istraživanje o tumačenju postignuća preduzetnika dalo je i važne rezultateo preduzetničkoj praksi u našoj zemlji. Kao jedno od retkih istraživanja sprovedenih na uzorku preduzetnika, a ne studenata, ovo istraživanje predstavlja izvor značajnih i relevantnih podataka o percepciji poslovnog ambijenta od strane pojedinaca koji su sopstvenim iskustvom u najvećoj meri upoznati sa njegovim olakšavajućim i otežavajućim segmentima. Ovom prilikom imamo u vidu subjektivnost njihove percepcije, ali skrećemo pažnju na proces samoopažanja i njegovog značaja u donošenju važnih odluka.

Prethodna istraživanja javnog mnjenja i analize stručnjaka iz oblasti ekonomije ukazuju da je potrebno uvesti brojne mere za poboljšanje uslova poslovanja za domaće privredne subjekte, imajući u vidu programe subvencionisanja stranih investitora u koje se istovremeno ulaže. I Ministarstvo privrede je sprovelo nekoliko analiza stanja preduzetničke prakse, te je uz praćenje ciljeva postavljenih od strane Evropske komisije 2016. godinu proglasilo Godinom preduzetništva u okviru koje se sprovode različite mere za poboljšanje poslovne klime. Kao dodatni prilog ovoj temi pokazali su se i rezultati nedavnog istraživanja sprovedenog na studentskoj populaciji (Franceško, Manasijević, 2017), koji su ukazali na jačanje preduzetničkog potencijala među studentima različitog usmerenja.

U okviru Godine preduzetništva su, između ostalog, započete reforme administrativnog sistema za osnivanje preduzeća, opredeljena su sredstva za podršku preduzetnicima i onima koji su zainteresovani za osnivanje svog preduzeća, organizovani edukativni i informativni programi o pojedinim segmentima poslovanja. Takođe, radi se i na širenju preduzetničke kulture kroz promociju primera preduzetničke dobre prakse putem medija i organizacijom radionica za zainteresovane pojedince. Efekti navedenih mera nisu još uvek poznati, te se rezultati ovog istraživanja mogu tretirati kao osnova za početak evaluacije različitih programa osnaživanja preduzetnika i potencijalnih preduzetnika, budući da je istraživanje sprovedeno u periodu od kraja 2016. do početka 2017. godine. Iako se u istraživanju nismo konkretno bavili merenjem efekata preduzetih mera u okviru projekta Godina preduzetništva, smatramo da rezultati tumačenja uzroka uspeha i neuspeha preduzetnika mogu ponuditi važne podatke o informisanosti i doživljaju započetih reformi iskusnih preduzetnika. Dodatnim kvalitativnim istraživanjem o konkretnim spoljašnjim i nekontrolabilnim faktorima atribucije postignuća mogli bismo steći uvid u to da li su i u kojoj meri započete mere reformi adekvatne. Kratkoročni projekti kao što je napred navedena Godina preduzetništva daju skromne doprinose mikroekonomiji naše zemlje, te je potrebno kontinuirano, strateški, stručno i neustrašeno nastaviti ovakve inicijative koje će rezultirati strategijom Decenije preduzetništva. Na taj način bi i mali preduzetnik prešao preko crte i dobio fer uslove za razvoj svog biznisa, komšiluka, grada, pokrajine i državne kase i ugleda u svetu.

Istraživanjem smo dobili rezultate koji nam pružaju mogućnost predikcije motivacije za bavljenje preduzetništvom kod pojedinaca koji se već bave preduzetništvom. Osim predikcije, rezultati se mogu i praktično koristiti u okviru savetodavnog rada sa preduzetnicima, koji pored pravnoekonomskih elemenata, može da sadrži i aspekte psihološkog konsaltinga za razvoj preduzetnika. Neki od značajnih izazova sa kojima se preduzetnici u našoj zemlji suočavaju su razvoj preduzeća, širenje poslovanja i orijentacija ka izvozu proizvoda na inostrano tržište. Pobrojani izazovi mogu da budu kritični za opstanak preduzeća, ali i motivaciju preduzetnika. Smatramo da je u takvim situacijama potrebno iskoristiti saznanja o važnosti emocije optimizma, očekivanja uspeha u budućnosti



percepcije, te podrške od strane neposredne okoline i kroz različite forme psihološkog konsaltinga osnaživati preduzetnike za dalji razvoj.

Iskustvo neuspeha i način njegovog tumačenja za svakog preduzetnika je od izuzetnog značaja. Elementi modela atribucije neuspeha mogu biti od koristi za razvoj manje defetističkog odnosa prema neuspehu. U tom smislu prepoznajemo važnost priča “preživelih preduzetnika” za jačanje motivacije preduzetnika u okviru mentorskih programa. “Preživeli preduzetnici” bi bili pojedinci koji posluju duži niz godina, a čiji bi zadatak bio da prenose svoje priče o velikim krizama kroz koje su u razvoju svojih preduzeća prolazili i načinima na koji su se sa njima izborili. Mentorski program obuhvatao bi i elemente psihološkog, pravnog i finansijskog konsaltinga, pored savetovanja iskusnijih preduzetnika

Istovremeno, promovisanjem priča “preživelih preduzetnika” u medijima, putem formalnog i neformalnog obrazovanja mogli bismo doprineti smanjenju stigme neuspeha koja je u našoj javnosti prisutna (EY Preduzetnički barometar, 2016). Na taj način javnost ne bi bila suočena samo sa lepim i afirmativnim pričama koje formiraju visoka očekivanja o uspehu preko noći i u zajednici i kod potencijalnih preduzetnika.

Na kraju, sprovedeno istraživanje ima i izvesne nedostatke u realizaciji, odnosno ograničenja u tumačenju rezultata. Prvo ograničenje se ogleda u nereprezentativnosti uzorka. Po načinu odabira ispitanika uzorak koji je ispitivan spada u prigodne uzorke. Sem toga, ispitanici u najvećoj meri posluju na teritoriji Vojvodine, koja kao pokrajina ima svoje kulturološke i ekonomske specifičnosti u odnosu na ostale regione Srbije. I veoma veliki procenat ispitanika koji ocenjuje svoje postignuće kao uspešno upućuje na pretpostavku da su uspešni preduzetnici češće prihvatili učešće u istraživanju od neuspešnih. Osim toga, uzorak je po pitanju vrste delatnosti heterogen, ali u statističkoj analizi vrste delatnosti nisu mogle da se izdvoje kao posebni stratumi koji bi se međusobno poredili, niti proporcija stratuma u uzorku odgovara proporciji u populaciji. Zbog svega toga, deskriptivna analiza procene uspešnosti preduzetništva i njihovih tumačenja uspeha i neuspeha ne može se generalisati na populaciju preduzetnika u Srbiji. Međutim, ako pođemo od podela

istraživanja na enumerativna i analitička (Deming, 1953; Hahn & Meeker, 1993), ili od podele na interpretacije zasnovane na populaciji i interpretacije zasnovane na procesu (Frick, 1998), jasno je da naše istraživanje nije ni zamišljeno kao enumerativno istraživanje čiji je cilj interpretacija zasnovana na populaciji. Osnovni zadaci istraživanja, i hipoteze koje su iz njih proistekle, ticali su se analize *procesa* atribuiranja uzroka postignuća. Rezultate do kojih smo došli a koji se tiču procesa atribuiranja treba proveriti u novim istraživanjima na što raznovrsnijim uzorcima preduzetnika

Sumirajući utiske o sprovedenom istraživanju prepoznali smo nekoliko sfera za njegovo dalje unapređenje i razvoj istraživanja oblasti atribucija preduzetnika. Smatramo da bi bilo korisno ispitati doživljaj i tumačenje uspeha i neuspeha kvalitativnim putem na osnovu čijih rezultata se mogu konkretizovati podržavajući i ometajući faktori postignuća preduzetnika u našoj sredini. Uvidom u te rezultate mogli bismo kreirati specifične programe za osnaživanje preduzetnika, naročito ukoliko za svaku delatnost usvojimo specijalizovani pristup.

Kao dodatni izazov bismo izdvojili pitanje operacionalizacije atribucije neuspeha preduzetnika. U tu svrhu se mogu koristiti različiti direktni i indirektni pristupi, a naročito važno je izbeći socijalno poželjne odgovore kod radno aktivnih preduzetnika. Jedan od načina provere modela atribucije neuspeha moglo bi biti istraživanje o tumačenju neuspeha kod bivših preduzetnika, tj. pojedinaca koji su se suočili sa neminovnošću zatvaranja sopstvenog preduzeća. Smatramo da bi takvim istraživanjem rešili brojne dileme koje smo ranije izneli o verodostojnosti rezultata atribucije neuspeha preduzetnika koji aktivno posluju minimalno dve godine.

Korisno bi bilo i longitudinalno praćenje načina tumačenja postignuća kod preduzetnika, što bi nam pružilo potpuniji uvid u to kakve su reakcije pojedinaca na konkretne uspešne i krizne situacije. Na taj način bismo mogli da se upoznamo sa prirodom i dinamikom subjektivnih reakcija preduzetnika na različite razvojne faze preduzeća.

Potrebno je dalje unapređivati mere preduzetničke samoefikasnosti namenjene preduzetnicima. Jedan od pristupa koji bi mogao biti adekvatniji u ovom kontekstu odnosi

se na samoeфикаsnost operacionalizovanu kroz konkretne aktivnosti, budući da su sami preduzetnici daleko više upućeniji u radne procese pri vođenju sopstvenog preduzeća u poređenju sa studentskom populacijom.

Kao što smo već pomenuli, smatramo da bi bilo značajno upoznati se ne samo sa nivoom izraženosti motivacije za bavljenje preduzetništvom u budućnosti, već i sa sadržajem motivacije, u smislu da li su preduzetnici motivisani postizanjem uspeha ili izbegavanjem neuspeha. Ovaj pravac istraživanja bi mogao dati značajne rezultate za teorijsku fuziju Vajnerovog modela atribucije i Hekhuizenovog modela motivacije. Saznanja dobijena na ovaj način imala bi značajne implikacije za definisanje konkretnijih preporuka u radu sa preduzetnicima koji se suočavaju sa stagnacijom, odnosno krizom u razvoju svog preduzeća.

Konačno, predloženi modeli atribucije postignuća preduzetnika potvrđeni su rezultatima našeg istraživanja. Možemo reći da je analitičnost koju svako trogodišnje dete iskazuje neiscrpnim postavljanjem pitanja *Zašto?* pri spoznaji svoje okoline i sebe u različitim formama prisutna i kada se pojedinac usmeri na osnivanje i razvoj sopstvenog preduzeća. Potraga za smislom i kognitivnom jasnoćom u suočavanju sa svetom oko sebe je jedna od osnovnih pokretačkih snaga pojedinca, na šta upućuju i nalazi ovog istraživanja.

## 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.
- Anderson, C. A. (1983a). Motivational and performance deficits in interpersonal settings: The effects of attributional style. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1136-1147.
- Anderson, C. A. (1983b). The causal structure of situations: The generation of plausible causal attributions as a function of the type of event situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 185-203.
- Arkin, R. M., Detchon, C. S., & Maruyama, G. M. (1981). Causal attributions of high and low achievement motivation college students for performance on examinations. *Motivation and Emotion*, 5(2), 139-152.
- 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*. New York: Freeman
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294.

- 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.
- 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.
- 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.
- Benzing, C., H. M. Chu & G. Callanan (2005). Regional comparison of the motivation and problems of Vietnamese entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10, 3-27.
- Benzing, C., H. M. Chu & B. Szabo (2005). Hungarian and Romanian entrepreneurs in Romania: Motivation, problems and differences. *Journal of Global Business*, 16, 77-87.
- Benzing C., Chu. H.M. & O. Kara (2009). Entrepreneurs in Turkey: a factor analysis of motivations, success factors and problems. *Journal of Small Business Management*, 47 (1), 58–91.
- Bettman, J. R., & Weitz, B. A. (1983). Attributions in the boardroom: Causal reasoning in corporate annual reports. *Administrative Science Quarterly*, 28, 165-183.
- Bojanović, R., Čizmić, S. & I. Petrović (1995). Enterpreneurial orientation and personality traits. *Psihologija*, Special Issue, 49-64.
- Boyd, N., & Vozikis, G. (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.

- Bruton, G.D., &Rubanik, Y. (2002). Resources of the firm: Russian high-technology startups and firm growth. *Journal of Business Venturing*, 17(6), 553–576.
- Buss, A. R. (1978). Causes and reasons in attribution theory: A conceptual critique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1311–1321.
- 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. & Lau, C. (1996). A Cross-cultural cognitive model of new ventures creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 25-39.
- 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.
- 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.
- Chowdhury, S., & Endres, M. (2005). Gender difference and the formation of entrepreneurial self-efficacy. In *United States Association of Small Business (USASBE) Annual Conference, Indian Wells, CA*. Dostupno na sajtu: [https://www.researchgate.net/profile/Megan\\_Endres/publication/228313509\\_Gender\\_Difference\\_and\\_the\\_Formation\\_of\\_Entrepreneurial\\_Self-Efficacy/links/55bb821908ae092e9660a7f2.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Megan_Endres/publication/228313509_Gender_Difference_and_the_Formation_of_Entrepreneurial_Self-Efficacy/links/55bb821908ae092e9660a7f2.pdf)

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 3, 5-28.
- Covington, M. V., & Omelich, C. L. (1984). An empirical examination of Weiner's critique of attributional research. *Journal of Educational Psychology*, 76, 1214-1225.
- Davidson, D. (1963). Actions, reasons and causes. *Journal of Philosophy*, 60, 685-700.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic psychology*, 18(2), 179-199.
- Deming, W. E. (1953). On the distinction between enumerative and analytical surveys. *Journal of American Statistical Association*, 48, 244-255.
- 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.
- Diochon, M., Menzies, T. V., & Gasse, Y. (2007). Attributions and success in new venture creation among Canadian nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(4), 335-350.
- DuCette, J., & Keane, A. (1984). Why me? An attributional analysis of a major illness. *Research in Nursing and Health*, 7, 257-264.
- Ekspertski tim Republičkog instituta za razvoj i Republičke agencije za mala i srednja preduzeća (2007). *Izveštaj o malim i srednjim preduzećima u 2006. godini*. Beograd: Ministarstvo ekonomskog i regionalnog razvoja, Republički institut za razvoj, Republička agencija za mala i srednja preduzeća.
- EY Preduzetnički barometar (2016). Beograd: Kompanija EY, Ministarstvo privrede Republike Srbije.
- Fajgelj, S. (2009). *Psihometrija: Metod i teorija psihološkog merenja*. III dopunjeno izdanje. Beograd: Centar za primenjenu psihologiju. ISBN 978-86-83797-71-4.
- Ferguson, D. & Condor, S. (2013). Taxonomy of entrepreneurial activity, *120th ASEE Annual Conference & Exposition, June 23-26, 2013, Atlanta, GA*.

- Flash Eurobarometer, 354, (2012). *Entrepreneurship 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](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf), 06.06.2016.
- Folkes, V. S. (1982). Communicating the causes of social rejection. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 235-252.
- Franceško, M., Manasijević, M. (2017). Prediktori preduzetničke orijentacije studenata. 65. *Kongres psihologa Srbije: Globalizacija i lokalizacija psihologije*, Zlatibor. Knjiga rezimea, 18-19.
- Frick, R. W. (1998). Interpreting statistical testing: Process and propensity, not population and random sampling. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 30(3), 527-535.
- Frieze, I., & Weiner, B. (1971). Cue utilization and attributional judgments for success and failure. *Journal of Personality*, 39, 591-606.
- Furnham, A. (1982). Why are the poor always with us? Explanations for poverty in Britain. *British Journal of Social Psychology*, 21, 311-322.
- 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., Shaver, K., & Gartner, W. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing startup behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5), 371-391.
- Graham, S. (1984). Communicated sympathy and anger to black and white children: The cognitive (attributional) consequences of affective cues. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 40-54.
- Gerbing, D.W., & Anderson, J.C. (1988). An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of Marketing Research*, 25 (2), 186-192.
- Hahn, G. J., & Meeker, W. Q. (1993). Assumptions for statistical inference. *The American Statistician*, 47(1), 1-11.



- 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 - 104.
- 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. & Sušan, Z. (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., Wilson, F., Marlino, D. & Barbosa, S.D. (2008). Are misalignments and perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (2), 321-335.
- Krueger, N.F. (2003). Cognitive psychology of entrepreneurship, In Z.J. Acs and D.B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, 105–140.
- Krueger, N.F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Lau, R. R., & Russell, D. (1980). Attributions in the sports pages: A field test of some current hypotheses in attribution research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 29-38.

- Lazarević, Lj. (2008). Primena indeksa podesnosti u testiranju teorijskih modela u psihologiji: mogućnosti i ograničenja. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 40 (1), 101-121. DOI: 10.2298/ZIPI0801101L
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2006). Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. *Research paper*. Department of Business Economics, Universitat Autònoma de Barcelona. Document de Treball 06/7, 1-37.
- Liñán, F., Battistelli, A., & Moriano, J.A. (2008a). Entrepreneurial intentions in Europe. In J.A. Moriano Leon, M. Gorgievski, M. Lukes (Eds.) *Teaching psychology of entrepreneurship: Perspective from six European countries*, 21-43.
- Liñán, F., Moriano J.A. & Zarnowska, A. (2008b). Stimulating entrepreneurial intentions through education. In J.A. Moriano Leon, M. Gorgievski, M. Lukes (Eds.) *Teaching psychology of entrepreneurship: Perspective from six European countries*, 45-68.
- 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*, 34-55.
- 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. & 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.

- Meyer, J.P. (1980). Causal attributions for success and failure: A multivariate investigation of dimensionality, formation, and consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 704-715.
- Meyer, J. P., & Koelbl, S. L. M. (1982). Dimensionality of students' causal attributions for test performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 31-36.
- Michela, J. L., Peplau, L. A., & Weeks, D. G. (1982). Perceived dimensions of attributions for loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 929-936.
- Miljkovic Krekar, I., & Coric, G. (2013). Changes in entrepreneurial self-efficacy since completion of entrepreneurial studies. *2<sup>nd</sup> Cypres International Conference on Educational Research*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 89, 74-78.
- Miller, J.G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961-78.
- Miller, D. T., & Ross, M. (1975). Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction. *Psychological bulletin*, 82(2), 213-225.
- 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. (2010). The entrepreneurial culture: guiding principles of the self-employed. *Entrepreneurship and culture*. Springer Berlin Heidelberg, 41-54.
- Njegomir, V. (2015). *Preduzetništvo*. 1. izdanje. Novi Sad: V. Njegomir (Kač: Copy Time)
- Ožegović, L. (2006). Istraživanje uticaja strukture životnih ciljeva preduzetnika na uspešno poslovanje preduzeća u preduzetničkom inkubatoru. Univerzitet u Novom Sadu, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", Zrenjanin. Neobjavljena doktorska disertacija.
- Pristupljeno na sajtu:

<http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/1975/Disertacija.pdf?sequence=1>

- 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.
- Passer, M. W. (1977). *Perceiving the causes of success and failure revisited: A multidimensional scaling approach*. Unpublished doctoral dissertation, University of California, Los Angeles.
- Passer, M. W., Kelley, H. H., & Michela, J. L. (1978). Multidimensional scaling of the causes for negative interpersonal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 951-962.
- Penezić, N. (2009). *Preduzetništvo: savremeni pristup*. Sremska Kamenica: Fakultet poslovne ekonomije.
- 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. & 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.
- Schoeneman, T. J., & Rubanowitz, D. E. (1985). Attributions in the advice columns: Actors and observers, causes and reasons. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 301-314
- 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: Theory, Methods and Application. *Revue Française de Sociologie*, 47, 249-288.
- 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.

- Setiawan, J.L. (2014).Examining entrepreneurial self efficacy among students. The 5<sup>th</sup> Indonesia International Conference of Innovation, Entrepreneurship and Small Business. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*,115, 235-242.
- 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 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.
- Stefanović, I., Prokić, S., & Lj., Ranković (2013). Entrepreneurs' features in developing countries: a research synthesis from republic of Serbia.*Entrepreneurship in the Balkans*, 15-36.
- Stefanović, I., Ranković, Lj. & S., Prokić (2011). Entrepreneurs' motivational factors: empirical evidence from Serbia. *Serbian Journal of Management*. 6,(1), 73-83.
- Steinsmeier-Pelster,J. &Heckhausen, H. (2008). Causal attribution of behavior and achievement. In Heckausen J., Heckausen, H. (Eds). *Motivation and action*, 349-383. Cambridge University Press.
- Stern, P. (1983). *A multimethod analysis of student perceptions of causal dimensions*. Unpublished doctoral dissertation. Los Angeles: University of California.
- 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.
- 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.

- Sušanj, Z., Jakopec, A., & Miljković Krečar, I. (2015). Verifying the model of predicting entrepreneurial intention among students of business and non-business orientation. *Management*, 20(2), 49-69.
- 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.
- The Gallup Organization (2007). *Survey of the observatory of European SMEs*. The Gallup Organization, Hungary.
- Young, E.C. & Welch, H.P. (1993). Major elements in entrepreneurial development in central Mexico. *Journal of Small Business Management*, 31(4), 80-85.
- Vallerand, R.J. & Richer, F. (1988). On the use of the causal scale in field setting: A test with confirmatory factor analysis in success and failure situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 704-712.
- 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*, 3, 119-138.
- Weiner, B. (1979). A theory of motivation for some classroom experiences. *Journal of educational psychology*, 71(1), 3-25.
- 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), 186-200.
- 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. (2017). The Legacy of an Attribution Approach to Motivation and Emotion: A No-Crisis Zone. Manuscript accepted for publication in *Motivation Science*, Sept 2017,



<https://www.researchgate.net/publication/320006883> *The Legacy of an Attribution Approach to Motivation and Emotion A NoCrisis Zone?* iepl%5BviewId%5D=avti0e9ZAO DN5GH9ExnYa1fVw6ZsC0ifOEND&\_iepl%5Bcontexts%5D%5B0%5D=prfhpi&\_iepl%5Bdata%5D%5BstandardItemCount%5D=3&\_iepl%5Bdata%5D%5BuserSelectedItemCount%5D=0&\_iepl%5Bdata%5D%5BtopHighlightCount%5D=2&\_iepl%5Bdata%5D%5BtopHighlightIndex%5D=1&\_iepl%5Bdata%5D%5BfeaturedItem1of2%5D=1&\_iepl%5BtargetEntityId%5D=PB%3A320006883&\_iepl%5BinteractionType%5D=publicationCTA.

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*, 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.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

Zuckerman, M. (1979). Attribution of success and failure revisited, or: The motivational bias is alive and well in attribution theory. *Journal of personality*, 47(2), 245-287.

## PRILOZI

### Prilog 1. Instrument

#### Preduzetništvo u Srbiji

Poštovani/e preduzetnici/e, pred vama se nalazi upitnik koji se tiče izazova sa kojima se preduzetnici suočavaju u svom radu u Srbiji, te načina na koji procenjuju svoj uspeh u zavisnosti od ličnih vrednosti i stavova. Ovaj upitnik je kreiran za potrebe pisanja moje doktorske disertacije iz oblasti socijalne i organizacijske psihologije.

Molim da iskreno odgovorite na sva pitanja i time doprinesete empirijskom proučavanju preduzetništva u Srbiji. **Istraživanje je anonimno a rezultati će biti korišćeni u naučno-istraživačke svrhe.** Ukoliko ste zainteresovani za svoje rezultate, na samom kraju upitnika možete ostaviti šifru i e-mail adresu za dobijanje povratne informacije. **U istraživanju mogu učestvovati preduzetnici čija preduzeća posluju minimum 2 godine, bilo da se bave komercijalnim ili socijalnim preduzetništvom, proizvodnjom ili pružanjem usluga.**

1. Na skali od 1 (u potpunosti netačno) do 5 (u potpunosti tačno) procenite:

<i>Motiv</i>	<i>Stepen tačnosti</i>				
U kojoj meri ste osnovali firmu iz nužnosti (nemogućnost zaposlenja)	1	2	3	4	5
U kojoj meri ste osnovali firmu jer ste videli dobru priliku	1	2	3	4	5

2. Na skali od 1 (nisam nimalo zadovoljan/a) do 5 (u potpunosti zadovoljan/a) procenite **u kojoj meri ste zadovoljni odlukom da se bavite preduzetništvom?** 1 2 3 4 5

3. Kada razmišljate o uspehu svog preduzeća možete li reći da je **ono što ste postigli:**

- Ispod Vaših očekivanja
- Otprilike onako kako ste očekivali
- Iznad Vaših očekivanja

*Svoj odgovor naznačite zaokruživanjem jedne opcije*

4. Na skali od 1 (veoma neuspešan/a) do 5 (veoma uspešan/a) procenite **u kojoj meri sebe smatrate uspešnim preduzetnikom/com?**

1 2 3 4 5

4a. Na skali od 1 (veoma neuspešan/a) do 5 (veoma uspešan/a) **procenite svoj uspeh na pojedinim pokazateljima poslovanja:**

<i>Pokazatelj poslovanja</i>	<i>Stepen uspešnosti</i>				
ostvareni profit	1	2	3	4	5
ostvareni početni ciljevi	1	2	3	4	5
redovno isplaćivanje obaveza prema kooperantima i zaposlenima	1	2	3	4	5
rast i razvoj preduzeća	1	2	3	4	5
pozicija na tržištu	1	2	3	4	5
kvalitet proizvoda/usluga	1	2	3	4	5

5. Koja osećanja Vam se javljaju kada razmišljate o onome što ste postigli, uspesima i neuspesima? *Svoj odgovor naznačite na skali od 1 (nimalo ne osećam) do 5 (osećam u velikoj meri).*

	<i>Emocije</i>	<i>Stepen doživljaja</i>				
1.	ponos	1	2	3	4	5
2.	stid	1	2	3	4	5
3.	zadovoljstvo	1	2	3	4	5
4.	nezadovoljstvo	1	2	3	4	5
5.	optimizam	1	2	3	4	5
6.	pesimizam	1	2	3	4	5
7.	ljutnja	1	2	3	4	5
8.	zahvalnost	1	2	3	4	5
9.	osećanje krivice	1	2	3	4	5
10.	razočarenje	1	2	3	4	5
11.	osećanje neizvesnosti	1	2	3	4	5

6. Da li ste od osnivanja preduzeća do danas koristili neki od načina za unapređenje rada preduzeća? Naznačite svoj odgovor *zaokruživanjem svake strategije koju ste koristili. Ukoliko niste koristili nijednu od navedenih strategija, preskočite ovo pitanje.*

- konkursi NVO sektora za dobijanje bespovratnih sredstava
- programi Ministarstva privrede i lokalnih samouprava za pomoć pri osnivanju preduzeća (lokalne kancelarije NSZZ, agencije za nacionalni/regionalni razvoj)
- specifični treninzi i obuke za preduzetnike početnike pri udruženjima privrednika/NVO/agencijama za regionalni razvoj
- kreditni namenjeni malim i srednjim preduzećima

- e. formiranje klastera preduzetnika iz iste oblasti privrede
- f. učestvovanje na konkursima "Prva šansa"/"Stručna praksa"
- g. neki drugi način.....

6a. Ukoliko ste koristili više načina za unapređenje svog poslovanja, molimo navedite koji od načina pomoći je po Vašem mišljenju najviše doprineo razvoju Vašeg preduzeća?

.....

**7. Čime tumačite dosadašnji uspeh svog preduzeća?** Na skali od 1 (nimalo nije doprineo) do 5 (u velikoj meri je doprineo) procenite u kojoj meri je svaki od navedenih faktora doprineo dosadašnjem uspehu Vašeg preduzeća. Ukoliko se neki od navedenih faktora ne odnosi na Vaše preduzeće zaokružite X.

Faktori	Ne odnosi se na moju firmu	Stepen doprinosa				
		1	2	3	4	5
poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	x					
moje sposobnosti rada pod pritiskom	x					
moja snalažljivost	x					
moj trud	x					
istrajnost u radu	x					
lična spremnost na usavršavanje	x					
finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	x					
administrativne procedure	x					
kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	x					
sreća	x					
sposobnosti mog osoblja	x					
odnos sa zaposlenima	x					
poslovna klima u Srbiji	x					
nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	x					
globalna ekonomska kriza (2008. god)	x					
mogućnost naplate potraživanja	x					
parafiskalni nameti	x					
biznis plan	x					
nešto drugo: .....		1	2	3	4	5

**8. Čime tumačite zašto niste još bolji u svom poslu?** Na skali od 1 (nimalo nije doprineo) do 5 (u velikoj meri je doprineo) procenite koliko je svaki od navedenih faktora doprineo tome.

Faktori	Ne odnosi se na moju firmu	Stepen doprinosa				
		1	2	3	4	5
poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	x	1	2	3	4	5
moje sposobnosti rada pod pritiskom	x	1	2	3	4	5
moja snalažljivost	x	1	2	3	4	5
moj trud	x	1	2	3	4	5
istrajnost u radu	x	1	2	3	4	5
lična spremnost na usavršavanje	x	1	2	3	4	5
finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	x	1	2	3	4	5
administrativne procedure	x	1	2	3	4	5
kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	x	1	2	3	4	5
sreća	x	1	2	3	4	5
sposobnosti mog osoblja	x	1	2	3	4	5
odnos sa zaposlenima	x	1	2	3	4	5
poslovna klima u Srbiji	x	1	2	3	4	5
nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	x	1	2	3	4	5
globalna ekonomska kriza (2008. god)	x	1	2	3	4	5
mogućnost naplate potraživanja	x	1	2	3	4	5
parafiskalni nameti	X	1	2	3	4	5
biznis plan	x	1	2	3	4	5
nešto drugo: .....		1	2	3	4	5

9. Imajući u vidu svoje lično iskustvo, **ukoliko biste mogli da birate, koji način rada biste radije izabrali?** Naznačite svoj odgovor zaokruživanjem jedne opcije:

1. Najradije bih bio/la zaposleni/izvršilac
2. Radije bih bio/la zaposleni/izvršilac
3. Neodlučan/a sam
4. Radije bih bio preduzetnik
5. Najradije bih bio preduzetnik

10. Kako biste procenili svoju motivaciju za bavljenje preduzetništvom u budućnosti na skali od 1(dođe mi da odustanem) do 5 (veoma sam motivisan).

Vaša motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti je: 1 2 3 4 5

11. Kakvo postignuće kompanije očekujete u budućnosti?

Vaša očekivanja 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

---

## PS

Naznačite **nivo slaganja sa navedenim tvrdnjama o preduzetničkoj aktivnosti** zaokruživanjem jednog broja od 1 (uopšte se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem).

Tvrdnje		Stepen slaganja				
1.	Osnivanje firme i njeno vođenje mi ne predstavlja veliki napor.	1	2	3	4	5
2.	Ne verujem da sam sasvim sposoban/a vodim vlastito preduzeće.	1	2	3	4	5
3.	Mogao/la sam kontrolišem proces kreiranja preduzeća pri njenom osnivanju	1	2	3	4	5
4.	Smatram da moje preduzeće ima velike šanse za uspeh.	1	2	3	4	5

## PP

Naznačite svoj **nivo slaganja sa navedenim tvrdnjama o vrednovanju preduzetništva u Vašoj sredini** na skali od 1 (uopšte se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem).

Tvrdnje		Stepen slaganja				
1.	Članovi moje najuže porodice cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.	1	2	3	4	5
2.	U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti.	1	2	3	4	5
3.	Uloga preduzetnika u ekonomiji je opšte uzevši podcenjena u našoj zemlji	1	2	3	4	5
4.	Moji prijatelji cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.	1	2	3	4	5
5.	Većina ljudi u mojoj zemlji bavljenje preduzetništvom smatra neprihvatljivim.	1	2	3	4	5
6.	Uprkos rizicima, preduzetništvo se u našoj sredini jako ceni.	1	2	3	4	5
7.	Moje kolege visoko vrednuju bavljenje preduzetništvom.	1	2	3	4	5
8.	U našoj sredini je uvreženo mišljenje da preduzetnici iskorišćavaju druge ljude.	1	2	3	4	5

**PVQ-RR F**



Ovde smo ukratko opisali različite ljude. Molimo vas da pročitate svaki opis i razmislite koliko ta osoba liči ili ne liči na vas. **Zaokružite jedan broj koji najbolje oslikava sličnosti opisane osobe sa Vama.** Značenje brojeva je sledeće:

**1 - Uopšte ne liči na mene;**  
**2 - Ne liči na mene;**  
**3- Pomalo liči na mene;**  
**mene**

**4- Umereno liči na**  
**5- Liči na mene**  
**6 - Veoma liči na**

Tvrdnje		U kojoj meri opisana osoba liči na Vas?					
		1	2	3	4	5	6
1.	Važno joj je da nezavisno od drugih izgrađuje svoja viđenja stvari						
2.	Važno joj je da njena zemlja bude sigurna i stabilna						
3.	Važno joj je da se dobro provede						
4.	Važno joj je da izbegne da uznemiri druge ljude						
5.	Važno joj je da slabi i ranjivi u društvu budu zaštićeni						
6.	Važno joj je da drugi ljudi rade ono što im ona kaže da bi trebalo da urade						
7.	Važno joj je da nikada ne misli da zaslužuje više od drugih ljudi						
8.	Važno joj je da vodi računa o prirodi						
9.	Važno joj je da je niko nikada ne postidi						
10.	Važno joj je da uvek traga za novim stvarima koje će raditi						
11.	Važno joj je da brine o ljudima do kojih joj je stalo						
12.	Važno joj je da ima moć koju novac može da obezbedi						
13.	Vrlo joj je važno da izbegne bolest i zaštiti zdravlje						
14.	Važno joj je da bude tolerantna prema svim raznolikim ljudima i grupama						
15.	Važno joj je da nikada ne prekši pravila i propise						
16.	Važno joj je da sama donosi odluke o svom životu						
17.	Važno joj je da ima ambicije u životu						
18.	Važno joj je da očuva tradicionalne vrednosti i način razmišljanja						
19.	Važno joj je da ljudi koje poznaje imaju potpuno poverenje u nju.						
20.	Važno joj je da bude bogata.						
21.	Važno joj je da učestvuje u aktivnostima za zaštitu prirode.						
22.	Važno joj je da nikada ne nervira nekoga.						
23.	Važno joj je da razvije sopstvena mišljenja.						

24.	Važno joj je da zaštiti svoj imidž u javnosti.	1	2	3	4	5	6
25.	Veoma joj je važno da pomogne ljudima koji su joj dragi.	1	2	3	4	5	6
26.	Važno joj je da ona lično bude bezbedna i sigurna.	1	2	3	4	5	6
27.	Važno joj je da je prijatelj na koga se drugi mogu osloniti i imati poverenja.	1	2	3	4	5	6
28.	Važno joj je da preuzima rizike koji život čine uzbudljivim.	1	2	3	4	5	6
29.	Važno joj je da ima moć da natera ljude da urade ono što ona želi.	1	2	3	4	5	6
30.	Važno joj je da samostalno planira svoje aktivnosti.	1	2	3	4	5	6
31.	Važno joj je da sledi pravila čak i kada niko ne gleda.	1	2	3	4	5	6
32.	Važno joj je da bude vrlo uspešna.	1	2	3	4	5	6
33.	Važno joj je da sledi običaje svoje porodice ili religijske običaje.	1	2	3	4	5	6
34.	Važno joj je da sluša i razume ljude koji su različiti od nje.	1	2	3	4	5	6
35.	Važno joj je da ima jaku državu koja može da brani svoje građane.	1	2	3	4	5	6
36.	Važno joj je da uživa u životnim zadovoljstvima.	1	2	3	4	5	6
37.	Važno joj je da svaka osoba na svetu ima jednake mogućnosti u životu.	1	2	3	4	5	6
38.	Važno joj je da bude ponizna.	1	2	3	4	5	6
39.	Važno joj je da sama shvati kako stvari stoje.	1	2	3	4	5	6
40.	Važno joj je da poštuje tradicionalne običaje svoje kulture.	1	2	3	4	5	6
41.	Važno joj je da bude neko ko govori drugim ljudima šta da rade.	1	2	3	4	5	6
42.	Važno joj je da poštuje sve zakone.	1	2	3	4	5	6
43.	Važno joj je da ima sve vrste novih iskustava.	1	2	3	4	5	6
44.	Važno joj je da poseduje skupe stvari koje pokazuju njeno bogatstvo.	1	2	3	4	5	6
45.	Važno joj je da štiti prirodno okruženje od uništenja i zagađenja	1	2	3	4	5	6
46.	Važno joj je da iskoristi svaku priliku da se zabavi.	1	2	3	4	5	6
47.	Važno joj je da brine o svakoj potrebi ljudi koji su joj dragi.	1	2	3	4	5	6
48.	Važno joj je da ljudi uvažavaju njena dostignuća.	1	2	3	4	5	6
49.	Važno joj je da nikada ne bude ponižena.	1	2	3	4	5	6
50.	Važno joj je da njena zemlja štiti sebe od svih pretnji.	1	2	3	4	5	6
51.	Važno joj je da nikada ne ljuti druge ljude.	1	2	3	4	5	6
52.	Važno joj je da svi ljudi budu pravedno tretirani, čak i oni koje ona ne poznaje.	1	2	3	4	5	6
53.	Važno joj je da izbegne bilo šta opasno	1	2	3	4	5	6
54.	Važno joj je da bude zadovoljna sa onim što ima i da ne traži više od toga	1	2	3	4	5	6
55.	Važno joj je da se svi njeni prijatelji i porodica u potpunosti mogu osloniti na nju	1	2	3	4	5	6



56.	Važno joj je da bude slobodna da sama bira ono što će raditi	1	2	3	4	5	6
57.	Važno joj je da prihvati ljude čak i kada se ne slaže sa njima	1	2	3	4	5	6

### Sociodemografski upitnik

1. Pol: a/ ženski b/ muški
2. Starost .....
3. Region u kome poslujete: .....
4. Nivo obrazovanja: .....
5. Obrazovni profil (struka): .....
6. Obrazovanje Vaše(g):
  - a. oca .....
  - b. majke .....
7. Da li imate prethodno radno iskustvo? DA NE
  - 7a. Da li imate prethodno radno iskustvo u državnom sektoru? DA NE
  - 7b. Koliko dugo ste radili u državnom sektoru? .....
  - 7c. Da li imate prethodno radno iskustvo u privatnom sektoru? DANE
  - 7d. Koliko dugo ste radili u privatnom sektoru? .....
8. Da li ste ranije radili u delatnosti u kojoj je Vaše sadašnje preduzeće? DA NE
9. Da li ste u prošlosti imali iskustvo osnivanja svog preduzeća? DA NE
  - 9a. Da li je prethodno iskustvo osnivanja i vođenja preduzeća bilo uspešno? DA NE
10. Preduzeće ste osnovali:
  - a/ samostalno
  - b/ zajedno sa poslovnim partnerom/ima
11. Da li imate dodatnih prihoda osim prihoda iz preduzeća koje ste osnovali? DA NE
12. Da li se neko u bližoj porodici ranije bavio preduzetništvom? DA NE
13. Vaše preduzeće spada u kategoriju:
  - a/ komercijalnog preduzetništva
  - b/ socijalnog preduzetništva
14. Vaše preduzeća se bavi (zaokružite i dopunite):
  - a/ proizvodnjom.....(precizirajte)
  - b/ pružanjem usluga ..... (precizirajte)

15. Proizvodi/usluge koje nudite namenjene su:  
a/ korisnicima u Srbiji  
b/ korisnicima u inostranstvu  
c/ korisnicima u Srbiji i inostranstvu
16. Da li je Vaše preduzeće član nekog udruženja, asocijacije, komore preduzetnika? DA NE
17. Ukoliko jeste, molimo navedite naziv udruženja  
.....
18. Da li ste učestvovali na konkursu "Pokreni se za posao"? DA NE
19. Godina osnivanja preduzeća .....
20. Broj zaposlenih u preduzeću .....

---

**Hvala Vam na izdvojenom vremenu i trudu!**

*Ukoliko želite da dobijete rezultate molim da ostavite sledeće podatke:*

Šifra: .....

E-mail:

.....

## **Prilog 2. Poziv za učešće u istraživanju**

Poštovani/a,

Da li je uspeh preduzetnika u Srbiji (ne)moguća misija? Šta Vas u poslovanju koči, a šta podstiče? Ovo su neka od polaznih pitanja moje doktorske disertacije koja se bavi psihološkim aspektima doživljaja uspeha preduzetnika. Pod terminom preduzetnici podrazumevam vlasnike i osnivače preduzetničkih radnji, mikro, malih i srednjih preduzeća.

Ceneći Vaše bogato iskustvo, obraćam Vam se sa molbom da učestvujete u istraživanju posvećenom preduzetništvu, budući da predstavljate najvažniji izvor informacija o stanju na terenu.

U istraživanju mogu učestvovati privrednici čija preduzeća posluju minimum 2 godine, bilo da se bave proizvodnjom ili pružanjem usluga.

Osim što biste iskoristili priliku da krajem godine "podvučete crtu" u psihološkom smislu kada razmišljate o svojoj firmi, učešćem u ovom istraživanju biste pomogli naučnom izučavanju oblasti preduzetništva, te omogućili kreiranje strategija za poboljšanje poslovne klime na osnovu relevantnih iskustava. Ukoliko budete zainteresovani, možete dobiti povratnu informaciju o svojim rezultatima i saznati nešto novo o sebi.

Istraživanje je anonimno, a upitnik je dostupan online na linku: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScSYe2hYsgsgzBbZ50EBNB1AS5rHOCO26VkM-4frm-6wOvRBA/viewform>

Sa nadom da ćete uvažiti moju molbu,

srdačno Vas pozdravljam!

Marija Manasijević,  
Studentkinja doktorskih studija na  
Odeljenju za psihologiju, Filozofski fakultet  
Univerziteta u Beogradu  
Kontakt:  
e-mail: [mmanasijevic@useens.net](mailto:mmanasijevic@useens.net)  
telefon: +381643589940

**Prilog 3A. Faktorska opterećenja subskale Lokus atribucije uspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
AUP5. istrajnost u radu	.798
AUP3. moja snalažljivost	.789
AUP4. moj trud	.689
AUP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.570
AUP6. lična spremnost na usavršavanje	.447
AUP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	.407
AUP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.404
AUP12. odnos sa zaposlenima	.349
AUP11. sposobnosti mog osoblja	.294
AUP 10. sreća	.271
AUP18. biznis plan	.168
AUP8. administrativne procedure	.134
AUP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.094
AUP13. poslovna klima u Srbiji	.014
AUP16. mogućnost naplate potraživanja	.010
AUP14. nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	-.099
AUP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	-.109
AUP17. parafiskalni nameti	-.163

**Prilog 3B. Faktorska opterećenja subskale Stabilnost atribucije uspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
AUP4. moj trud	.874
AUP5. istrajnost u radu	.872
AUP3. moja snalažljivost	.734
AUP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.418
AUP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	.371
AUP6. lična spremnost na usavršavanje	.363
AUP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.355
AUP 10. sreća	.291
AUP12. odnos sa zaposlenima	.277
AUP11. sposobnosti mog osoblja	.242
AUP18. biznis plan	.162
AUP8. administrativne procedure	.140
AUP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.079
AUP16. mogućnost naplate potraživanja	.026
AUP13. poslovna klima u Srbiji	-.037
AUP14. nelojalna konkurencija u svojoj zoni poslovanja	-.099
AUP17. parafiskalni nameti	-.127
AUP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	-.137

**Prilog 3C. Faktorska opterećenja subskale Kontrolabilnost atribucije uspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
AUP17. parafiskalni nameti	.803
AUP16. mogućnost naplate potraživanja	.524
AUP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	.511
AUP13. poslovna klima u Srbiji	.504
AUP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.473
AUP8. administrativne procedure	.450
AUP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	.438
AUP18. biznis plan	.177
AUP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.168
AUP11. sposobnosti mog osoblja	.161
AUP6. lična spremnost na usavršavanje	.153
AUP12. odnos sa zaposlenima	.122
AUP10. sreća	.077
AUP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.047
AUP4. moj trud	.002
AUP5. istrajnost u radu	-.036
AUP3. moja snalažljivost	-.078
AUP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	-.106

#### Prilog 4. Pouzdanost i diskriminativnost stavki skale AUP

Stavke	Aritmetička sredina skale ako se stavka izostavi	Varijansa skale ako se stavka izostavi	Diskriminativnost stavke	Kronbahov alfa koeficijent ako se stavka izostavi
AUP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	54.64	84.435	.252	.734
AUP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	55.11	84.116	.168	.740
AUP3. moja snalažljivost	54.74	83.462	.294	.731
AUP4. moj trud	54.46	84.351	.330	.731
AUP5. istrajnost u radu	54.51	83.834	.334	.730
AUP6. lična spremnost na usavršavanje	54.75	81.685	.385	.725
AUP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	56.81	76.099	.408	.719
AUP8. administrativne procedure	57.17	78.042	.415	.719
AUP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	54.53	84.755	.288	.733
AUP10. sreća	55.83	80.906	.255	.734
AUP11. sposobnosti mog osoblja	55.39	74.715	.432	.716
AUP12. odnos sa zaposlenima	55.28	75.454	.407	.719
AUP13. poslovna klima u Srbiji	57.24	80.487	.330	.727
AUP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	57.25	80.088	.301	.730
AUP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	57.16	82.277	.178	.742
AUP16. mogućnost naplate potraživanja	56.61	78.311	.311	.730
AUP17. parafiskalni nameti	57.41	78.158	.379	.722

**Prilog 5A. Faktorska opterećenja subskale Lokus atribucije neuspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
ANP4. moj trud	.980
ANP5. istrajnost u radu	.956
ANP3. moja snalažljivost	.855
ANP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	.818
ANP6. lična spremnost na usavršavanje	.811
ANP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.781
ANP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.732
ANP12. odnos sa zaposlenima	.625
ANP11. sposobnosti mog osoblja	.595
ANP 10. sreća	.548
ANP18. biznis plan	.283
ANP16. mogućnost naplate potraživanja	.043
ANP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.021
ANP8. administrativne procedure	-.049
ANP17. parafiskalni nameti	-.102
ANP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	-.128
ANP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	-.218
ANP13. poslovna klima u Srbiji	-.346



**Prilog 5B. Faktorska opterećenja subskale Stabilnost atribucije neuspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
ANP4. moj trud	.979
ANP5. istrajnost u radu	.958
ANP3. moja snalažljivost	.873
ANP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	.817
ANP6. lična spremnost na usavršavanje	.802
ANP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.781
ANP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.731
ANP12. odnos sa zaposlenima	.620
ANP11. sposobnosti mog osoblja	.588
ANP 10. sreća	.546
ANP18. biznis plan	.282
ANP16. mogućnost naplate potraživanja	.041
ANP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.016
ANP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	-.132
ANP8. administrativne procedure	-.051
ANP17. parafiskalni nameti	-.096
ANP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	-.219
ANP13. poslovna klima u Srbiji	-.330

**Prilog 5C. Faktorska opterećenja subskale Kontrolabilnost atribucije neuspeha preduzetnika**

<b>Stavke</b>	<b>Faktorsko opterećenje</b>
ANP4. moj trud	.975
ANP5. istrajnost u radu	.962
ANP3. moja snalažljivost	.871
ANP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	.820
ANP6. lična spremnost na usavršavanje	.803
ANP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	.781
ANP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	.730
ANP12. odnos sa zaposlenima	.612
ANP11. sposobnosti mog osoblja	.576
ANP10. sreća	.543
ANP18. biznis plan	.283
ANP16. mogućnost naplate potraživanja	.043
ANP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	.013
ANP8. administrativne procedure	-.055
ANP17. parafiskalni nameti	-.095
ANP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	-.132
ANP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	-.219
ANP13. poslovna klima u Srbiji	-.330

## Prilog 6. Pouzdanost i diskriminativnost stavki skale ANP

Stavke	Aritmetička sredina skale ako se stavka izostavi	Varijansa skale ako se stavka izostavi	Diskriminativnost stavke	Kronbahov alfa koeficijent ako se stavka izostavi
ANP1. poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	42.96	169.768	.569	.831
ANP2. moje sposobnosti rada pod pritiskom	42.89	171.080	.561	.831
ANP3. moja snalažljivost	42.89	169.541	.562	.831
ANP4. moj trud	42.99	166.791	.648	.827
ANP5. istrajnost u radu	42.99	166.165	.643	.827
ANP6. lična spremnost na usavršavanje	42.81	167.409	.604	.828
ANP7. finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	41.57	176.808	.327	.842
ANP8. administrativne procedure	41.46	178.394	.297	.843
ANP9. kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	42.89	169.564	.526	.832
ANP10. sreća	42.50	169.288	.579	.830
ANP11. sposobnosti mog osoblja	42.91	166.229	.604	.828
ANP12. odnos sa zaposlenima	43.03	168.373	.557	.831
ANP13. poslovna klima u Srbiji	41.61	185.088	.101	.853

---

ANP14. nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	41.67	179.762	.212	.848
ANP15. globalna ekonomska kriza (2008. god)	42.11	178.945	.230	.848
ANP16. mogućnost naplate potraživanja	42.37	174.206	.364	.840
ANP17. parafiskalni nameti	41.99	176.324	.289	.845
ANP18. biznis plan	43.01	173.834	.464	.835

---

### Prilog 7A. Komunaliteti stavki skale PP

	Inicijalna vrednost	Komunalitet
pp1	1.000	.548
pp2	1.000	.444
pp3	1.000	.511
pp4	1.000	.574
pp5	1.000	.292
pp6	1.000	.571
pp7	1.000	.529
pp8	1.000	.497

### Prilog 7B. Matrica komponenti skale PP

Stavke	Faktori	
	1	2
pp6	.751	
pp7	.666	
pp4	.666	.361
pp2	.664	
pp1	.562	.482
pp3	-.364	.615
pp8	-.445	.547
pp5	-.333	.426

**Prilog 7C. Matrica strukture skale PP**

Stavke	Faktori	
	1	2
pp4	.753	
pp7	.727	
pp1	.703	
pp6	.663	-.556
pp2	.596	-.472
pp8		.705
pp3		.703
pp5		.540

**Prilog 8A. Pouzdanost i diskriminativnost stavki subskele Poželjnost u društvu**

Stavke	Aritmetička sredina skale ako se stavka izostavi	Varijansa skale ako se stavka izostavi	Diskriminativnost stavke	Kronbahov alfa koeficijent ako se stavka izostavi
pp3	13.37	10.969	.317	.577
pp8	13.61	10.224	.383	.543
pp5	14.26	11.415	.257	.606
pp2	13.91	10.093	.398	.534
pp6	13.90	10.004	.464	.501

**Prilog 8B. Pouzdanost i diskriminativnost stavki subskale Poželjnost u neposrednoj sredini**

Stavke	Aritmetička sredina skale ako se stavka izostavi	Varijansa skale ako se stavka izostavi	Diskriminativnost stavke	Kronbahov alfa koeficijent ako se stavka izostavi
pp1	6.54	3.977	.392	.664
pp4	6.87	3.811	.548	.452
pp7	6.86	3.936	.467	.556

**Prilog 9. Frekvencijska analiza odgovora ispitanika (varijable iz oblasti procene postignuća)**

**Prilog 9A. Motiv osnivanja preduzeća**

Na skali od 1 (u potpunosti netačno) do 5 (u potpunosti tačno) procenite:

Motiv	Stepen tačnosti									
		%		%		%		%		%
U kojoj meri ste osnovali firmu iz nužnosti (nemogućnost zaposlenja)	<b>1</b>	50	<b>2</b>	7.9	<b>3</b>	10.7	<b>4</b>	12.1	<b>5</b>	19.3
U kojoj meri ste osnovali firmu jer ste videli dobru priliku	<b>1</b>	14.3	<b>2</b>	9.3	<b>3</b>	12.9	<b>4</b>	27.1	<b>5</b>	36.4

## Prilog 9B. Procena postignuća

### Opšta procena uspeha

Na skali od 1 (veoma neuspešan/a) do 5 (veoma uspešan/a) procenite **u kojoj meri sebe smatrate uspešnim preduzetnikom/com?**

1 2 3 4 5

Odgovori									
	%		%		%		&		%
<b>1. Veoma neuspešan/a</b>	1.4	<b>2. Neuspešan/a</b>	5.0	<b>3. Ni uspešan /a ni neuspešan/a</b>	34.3	<b>4. Uspešan/a</b>	42.1	<b>5. Veoma uspešan/a</b>	17.1

### Procena uspeha po pojedinačnim pokazateljima

Na skali od 1 (veoma neuspešan/a) do 5 (veoma uspešan/a) **procenite svoj uspeh na pojedinim pokazateljima poslovanja:**

Pokazatelj poslovanja	Stepen uspešnosti									
		%		%		%		%		%
ostvareni profit	<b>1</b>	3.6	<b>2</b>	17.1	<b>3</b>	37.1	<b>4</b>	33.6	<b>5</b>	8.6
ostvareni početni ciljevi	<b>1</b>	1.4	<b>2</b>	10.7	<b>3</b>	23.6	<b>4</b>	30.7	<b>5</b>	33.6
redovno isplaćivanje obaveza prema kooperantima i zaposlenima	<b>1</b>	1.4	<b>2</b>	1.4	<b>3</b>	7.2	<b>4</b>	21.6	<b>5</b>	68.3
rast i razvoj preduzeća	<b>1</b>	5.0	<b>2</b>	12.1	<b>3</b>	32.9	<b>4</b>	37.1	<b>5</b>	12.9
pozicija na tržištu	<b>1</b>	2.1	<b>2</b>	10.7	<b>3</b>	38.6	<b>4</b>	35.7	<b>5</b>	12.9
kvalitet proizvoda/usluga	<b>1</b>	0.7	<b>2</b>	0.7	<b>3</b>	5.0	<b>4</b>	37.9	<b>5</b>	55.7



### *Ispunjenost očekivanja*

Kada razmišljate o uspehu svog preduzeća možete li reći da je **ono što ste postigli**:

<i>Odgovori</i>					
<i>a- ispod Vaših očekivanja</i>	<i>%</i>	<i>b-Otprilike onako kako ste očekivali</i>	<i>%</i>	<i>c-Iznad Vaših očekivanja</i>	<i>%</i>
23.6		57.9		18.6	

### **Prilog 9C. Procena emocionalnog doživljaja**

Koja osećanja Vam se javljaju kada razmišljate o onome što ste postigli, uspesima i neuspesima? *Svoj odgovor naznačite na skali od 1 (nimalo ne osećam) do 5 (osećam u velikoj meri).*

<i>Emocije</i>		<i>Stepen doživljaja</i>									
			<i>%</i>		<i>%</i>		<i>%</i>		<i>%</i>		<i>%</i>
1.	ponos	<b>1</b>	4.3	<b>2</b>	5.0	<b>3</b>	13.6	<b>4</b>	33.6	<b>5</b>	43.6
2.	stid	<b>1</b>	80	<b>2</b>	8.6	<b>3</b>	7.1	<b>4</b>	2.1	<b>5</b>	2.1
3.	zadovoljstvo	<b>1</b>	2.9	<b>2</b>	3.6	<b>3</b>	18.6	<b>4</b>	30.7	<b>5</b>	44.3
4.	nezadovoljstvo	<b>1</b>	47.9	<b>2</b>	30.7	<b>3</b>	9.3	<b>4</b>	10.0	<b>5</b>	2.1
5.	optimizam	<b>1</b>	3.6	<b>2</b>	8.6	<b>3</b>	17.1	<b>4</b>	30.0	<b>5</b>	40.7
6.	pesimizam	<b>1</b>	46.4	<b>2</b>	30.7	<b>3</b>	14.3	<b>4</b>	6.4	<b>5</b>	2.1
7.	ljutnja	<b>1</b>	47.9	<b>2</b>	20.7	<b>3</b>	12.9	<b>4</b>	12.1	<b>5</b>	6.4
8.	zahvalnost	<b>1</b>	11.4	<b>2</b>	9.3	<b>3</b>	19.3	<b>4</b>	25.7	<b>5</b>	34.3
9.	osećanje krivice	<b>1</b>	73.6	<b>2</b>	10.7	<b>3</b>	9.3	<b>4</b>	4.3	<b>5</b>	2.1
10.	razočarenje	<b>1</b>	52.9	<b>2</b>	17.9	<b>3</b>	15.7	<b>4</b>	8.6	<b>5</b>	5.0
11.	osećanje neizvesnosti	<b>1</b>	12.1	<b>2</b>	10.0	<b>3</b>	29.3	<b>4</b>	22.1	<b>5</b>	26.4

## Prilog 9D. Atribucija uspeha preduzetnika

Čime tumačite dosadašnji uspeh svog preduzeća? Na skali od 1 (nimalo nije doprineo) do 5 (u velikoj meri je doprineo) procenite u kojoj meri je svaki od navedenih faktora doprineo dosadašnjem uspehu Vašeg preduzeća. Ukoliko se neki od navedenih faktora ne odnosi na Vaše preduzeće zaokružite X.

Faktori	Ne odnosi se na moju firmu	Stepen doprinosa									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	/	1	0.7	2	0.7	3	12.9	4	18.6	5	67.1
moje sposobnosti rada pod pritiskom	/	1	3.6	2	5.0	3	23.6	4	20.7	5	47.1
moja snalažljivost	/	1	1.4	2	2.9	3	7.1	4	30.7	5	57.9
moj trud	/	1	0.7	2	0.7	3	4.3	4	18.6	5	75.7
istrajnost u radu	/	1	0.7	2	2.1	3	3.6	4	20.7	5	72.9
lična spremnost na usavršavanje	/	1	1.4	2	3.6	3	9.3	4	25.7	5	60
finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	0.7	1	42.9	2	16.4	3	16.4	4	9.3	5	14.3
administrativne procedure	1.4	1	48.6	2	20.7	3	17.1	4	5.0	5	7.1
kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	/	1	/	2	2.1	3	4.3	4	23.6	5	70
sreća	0.7	1	12.1	2	10.7	3	33.6	4	17.1	5	25.7
sposobnosti mog osoblja	9.3	1	4.3	2	2.1	3	11.4	4	32.1	5	40.7
odnos sa zaposlenima	8.6	1	4.3	2	2.1	3	8.6	4	30.0	5	46.4
poslovna klima u Srbiji	2.9	1	47.1	2	20.7	3	20.0	4	5.0	5	4.3

nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	5.7	1	48.6	2	13.6	3	22.1	4	2.9	5	7.1
globalna ekonomska kriza (2008. god)	7.1	1	45.7	2	12.1	3	19.3	4	7.9	5	7.9
mogućnost naplate potraživanja	7.9	1	25.0	2	12.1	3	27.9	4	15.7	5	11.4
parafiskalni nameti	10	1	50.7	2	12.9	3	15.7	4	4.3	5	6.4
biznis plan	9.3	1	24.3	2	10.7	3	22.1	4	18.6	5	15.0

### Prilog 9F. Atribucija neuspaha preduzetnika

Čime tumačite zašto niste još bolji u svom poslu? Na skali od 1 (nimalo nije doprineo) do 5 (u velikoj meri je doprineo) procenite koliko je svaki od navedenih faktora doprineo tome.

Faktori	Stepen doprinosa										
	Ne odnosi se na moju firmu	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
poznavanje posla kojim se moje preduzeće bavi	/	1	55.0	2	13.6	3	15.7	4	5.7	5	10
moje sposobnosti rada pod pritiskom	/	1	47.1	2	20.0	3	17.9	4	6.4	5	8.6
moja snalažljivost	/	1	51.4	2	17.1	3	12.9	4	7.9	5	10.7
moj trud	/	1	55.0	2	19.3	3	8.6	4	5.7	5	11.4
istrajnost u radu	/	1	58.6	2	15.0	3	7.9	4	6.4	5	12.1
lična spremnost na usavršavanje	/	1	49.3	2	17.1	3	12.9	4	8.6	5	12.1

finansijske obaveze prema državi (porezi, takse, itd)	/	<b>1</b>	17.1	<b>2</b>	12. 1	<b>3</b>	15.7	<b>4</b>	22.9	<b>5</b>	32.1
administrativne procedure	1.4	<b>1</b>	13.6	<b>2</b>	7.1	<b>3</b>	20.0	<b>4</b>	25.0	<b>5</b>	32.9
kvalitet proizvoda/usluga koje nudim	/	<b>1</b>	56.4	<b>2</b>	12. 1	<b>3</b>	10.7	<b>4</b>	7.9	<b>5</b>	12.9
sreća	1.4	<b>1</b>	31.4	<b>2</b>	17. 1	<b>3</b>	30.7	<b>4</b>	6.4	<b>5</b>	12.9
sposobnosti mog osoblja	9.3	<b>1</b>	39.3	<b>2</b>	17. 1	<b>3</b>	13.6	<b>4</b>	10.7	<b>5</b>	10.0
odnos sa zaposlenima	10	<b>1</b>	42.1	<b>2</b>	18. 6	<b>3</b>	11.4	<b>4</b>	7.9	<b>5</b>	10.0
poslovna klima u Srbiji	2.1	<b>1</b>	18.6	<b>2</b>	6.4	<b>3</b>	20.7	<b>4</b>	17.9	<b>5</b>	34.3
nelojalna konkurencija u sivoj zoni poslovanja	4.3	<b>1</b>	17.9	<b>2</b>	7.9	<b>3</b>	19.3	<b>4</b>	14.3	<b>5</b>	36.4
globalna ekonomska kriza (2008. god)	7.1	<b>1</b>	22.1	<b>2</b>	9.3	<b>3</b>	22.9	<b>4</b>	15.0	<b>5</b>	23.6
mogućnost naplate potraživanja	7.1	<b>1</b>	25	<b>2</b>	15	<b>3</b>	22.9	<b>4</b>	12.9	<b>5</b>	17.1
parafiskalni nameti	7.9	<b>1</b>	19.3	<b>2</b>	7.9	<b>3</b>	20.7	<b>4</b>	20.0	<b>5</b>	24.3
biznis plan	9.3	<b>1</b>	37.9	<b>2</b>	17. 1	<b>3</b>	22.9	<b>4</b>	7.9	<b>5</b>	5.0

## Prilog 9G. Motivacija za bavljenje preduzetništvom

### *Mogućnost izbora profesionalnog usmerenja*

Imajući u vidu svoje lično iskustvo, *ukoliko biste mogli da birate, koji način rada biste radije izabrali?* Naznačite svoj odgovor zaokruživanjem jedne opcije:

Odgovori	%		%		%		%		%
<b>1. Najradije bih bio/la zaposleni/ izvršilac</b>	6.4	<b>2. Radije bih bio/la zaposleni/ izvršilac</b>	8.6	<b>3. Neodlučan/ a sam</b>	8.6	<b>4. Radije bih bio preduzetnik</b>	23.6	<b>5. Najradije bih bio preduzetnik</b>	52.9

### *Procena motivacije za bavljenje preduzetništvom*

Kako biste procenili svoju motivaciju za bavljenje preduzetništvom u budućnosti na skali od 1 (dođe mi da odustanem) do 5 (veoma sam motivisan).

Vaša motivacija za bavljenje preduzetništvom u budućnosti je: 1 2 3 4 5

Odgovori									
<b>1</b>	%		%		%		%	<b>5</b>	%
<b>Dođe mi da odustanem</b>	7.1	<b>2</b>	1.4	<b>3</b>	19.3	<b>4</b>	25.0	<b>Veoma sam motivisan</b>	47.1

## Prilog 9H. Očekivanje postignuća u budućnosti

Kakvo postignuće kompanije očekujete u budućnosti?

Vaša očekivanja su:

Odgovori							
	%		%		%		%
<b>1. Ne mogu da predvidim situaciju</b>	19.3	<b>2. Očekujem da će stanje biti gore</b>	9.3	<b>3. Očekujem da će stanje biti isto</b>	15.0	<b>4. Očekujem da će stanje biti bolje</b>	56.4

## Prilog 9I. Preduzetnička samoefikasnost

Naznačite nivo slaganja sa navedenim tvrdnjama o preduzetničkoj aktivnosti zaokruživanjem jednog broja od 1 (uopšte se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem).

Tvrdnje		Stepen slaganja									
			%		%		%		%		%
1.	Osnivanje firme i njeno vođenje mi ne predstavlja veliki napor.	<b>1</b>	9.3	<b>2</b>	10.0	<b>3</b>	26.4	<b>4</b>	20.0	<b>5</b>	34.3
2.	Ne verujem da sam sasvim sposoban/a vodim vlastito preduzeće.	<b>1</b>	71.4	<b>2</b>	15.0	<b>3</b>	5.0	<b>4</b>	4.3	<b>5</b>	4.3
3.	Mogao/la sam kontrolišem proces kreiranja preduzeća pri njenom osnivanju	<b>1</b>	5.0	<b>2</b>	4.3	<b>3</b>	18.6	<b>4</b>	23.6	<b>5</b>	48.6
4.	Smatram da moje preduzeće ima velike šanse za uspeh.	<b>1</b>	2.9	<b>2</b>	5.0	<b>3</b>	12.1	<b>4</b>	29.3	<b>5</b>	50.7

## Prilog 9J. Poželjnost preduzetništva

Naznačite svoj nivo slaganja sa navedenim tvrdnjama o vrednovanju preduzetništva u Vašoj sredini na skali od 1 (uopšte se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem).

<i>Tvrdnje</i>		<i>Stepen slaganja</i>									
			%		%		%		%		%
1.	Članovi moje najuže porodice cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.	<b>1</b>	6.4	<b>2</b>	14.3	<b>3</b>	25.0	<b>4</b>	22.1	<b>5</b>	32.1
2.	U našoj kulturi preduzetništvo predstavlja jednu od osnovnih vrednosti.	<b>1</b>	10.7	<b>2</b>	13.6	<b>3</b>	30.7	<b>4</b>	20	<b>5</b>	25
3.	Uloga preduzetnika u ekonomiji je opšte uzevši podcenjena u našoj zemlji.	<b>1</b>	42.9	<b>2</b>	23.6	<b>3</b>	19.3	<b>4</b>	8.6	<b>5</b>	5.7
4.	Moji prijatelji cene preduzetništvo više od ostalih karijernih mogućnosti.	<b>1</b>	7.9	<b>2</b>	14.3	<b>3</b>	37.1	<b>4</b>	25.0	<b>5</b>	15.7
5.	Većina ljudi u mojoj zemlji bavljenje preduzetništvom smatra neprihvatljivim.	<b>1</b>	14.3	<b>2</b>	17.1	<b>3</b>	37.1	<b>4</b>	17.9	<b>5</b>	13.6
6.	Uprkos rizicima, preduzetništvo se u našoj sredini jako ceni.	<b>1</b>	7.1	<b>2</b>	15.7	<b>3</b>	34.3	<b>4</b>	19.3	<b>5</b>	23.6
7.	Moje kolege visoko vrednuju bavljenje preduzetništvom.	<b>1</b>	9.3	<b>2</b>	15.0	<b>3</b>	30.0	<b>4</b>	30.0	<b>5</b>	15.7
8.	U našoj sredini je uvreženo mišljenje da preduzetnici iskorišćavaju druge ljude.	<b>1</b>	32.1	<b>2</b>	28.6	<b>3</b>	21.4	<b>4</b>	7.9	<b>5</b>	10.0

## Biografija

Marija Manasijević rođena je 18. jula 1987. godine u Vranju, gde je završila osnovnu školu i gimnaziju društveno-jezičkog smera odličnim uspehom. Godine 2006. upisala je studije poslovne psihologije na Fakultetu za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić u Novom Sadu, i 2009. godine završila osnovne studije sa prosečnom ocenom 9.86. Za vreme studiranja bila je jedan od 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 9.92. U periodu od 2009. do 2010. godine angažovana je kao demonstratorica u nastavi na predmetu Metodologija psiholoških istraživanja pod mentorstvom prof. Stanislava Fajgelja. 2010. godine kandidatkinja biva zaposlena kao saradnica u nastavi, a od 2011. kao asistentkinja 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 tom periodu radila je pod mentorstvom prof. Đorđa Đurića, prof. Aleksandre Kostić, doc. dr Jasmine Nedeljković i prof. Mirjanom Franceško.

Master rad na temu *Motivacione dispozicije rukovodilaca i izvršilaca* sa najvišom ocenom 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 9.33 i objavljuje nekoliko grupnih istraživačkih radova i jedan samostalni u časopisu Sociologija pod naslovom: Kritička analiza diskursa prikazivanja južnjaka na RTS-u: primer TV serije „Porodično blago“.

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 i blisko saradivala sa prof. Mirjanom Franceško koja joj je bila mentor u profesionalnom i organizacionom smislu. U tom periodu organizovala je preko 30 tribina, gostujućih predavanja, studijskih poseta uspešnim domaćim i multinacionalnim



kompanijama, učestvovala u organizaciji dva međunarodna naučna skupa na matičnoj insituciji i aktivno učestvovala u dva ciklusa akreditacije stuijskog programa i Fakulteta u celini.

Kao istraživačica na početku svoje karijere do sada je učestvovala na preko 30 međunarodnih naučno-stručnih skupova, objavila oko 80 radova, od toga jedan samostalni originalni članak i više od 5 poglavlja, tj. radova u monografijama nacionalnog i pokrajinskog značaja. Marija je bila deo istraživačkih interdisciplinarnih timova u trima naučnim projektima podržanih od strane Vlade AP Vojvodine i Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkoh razvoja Republike Srbije i UNICEF-a u Srbiji i to:

- 2013-14: „Vrednosne orijentacije mladih u Vojvodini – stanje i perspektive“, projekat broj 14-451-3818/2013, finansiran od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj Autonomne pokrajine Vojvodine.
- 2014-15: „Razvoj funkcionalne pismenosti mladih“, broj projekta 114-451-1279/2014-03, 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.

U istraživačkom smislu dosad se bavila problemima iz oblasti socijalne i organizacione psihologije, tj. konkretnije: stavovima mladih: o EU integracijama, privatnim fakultetima, odnosom prema radu, zatim prirodom socijalnih motiva, radnih i organizacijskih vrednosti, benevolentnog i hostilnog seksizma, autoritarnošću, modernim predrasudama, ličnim vrednostima i konačno, spremnosti mladih da postanu preduzetnici.

Kandidatkinja je pohađala brojne obuke iz oblasti socijalne psihologije i naučne pismenosti uopšte:

- “Škola za interkulturalno obrazovanje, ljudska prava i nenasilno rešavanje konflikata“, jednosemestralni kurs u organizaciji Helsinškog odbora za ljudska prava u Srbiji i Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, septembar - decembar 2011.
- Graz International summer school Seggau 2013: “Collective identities: Nationalism, transnationalism, Europe and beyond”, jun - jul 2013.
- “Univerzitet socijaldemokratije”, jednosemestralni dodiplomski kurs u organizaciji Fondacije Fridrih Ebert u Srbiji, oktobar - decembar 2014.
- Obuka “Mogućnosti finansiranja putem EU fondova“, u organizaciji Fonda „Evropski poslovi“ AP Vojvodine, novembar 2015.
- “Škola ideologije”, jednosemestralni dodiplomski kurs u organizacije Fondacije Roza Luksemburg u Srbiji, oktobar-decembar 2015.
- Seminar “Objavljivanje na SSCI listi”, Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, april 2017.

## Изјава о ауторству

Име и презиме аутора Марија С. Манасијевић

Број индекса 4П11/0006

### Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

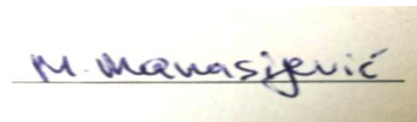
ТУМАЧЕЊЕ ПОСТИГНУЋА ПРЕДУЗЕТНИКА: АТРИБУЦИОНИ ПРИСТУП

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација у целини ни у деловима није била предложена за стицање друге дипломе према студијским програмима других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

**Потпис аутора**

У Београду,

21.11.2017.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored background. The signature reads "M. Manasijević".

## Изјава о истовестности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора : Марија С. Манасијевић

Број индекса : 4П11/0006

Студијски програм : Психологија

Наслов рада : Тумачење постигнућа предузетника: атрибуциони приступ

Ментор: проф. др Драган Попадић

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истовестна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањена у **Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду**.

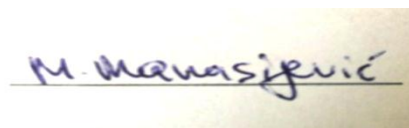
Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

У Београду,

Потпис аутора

21.11.2017.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature reads "M. Manasijevic" and is written over a horizontal line.

## Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

ТУМАЧЕЊЕ ПОСТИГНУЋА ПРЕДУЗЕТНИКА: АТРИБУЦИОНИ ПРИСТУП

---

---

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

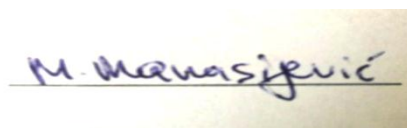
Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду и доступну у отвореном приступу могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално(CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прерада(CC BY-NC-ND)
- 4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)**
5. Ауторство – без прерада(CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима(CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци.  
Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

Потпис аутора

У Београду, 21.11.2017.



M. Manasijević

1. **Ауторство.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.
2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.
3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.
4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.
5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.
6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољава се умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.