

Лидија Ђ. Златић*
Универзитет у Крагујевцу, Педагошки факултет, Ужице
Драгана Р. Бјекић*
Универзитет у Крагујевцу, Факултет техничких наука, Чачак

ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ И КОМУНИКАЦИОНЕ КОМПЕТЕНЦИЈЕ: ИСПРЕПЛЕТАНОСТ ДВА КОНСТРУКТА**

Апстракт: У систему компетенција према образовној политици ЕУ предузетничке и комуникационе компетенције имају своја посебна места у развоју савременог функционалног грађанина и постоји велико преклапање међу њима. У раду се приступа предузетничким компетенцијама као трансферзалним компетенцијама које се примењују у свим сферама живота – систему компетенција које се преносе у различита подручја деловања. Комуникациона компетентност је очекивани исход свих нивоа образовања, и у раду су издвојене кључне комуникационе компетенције, које су, истовремено, релевантне и за предузетничко понашање. Поред отворености, флексибилности и још неких особина и компетенција заједничких за оба компетенцијска система, у раду је наглашен заједнички аспект комуникационе компетентности и предузетничке компетентности – ситуациона свесност која представља први корак у унапређивању комуникације, а предузетничка свесност у предузетништву усмерава адекватно доношење одлука. Ова повезаност комуникационе и предузетничке компетентности усмерава наставнике да примењују наставне процедуре за развој комуникационе компетентности које истовремено доприносе и развоју предузетничке компетентности.

Кључне речи: комуникациона компетентност, предузетничка компетентност, компетенција, ситуациона свесност, образовна политика.

* lzlatiac@ptt.rs

* dragana.bjekic@ftn.kg.ac.rs

** Рад је развијен у оквиру пројеката број 451-03-68/2021-14/2000142 (Педагошки факултет у Ужицу) и број 451-03-68/2021-14/200132 (Факултет техничких наука у Чачку), које финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

УВОД:

СТАТУС ПРЕДУЗЕТНИЧКИХ И КОМУНИКАЦИОНИХ КОМПЕТЕНЦИЈА У ОБРАЗОВАЊУ

У систему кључних компетенција, према актуелној образовној политици у Европи, и предузетничке компетенције, и комуникационе интерперсоналне компетенције, имају своја посебна места и улогу у развоју савременог функционалног грађанина. Европска комисија је 2006. године укључила предузетништво у осам кључних компетенција за целоживотно/доживотно учење: комуникација на матерњем језику; комуникација на страном језику; математичка писменост и основне компетенције у науци и технологији; дигиталне компетенције; спремност да се стално учи и учи како се учи; интерперсоналне и грађанске компетенције; смисао за иницијативу и предузетништво; културолошка свесност и експресија (European Commission, 2006b, наведено у Kakouris, Dermatis, Liargovas, 2016: 12).

Каснијим прилагођавањем и ревидирањем претходног документа, ове компетенције, односно системи компетенција (компетентности) одређене су на следећи начин: (1) писменост; (2) мултилингвалност; (3) математичке компетенције и компетенције за науку, технологију и технику; (4) дигиталне компетенције; (5) персоналне, социјалне и компетенције за учење учења; (6) грађанске компетенције; (7) предузетништво, и (8) културна свесност и изражавање (European Union, 2019).

Дакле, савремена образовна политика види *предузетничку компетентност* данас као један од система кључних компетенција и као филозофију свакодневног деловања (ЕС, 2006, European Union, 2019) потребних особи за доживотно учење, које је неопходно за живот у савременом окружењу. Стога се постављају бројна питања о томе како наставник да допринесе развоју ове животне оријентације и развоју предузетничких компетенција ученика. Сам наставник треба да буде спреман за предузетничко образовање (Бјекић и Златић, 2021: 1). Иако предузетничко образовање у последње две деценије добија препознатљиво место, основне предузетничке компетенције – иновативност, креативност, отвореност, предузимљивост су биле очекивани исходи и традиционалног образовања и циљеви наставних предмета, тако да се не може говорити о суштински новим особинама које треба развијати код ученика, већ о новом компетенцијском моделу и приступу образовању.

Док су компетенције за комуникацију на матерњем и страном језику (комуникативне компетенције) посебни компетенцијски системи у документима европске образовне политике, дотле је појам комуникациона компетентност широко прихваћен да означава систем интерперсоналних компетенција које се реализују у оквиру свих форми социјалне интеракције за коју је неопходна комуникација. Комуникациона компетентност је одавно у фокусу

наставника, креатора образовања, као и истраживача из различитих дисциплина. С обзиром на то да представља један од кључних система компетенција, и данас је комуникациона компетентност важна тема у контексту образовне политике.

Док су у оквиру предузетничких компетенција, као психолошке категорије повезане са особинама личности и психичким својствима, наглашене предузетничка оријентација као шира компетенција, а као посебне отвореност, иновативност, креативност, убедљивост, лидерске и вештине тимског рада, висока свесност о контексту, дотле су међу комуникационим компетенцијама у првом плану комуникациона флексибилност, отвореност за комуникацију, свесност о комуникационом контексту, интеракциона укљученост, презентационе вештине и сл. (Бјекић и Златић, 2021; Златић и Бјекић, 2015). Очито је да постоји делимично преклапање предузетничких и комуникационих компетенција у документима европске образовне политике. У актуелној светској ситуацији и на макро, и на микро нивоу, пословање и образовање, као очигледне форме деловања и појединца и друштвене заједнице, добили су нове димензије у оквиру удаљеног приступа у учењу, као и у професионалном и личном деловању. У таквом контексту, оснаживање две компоненте кључних компетенција за доживотно образовање и професионално деловање – предузетничких компетенција и комуникационих компетенција, постаје нужност и веома наглашен задатак образовног система. А какав је однос ова два компетенцијска система? Да ли их образовање сагледава и подстиче одвојено, испреплетано, или заједно?

Актуелна разматрања кључних компетенција, пре свега предузетничких и комуникационих из перспективе психолошких дисциплина, како психологије комуникације, тако и психологије предузетништва која се тек утемељује (Бјекић и Златић, 2021), расветљавају и међусобан однос ових система компетенција у пракси (свакодневном животу и пословном деловању) и у образовном контексту.

ПРЕДУЗЕТНИЧКА КОМПЕТЕНТНОСТ

Предузетништво и предузетничко образовање су важна подручја образовне политике, али и научних истраживања. Предузетништво је један од кључних фактора за превазилажење тешкоћа које почетници могу да имају на послу, те се данас предузетничке компетенције разматрају као много шира категорија од оспособљености појединца/ученика за предузетничко деловање као започињање и развој сопственог посла, предузећа или професионалне организације, наглашавајући да су то васпитљиве карактеристике и понашања појединца широко применљива у различитим сферама деловања (Бјекић и Златић, 2021: 2).

Предузетништво – професија или систем активности и процеси

Феномен предузетништва је мултидимензионалан и интердисциплинаран и тема је различитих приступа и различитих истраживача. Сам појам предузетништва је дефинисан пре више од 250 година. Много различитих и корисних приступа је коришћено за описивање и анализу предузетништва. Дефиниције предузетника и предузетништва се разликују у зависности од контекста, дисциплине која га изучава и метода истраживања (Komarkova, Gagliardi, Conrads, Collado, 2015). Референтни аутори, посебно аутори који феномену приступају из контекста психолошких дисциплина, наглашавају специфичности овог концепта повезујући га са предузетничким деловањем (Frese & Gielnik, 2014; Gorgievski & Stephan, 2016; Hisrich, Langan-Fox, Grant, 2007). Ипак се издвајају два практично оријентисана приступа – једно је схватање да је предузетништво једна од професионалних категорија, а друго је схватање да је предузетништво систем активности и процеса који су препознатљиви као генерално применљиве предузетничке компетенције широко употребљиве у различитим сферама деловања (Бјекић и Златић, 2021; Gorgievski & Stephan, 2016).

Предузетништво је приступ, систем трансферзалних компетенција, структура која се примењује у свим сферама живота: од јачања личног развоја, преко активног учешћа у друштву, до (поновног) уласка на тржиште рада као запослене или самозапослене особе, те до покретања улагања у послове који обезбеђују остваривање културних, друштвених или комерцијалних вредности (наведено у „*Оквир предузетничких компетенција*”, Vasigalupo, Kampylis, Punie, Van den Brande, 2016: 6), тако да се данас схвата као шанса за све, не само за покретаче послова/предузетнике. Дакле, предузетништво се не може посматрати само као спремност или оспособљеност за покретање сопственог пословног подухвата, већ и много шире јер захтева поседовање бројних других особина и умећа. Зато је данас подстицање предузетничких компетенција циљ свих школских предмета и задатак наставника различитих дисциплина, а у систему васпитања и образовања ове компетенције имају статус међупредметних компетенција.

Предузетничке компетенције из угла психологије предузетништва

Данас се холистички приступа разматрањима предузетничке компетентности, а структура предузетничке компетентности описује навођењем посебних предузетничких компетенција. Према документима Европске комисије којима се усмерава образовна политика у овом подручју „појам *предузетничке компетенције* је назив за знања, вештине, способности, ставове и друге мотивационе диспозиције које су основа за ефикасно и предузетно деловање.

Применљиве су у свим сферама живота и неопходне су за лични развој; доприносе социјалном развоју; проширују тржиште за запошљавање и самозапошљавање; омогућују предузимање, започињање пословних подухвата подстакнутих културним, социјалним или комерцијалним мотивима (Bacigalupo et al., 2016: 10).

Терминолошка разграничења су нужна у даљем тексту јер се у пословној пракси сусрећу разноврсни, најчешће еклектички и несистематизовани прегледи, боље рећи набрајања различитих „компетенција” у склопу предузетничких компетенција, а која имају бројна ограничења и преклапања. Један од општих популарних и веома широких прегледа предузетничких компетенција, које се често мешају са пословним компетенцијама, јесте одређење *предузетничке компетентности* пописом следећих вештина: бизнис менаџмент вештине, вештине тимског рада и лидерске вештине; комуникација и слушање; услуге продаје; финансијске вештине, аналитичке вештине и вештине решавања проблема, критичко мишљење, стратешко мишљење и вештине планирања, техничке вештине, управљање временом и организационе вештине; маркетинг и вештине умрежавања. Предузетничке компетенције се препознају у различитим формама предузетничког понашања. Али, предузетничке компетенције и предузетничко понашање не могу да се поистовете са свим компетенцијама потребним за деловање у свету рада. Практично оријентисани образовни системи препознају предузетничке вештине као врсту или компоненту трансферзалних вештина (појам трансферзалне вештине ослања се на значење речи из латинског језика *transferre* – преносити), односно вештина које се преносе и користе у различитим подручјима деловања (Бјекић и Златић, 2021: 14).

Више аутора наглашава да је психологија предузетништва релативно младо научно поље истраживања (Gorgievski & Stephan, 2016), које напредује током последње две деценије. У релативно малој психолошкој заједници истраживача и практичара у Србији, предузетничке компетенције су често, као трансферзалне (и трансферабилне) компетенције, биле разматране у контексту проучавања пословног и радног ангажовања и повезане са другим трансферзалним компетенцијама. У први план се стављају следеће трансферзалне вештине повезане са предузетничким вештинама: решавање проблема, комуникационе вештине, дигитална писменост, вештине тимског рада, вештине презентовања, критичко мишљење, креативност и финансијска писменост.

Образовна политика приступа предузетничком образовању двојако – као оспособљавању за предузетничко пословно деловање, и као оспособљавању за предузетничка понашања утемељена на трансферзалним компетенцијама које своје место имају у различитим сферама деловања. Актуелна истраживања предузетничких особина у први план стављају проучавање особина формативних да неко буде успешан предузетник и разматрају предузетнички идентитет (Markowska, 2011).

Указали смо да се предузетничке компетенције разматрају као карактеристике вишег нивоа које обухватају особине личности, вештине и знања, и представљају, с једне стране, општу способност предузетника да успешно обављају своје радне улоге (Man et al., 2002, наведено у Tittel & Terzidis, 2020: 11), или се посматрају као основне карактеристике које обухватају генеричка и специфична знања, мотиве, особине, слику о себи, друштвене улоге и вештине које доводе до стварања нових послова и обезбеђују опстанак и раст (Bird, 1995, наведено у Tittel & Terzidis, 2020: 11). Истраживачи ипак издвајају особине личности око којих се „врти” концепт предузетничких компетенција.

Предузетничке компетенције су засноване на препознавању контекста у коме појединац делује и на проактивном реаговању на прилике које му се пружају, а истовремено омогућавају усвајање и развој специфичних знања и вештина који су потребне за предузетничко понашање. У прегледу особина које истраживачи сматрају посебно важним и за предузетнике, и за предузетничко деловање, и око којих је већина сагласна, издвојене су следеће: амбициозност, аутономија, визионарство, висок мотив постигнућа, висока мотивисаност и одлучност, висока толеранција ризика, етичност, интелектуална отвореност, иницијативност/**предузимљивост**, иновативност, интерактивност, капацитет (вештина) да се тимски делује, когнитивни стил независности од поља, креативност, лидерска оријентација и особине, независност, одважност и храброст, одговорност, оријентација ка циљу, посвећености, предузетничка свесност, прилагодљивост и флексибилност, проактивност, савесност, самоефикасност, самоорганизованост, самопоуздање, самосталност, склоност преузимању ризика, спремност за планирање и управљање пројектима и подухватима, стратешке способности и стратешки приступ, убедљивост у наступу, унутрашњи локус контроле, упорност и истрајност, усмереност на проблеме/проблемска оријентација (Kerr, Kerr, Xu, 2018; Kirkley, 2016; Nassif, Ghobril & Silva, 2010; Sokić i Popov, 2018; Tajedini & Mueller, 2009; Frese & Gielnik, 2014; Cubico, Bortolani, Favretto, Sartoni, 2010).

Систематизујући прегледна истраживања предузетничких особина, компетенција и личности предузетника, ауторке су, конципирајући психологију предузетништва у нашој психолошкој заједници (Бјекић и Златић, 2021), издвојиле и одредиле следеће предузетничке особине и компетенције (Бјекић и Златић, 2021: 81–99): самоефикасност, иновативност, иницијативност/**предузимљивост**, проактивност, истрајност, унутрашњи локус контроле, предузетничка свесност/**предузетничка будност**, практична интелигенција, емоционална интелигенција, способност ефикасне интеракције, независност и задовољство послом, оптимизам, предузетничка мотивација, визионарство, мотив постигнућа, спремност за ризик, посвећеност, интровертност.

Предузетничко понашање као мултидимензионални феномен обухвата проактивно трагање за идејама, стварање ресурса и планирање и имплементирање стратегија, обнављање или иновирање у оквиру постојећих система или

организација, али и започињање подухвата који доприносе увећању вредности пословног система. Иза разноврсних пописа и дескрипција особина и карактеристика предузетника и предузетничког понашања, препознаје се један фундаментални, данас све присутнији концепт који обједињује различите карактеристике: појам *предузетничка оријентација*, која, како је најчешће одређују истраживачи (према прегледу у Бјекић и Златић, 2021: 95–96). Представља трокомпонентну варијаблу која обухвата иновативност, проактивност и преузимање ризика.

КОМУНИКАЦИОНА КОМПЕТЕНТНОСТ И ПРЕДУЗЕТНИШТВО

Иако се систем предузетничких компетенција (предузетничка компетентност) последњих година изнова анализира и ревидира, са тенденцијом на свођење листе на најважније компетенције (Tittel & Terzidis, 2020), место комуникационе компетентности у систему предузетничког деловања, наглашавајући да је комуникациона компетентност истовремено и независна компетенцијска категорија, јесте неспорно. Истраживачи предузетништва који потичу из различитих научних система наглашавају важност комуникације за предузетничку ефикасност (Kokkonen & Koronen, 2020; Modrea, 2012).

Систем комуникационих компетенција, са посебним фокусом на интерперсоналну комуникациону компетентност, у образовном контексту задржава и свој посебан статус као једна од кључних компетентности коју треба да развија систем образовања, према европским оквирима.

Истраживачи дескриптивно одређују кључне комуникационе компетенције, а актуелна истраживања у области социјалне психологије и психологије комуникације потврђују њихов значај, обично наводећи следећа својства комуникатора: асертивност, емоционална експресивност, емоционална контрола, емоционална сензитивност, емоционална уравнотеженост, емпатичност, когнитивна сложеност, комуникациона свесност и пажљивост, прилагодљивост (адаптабилност) и флексибилност, реалистичност, самоактуализованост, сарадљивост, самопоштовање и поштовање других, социјална експресивност, социјална контрола, социјална сензитивност, социјална интелигенција, способност за управљање разговором, укљученост у разговор и актуелну комуникацију (интеракциона укљученост), усклађеност очекивања и ситуације (Бјекић, Војовић, Златић, Stanisavljević, 2012; Бјекић, Маринковић, Војовић, 2014; Златић и Бјекић, 2015; Riggio, 2003; Spitzberg & Cupach, 1989; Canary & Code). Мотиви за комуникацију, стилони комуникације, стилони управљања конфликтима су динамички оквир за манифестовање особина и вештина потребних за успешну комуникацију и комуникационо компетентно понашање.

Уважавајући сложеност комуникационе компетентности и преводeћи је на понашања (манифестације компетенција), комуникационо компетентну

особу описујемо на следећи начин (Вјекић & Златић, 2006, наведено у Златић и Бјекић, 2015: 97–98):

- прилагодљива је и флексибилна – способна је да мења понашања и циљеве према захтевима социјалне ситуације и интеракције;
- укључена је у разговор – у току разговора испољава укљученост споља видљивим понашањима (гестовима, усмереношћу погледа), али и сазнајним активностима (закључивањем, понављањем кључних исказа саговорника и рефлексивом, парафразираном и сл.);
- уме да управља разговором – регулише своју интеракцију и контролише социјалну ситуацију, поставља и мења циљеве разговора и других облика социјалне интеракције;
- сагледава социјалне односе и планира своје ангажовање;
- има развијену емпатију – способна је да покаже разумевање и подели емоционалне реакције у датој ситуацији, разуме ситуацију, има и своје специфичне емоције;
- успешна је у комуникацији – постиже циљеве разговора и других облика социјалне интеракције, остварује личне циљеве у социјалним односима;
- усклађује очекивања са ситуацијом; спремна је да комуницира у тиму;
- континуирано стиче знања која олакшавају увиде у комуникационе ситуације и свесност о сопственом комуникационом понашању;
- континуирано учи, односно развија комуникационе вештине, увежбава и проверава интеракцију са другима;
- континуирано учи употребу разноврсних средстава комуникације.

Једна од кључних особина комуникационо компетентне особе, а веома важна и за предузетника и предузетнички оријентисану особу, јесте отвореност у комуникацији. Отвореност у комуникацији значи да је особа пријемчива за нове идеје, трага за новим информацијама и спремна је да слуша. Особе које су отворене за нова искуства чешће преферирају предузетничку каријеру као важан перципирани животни стил, а више су заинтересоване за предузетничку каријеру због интринсичке вредности независности коју предузетничка каријера омогућава (Ardalan & Davis, 2006). Литература о лидерству разматра отвореност у односу на различите ситуације: отвореност за промене, отвореност за иновације, отвореност за размену информација, отвореност као ситуациона свесност. Отвореност за нова искуства поуздан је предиктор лидерског понашања, а потом и предузетничког понашања.

Ситуациона свесност – компонента предузетничке и комуникационе компетентности

Отвореност је једна од карактеристика особе која се препознаје и као ситуациона свесност, односно свесност о ситуацији, контексту. У систему предузетничких компетенција препознаје се као предузетничка свесност. Бројна истраживања и теорије комуникационе компетентности наглашавају да је комуникациона свесност први корак у унапређивању комуникације (Златић и Бјекић, 2015).

Све се чешће наглашава повезаност ситуационе свесности и комуникационих интерперсоналних компетенција за доношење одлука у различитим контекстима – од доношења одлука евалуатора, доношења одлука хирурга у операционој сали, а посебно доношења одлука о предузимању пословних подухвата и предузетничком понашању, било из позиције предузетника или предузетнички оријентисане и оснажене особе (Vannucci & Kras, 2013; Garcia & Stevahn, 2020; Morisse, Schirmer, Nottmeyer, 2018). Кључни услов ситуационе свесности је адекватна комуникација и размена информација (Salas, Prince, Baker, Shrestha, 2015; Stanton, Salmon, Walker, Salas, Hancock, 2017).

Ситуациона свесност се често одређује као способност да се опази, разуме и предвиди ситуација око себе, и кључна је основа за успешно доношење одлука. Ситуациона свесност је опажање срединских елемената у реалном времену и простору, разумевање њиховог значења и пројекција њиховог статуса у блиској будућности. Конструкт ситуационе свесности комбинује три нивоа: 1. перцепцију, 2. разумевање и 3. предвиђање (Endsley, 2000). Основа је динамичког доношења одлука, извршавања команди и контролисања активности, тако да помаже превенцију грешака и унапређује извршавање активности. Ендслејев модел ситуационе свесности (Endsley, 1995) применљив је и за тумачење свесности као важне компетенције комуникационе компетентности, и за тумачење свесности као важне и неопходне компетенције предузетничке компетентности.

Наведене компоненте ситуационе свесности (опажање, разумевање и предвиђање) значајне су и заједничке за процес доношења одлука у предузетничком деловању, и у комуникацији. Опажање је условљено опажањем релевантних информација и то зависи од приступа информацији и препознавању релевантности те информације. Визуализација информације је круцијална у обезбеђивању следећег корака ситуационе свесности. Разумевање релевантних информација је кључно за даље управљање информацијама које зависи од комплетности информација. И, на крају, предвиђање – прикупљене информације и њихово разумевање помажу предвиђању будућних исхода. Комплексан систем чини предвиђање тешким и захтева константну ревалуацију и адаптацију примљених информација, што је кључно у овом моделу. И комуникационо понашање, и предузетничко понашање захтевају висок ниво свесности ради предикције и предузимања одређених акција и понашања.

Комуникационе компетенције предузетника – како их виде истраживачи

Поред тога што је комуникациона компетентност један од кључних система компетенција савременог човека, и очекивани исход свих нивоа образовања, истовремено је и једна од посебних компетентности бројних професија (Вјекић, Вјекић, Златић, 2015; Вјекић et al., 2012; Бјекић и Златић, 2016).

Комуникација је можда најважнији критични квалитет да би неко био успешан предузетник. Интеракција са јавношћу, колегама, особљем и партнерима и инвеститорима треба да буде веома квалитетна да би се постигли пословни успеси. Комуникациона компетентност предузетника, посебно особине и вештине из тог спектра компетенција, често је била предмет истраживања у последње две деценије.

Проучавајући комуникационе вештине предузетника, Улвенблад и сарадници (Ulvenblad, Berggren, Winborg, 2013) утврдили су да су испитаници – предузетници са искуством у предузетништву и са претходним предузетничким образовањем имали развијеније следеће комуникационе компетенције: отвореност, оријентацију ка другима и адаптацију. Предузетници са академским предузетничким образовањем извештавали су о развијенијим комуникационим вештинама на димензијама адаптивност и отвореност, што се објашњава чињеницом да је универзитетско предузетничко образовање било мултидисциплинарно више него класично образовање о пословним вештинама из области маркетинга и финансијске контроле. Такође, резултати показују и да је претходно искуство и пословно ангажовање више повезано са оријентацијом ка другима и са отвореношћу. Практичне обуке у области комуникације у току универзитетског образовања повезане су са већом комуникационом и посредно предузетничком свесношћу. Предузетничко искуство које су имали испитаници позитивно корелира са опстанком започетих предузетничких подухвата јер особе са претходним предузетничким искуством имају боље социјалне мреже, врло су активни у одржавању старих, и вештији у креирању нових социјалних мрежа. Искуснији предузетници су вештији у управљању новинама, посебно у недовољно одређеном контексту и новим функцијама. Према наведеном истраживању, предузетници могу значајно да унапреде своје резултате ако се експлицитно фокусирају на то како комуницирају, и како представљају своје производе и услуге. Висок ниво комуникационих вештина је један од услова за освајање и покретање новог посла (Бјекић и Златић, 2021: 101). Различита истраживања показују да претходно предузетничко образовање има утицаја и на спремност студената да започну сопствени бизнис. А са друге стране, искуство које су имали у започињању новог бизниса допринело је и убрзаном развоју њихових комуникационих вештина (Pitsburg & Core, 2004, наведено у Ulvenblad et al., 2013).

Критички осврт на традиционална схватања предузетничких вештина (Gibb, 2007) доводи до закључака да следеће вештине чине суштину предузетничког деловања и да студенти/ученици треба да их усвоје током образовања:

комуникационе вештине, вештине персуазије/убеђивања, лидерство, вештине преговарања. Комуникационе вештине су важне у свакој фази предузетничког развоја, поготово у раној фази. Боље комуникационе вештине предузетника се одражавају на боље финансијске резултате у пословању, а посебно су издвојене: социјална перцепција, прва импресија, експресивност и изазивање емоција код других, јасно и отворено излагање и социјална прилагодљивост.

И поред детаљне анализе предузетничких и комуникационих компетенција, као и емпиријског истраживања њихове повезаности, Улвенблад и сар. (Ulvenblad et al., 2013), сматрају да ипак још увек нема довољно истраживања о повезаности социјалних и комуникационих вештина и предузетничког понашања. До сличног закључка су дошли и други истраживачи у новијим истраживањима.

Развијене комуникационе компетенције имају утицаја на све друштвене односе предузетника, па и на квалитет њиховог укључивања у тимове и развој предузетничких тимова. Значајно је повећано и интересовање истраживача за тимско предузетништво (Bolzani, Fini, Napolitano, Toschi, 2019). На основу прегледа 250 радова о тимовима у предузетништву (или о предузетничким тимовима), Болцано и сарадници (Bolzani et al., 2019), закључили су да истраживачи овој теми приступају из различитих теоријских перспектива, али су углавном фокусирани на проучавање когнитивних и нормативних карактеристика чланова тимова и на развој тимова, а деле бројне резултате са развијеним пољем истраживања комуникационе компетентности јер је компетентост за тимски рад једна од структурних компоненти комуникационе, као и предузетничке компетентности.

Комуникационе компетенције и предузетничке компетенције захтеване су компетенције и за широко присутна професионалну групу наставника. Вишегодишње проучавање комуникационе компетентности студената – будућих наставника и активних наставника (Вјекић и Златић, 2006; Вјекић, Златић, Војовић, 2010; Вјекић, Златић, Војовић, 2020; Златић и Бјекић, 2015; Златић et al., 2014), допринело је да се издвоје комуникационе компетенције које су код њих развијене, често и образовањем оснажене. Те комуникационе компетенције су непосредно препознатљиве и у успешном деловању предузетника и, посебно, предузетнички оријентисаних особа: висок степен укључености у конверзацију и друге облике социјалне интеракције, сет социјално-емоционалних вештина, интегративни стил решавања конфликта, спремност за тимски рад, континуирана спремност да усавршава своје комуникационе вештине итд. Комуникациона компетентност наставника обухвата знање о одговарајућем и ефективном комуникационом понашању, развој репертоара вештина које обезбеђују ефикасну комуникацију, као и могућност да поступају адекватно и ефикасно у оквиру интеракције (Rubin, 1990; Вјекић, Златић, Војовић, 2020: 24; Rubin, Palmgreen, Sypher, 2004, према: Бјекић и Златић, 2021: 105). Све ове комуникационе компетенције истраживачи виде као важне компетенције за предузетничко деловање (Kokkonen & Koronen, 2020; Modrea, 2012). Опису-

јући наставника који треба да буде и сам предузетнички оријентисан и са развијеним предузетничким компетенцијама, да би могао кроз наставу да утиче на развој предузетничких компетенција својих ученика, издвојене су као посебно важне компетенције које су између комуникационих и предузетничких, или и комуникационе и предузетничке: иновативност, креативност, отвореност, свесност и др. Развијајућим ове компетенције, наставник може и да усмерава развој предузетничке оријентација ученика и да буде модел за успостављање њиховог предузетничког понашања.

ОБРАЗОВНИ ПРИСТУП ПРЕДУЗЕТНИЧКИМ И КОМУНИКАЦИОНИМ КОМПЕТЕНЦИЈАМА

Шта је заједничко за образовни приступ развоју предузетничке компетентности и образовни приступ развоју комуникационе компетентности?

Определиле смо да се фокусирамо на повезаност комуникационе компетентности и предузетничке компетентности (као система предузетничких компетенција за све), водећи рачуна да не изједначавамо пословне компетенције са предузетничким.

Сагледавајући предузетничко образовање као важну компоненту компетенцијског приступа образовању, широко су у предузетничко образовање уклопљене процедуре које усмеравају развој комуникационих вештина (Kakouris et al., 2016, Табела 1, део Вештине – учење вештина), као што су и аналитичари комуникационог образовања (Vangelisti, Daly, Friedrich, 1999), уврстили у моделе и процедуре образовања и процедуре развоја неких предузетничких компетенција у ужем значењу (иницијативности, иновативности, отворености и других).

И даље у документима образовне политике, при планирању предузетничког образовања фокусираног на развој предузетничких компетенција, комуникационе компетенције јесу интегрисане са предузетничким образовањем због њиховог формативног утицаја на саме предузетничке компетенције.

Табела 1. Кључне акције у Предузетничком акционом плану 2020
у образовању и тренинзима

(European Commission, 2013, Kakouris et al., 2016,
наведено у Бјекић и Златић, 2021: 151)

Учење ставова	<p><i>Категорија 1:</i> Самосвест и самопоуздање су предузетнички ставови који конституишу базу за све друге аспекте предузетништва. Подразумевају откривање и поверење у сопствене способности које онда омогућавају појединцима да своје креативне идеје претворе у дело. У многим земљама се ови ставови могу сматрати општеобразовним циљевима.</p> <p><i>Категорија 2:</i> Преузимање иницијативе и ризика, критичко мишљење, креативност и решавање проблема – фундаментални, али и специфични ставови предузетничког селфа.</p>
Учење знања	<p><i>Категорија 1:</i> Знања о могућностима и шансама у каријери и свету рада су исходи учења који нису само непосредно повезани са предузетништвом, већ обично формирају део генералне припреме ученика за њихове будуће изборе у каријери. Међутим, знања о природи посла и различитим типовима рада укључују и разумевање шта то значи бити предузетник. Ова знања такође омогућавају ученицима да одреде и припреме своје место у свету рада са добро развијеном свешћу о шансама и ограничењима.</p> <p><i>Категорија 2:</i> Економска и финансијска писменост обухвата знања о концептима и процесима који се могу применити у предузетништву.</p> <p><i>Категорија 3:</i> Познавање пословног организовања и процеса специфичних у окружењу у коме предузетник често делује.</p>
Учење вештине	<p><i>Категорија 1:</i> Комуникација, вештине презентовања, вештине планирања, као и вештине тимског рада и трансферзалне вештине суштинске за предузетништво.</p> <p><i>Категорија 2:</i> Практично истраживање предузетничких шанси обухвата различите фазе процеса успостављања пословања, укључујући стварање и спровођење пословног плана.</p>

Сагледавањем циљева учења комуникационе компетентности, као и циљева учења предузетништва, заједнички циљеви оба процеса – и комуникационог, и предузетничког образовања – јесу управо развој (предузетничке) иницијативе појединца да на прави начин опажа окружење, да идентификује и користи шансе у право време, да предвиђа исходе својих одлука уз комбинацију ресурса на прави начин (Serbano, 2016: 3).

ЗАВРШНА РАЗМАТРАЊА: ОДНОС КОМУНИКАЦИОНИХ И ПРЕДУЗЕТНИЧКИХ КОМПЕТЕНЦИЈА

Рад прати концепт предузетничких компетенција истраживан разматрајући оба значења овог појма (предузетничке компетенције као каријерно опредељење, али и као компетенцијске компоненте сваког пословања и деловања), са посебном пажњом посвећеном схватању предузетничких компетенција као трансферзалних кључних компетенција јер и комуникационе компетенције припадају истој групи компетенција. Предузетничке компетенције су у актуелне системе образовања интегрисане исто као и комуникационе компетенције, као кључне или међупредметне компетенције чији се развој подстиче у свим наставним предметима и васпитно-образовним активностима у току школовања.

Ова повезаност комуникационе компетентности и предузетничке компетентности јасно усмерава и образовну политику, и њене актере, пре свега наставнике као носиоце система образовања и васпитања (Бјекић и Златић, 2021). Потребно је да интегрисано оснажују компетентност својих ученика, да се ослањају на наставне процедуре развијене за развој комуникационе компетентности, као и утемељено искуство и традицију у подстицању развоја креативности, иновативности, критичког мишљења, проактивности – својстава која се данас разматрају у контексту предузетничког образовања, али су одавно својства ученика које и традиционални и савремени школски системи промовишу, некада у другачијим наставним оквирима.

Литература

- Ardalan, K. & Davis, A. (2006). Community reinvestment act and efficient markets debate: overview. *Proceedings of the Allied Academies International Internet Conference*, 8, 8–11.
- Bacigalupo, M., Kamylyis, P., Punie, Y. & Van den Brande, G. (2016). *Entre Comp: The entrepreneurship competence framework*. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Bjekić, D., Bojović, M., Zlatić, L. & Stanisavljević, M. (2012). Managers' communication competence. *Metalurgia International – domain Management and Marketing*, XVII(7), 239–247.
- Бјекић, Д. и Златић, Л. (2021). *Психологија предузетништва: наставник у фокусу*. Ужице: Педагошки факултет.
- Bjekić, D., Zlatić, L. & Bojović, M. (2010). Izobraževanje komunikacijsko kompetentnega učitelja. *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 25(5), 29–43.
- Bjekić, D., Zlatić, L. & Bojović, M. (2020). Students-teachers' communication competence: basic social communication skills and interaction involvement. *Journal of Educational Sciences and Psychology*, X(LXXII)(1/2020), 24–34.
- Bjekić, M., Bjekić, D. & Zlatić, L. (2015). Communication competence of practicing engineers and engineering students: Education and evaluation. *International Journal of Engineering Education*, 31(1B), 368–376.
- Bolzani, D., Fini, R., Napolitano, S. & Toschi, L. (2019). Entrepreneurial teams: An input-process-outcome framework. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 15(2), 56–258. DOI 10.1561/0300000077.
- Vangelisti, A. L., Daly, J. A. & Friedrich, G. W. (1999). *Teaching Communication: Theory, Research, and Methods*. Mahwah – New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Vannucci, A. & Kras, J. F. (2013). Decision making, situation awareness, and communication skills in the operating room. *International Anesthesiology Clinics*, 51(1), 105–127. DOI 10.1097/AIA.0b013e31827d6470.
- Garcia, G. L. & Stevahn, L. (2020). Situational Awareness and Interpersonal Competence as Evaluator Competencies. *American Journal of Evaluation*, 41(1), 107–124. DOI 10.1177/1098214018814941
- Gibb, A. (1997). Small firms training and competitiveness. *International Small Business Journal*, 15(3), 13–29.
- Gorgievski, M. J. & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of psychological literature and an introduction. *Applied Psychology. Special Issues: Advances in the Psychology of Entrepreneurship*, 65(3), 437–468. DOI 10.1111/apps.12073.

- EU – European Union (2019). *Key competences for lifelong learning*. Publications Office of the European Union
- Златић, Л. и Бјекић, Д. (2015). *Комуникациона компетентност наставника: концептуализација, мерење и развој*. Ужице: Учитељски факултет.
- Zlatić, L., Vjekić, D., Marinković, S. & Vojojić, M. (2014). Development of Teacher Communication Competence. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 116, 606–610.
- Kakouris, A., Dermatis, Z. & Liargovas, P. (2016). Educating potential entrepreneurs under the perspective of Europe 2020 plan. *Business & Entrepreneurship Journal*, 5(1), 7–24.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R. & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: a review a recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356.
- Kokkonen, L. & Koponen, J. (2020). Entrepreneurs’ interpersonal communication competence in networking. *Prologi/puhevi estinnanvuosikirja 2020*, 8–26. DOI 10.3351/prlg.91936.
- Komarkova, I., Gagliardi, D., Conrads, J. & Collado, A. (2015). Entrepreneurship competence: An overview of existing concepts, policies and initiatives. Final Report. JRC Working Papers JRC96531 (Seville site) <https://ideas.repec.org/p/ipt/iptwpa/jrc96531.html>.
- Markowska, M. (2011). *Entrepreneurial competence development: Triggers, Processes & Consequences*. JIBS Dissertation Series No. 071. Jönköping International Business School. Jönköping University.
- Modrea, A. (2012). Approaching communication from an entrepreneurial perspective. *Procedia Economics and Finance*, 3(2012), 1088–1092.
- Morisse, M., Schirmer, I. & Nottmeyer, M. (2018). „Social Blockchain”: Improving situational awareness for open entrepreneurs by designing a bitcoin seismograph. Conference MKWI 2018, Luneburg, Deutschland. Retrieved July 21, 2021. World Wide Web <https://www.researchgate.net/publication/333357058>.
- Rubin, R. B., Palmgreen, P. & Sypher, H. E. (2004). *Communication Research Measures – a sourcebook*. Mahwah – New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Salas, E., Prince, C., Baker, D. P. & Shrestha, L. (1995). Situation awareness in team performance: Implications for measurement and Training. *International Human Factors*, 37(1), 123–136.
- Sanchez Garcia, J. C., Ward, A., Hernandez, B. & Florez, J. L. (2017). Educacion emprendedora: Estudio del arte. (Entrepreneurship education: State of the art). *Propositos y Representaciones*, 5(2), 401–473. DOI 10.20511/pyr2017.v5n2.190.
- Stanton, N. A., Salmon, P. M., Walker, G. H., Salas, E. & Hancock, P. A. (2017). State-of-science: situation awareness in individuals, teams and systems. *Ergonomics*, 60(4), 449–466. DOI 10.1080/00140139.2017.1278796.

- Schillo, S. (2011). Entrepreneurial orientation and company performance: Can the academic literature guide managers? *Technology Innovation Management Review*, November 2011, 20–25.
- Smith, W. & Chimucheka, T. (2014). Entrepreneurship, economic growth and entrepreneurship theories. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(14), 160–168.
- Spitzberg, B. H. & Cupach, W. R. (1989). *Handbook of interpersonal competence research*. NY: Springer Verlag.
- Tajedini, K. & Mueller, S. L. (2009). Entrepreneurial characteristics in Switzerland and UK: A comparative study of technoentrepreneur. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(1), 1–25.
- Tittel, A. & Terzidis, O. (2020). Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences. *Entrepreneurship Education*, 3(2020), 1–35. DOI 10.1007/s41959-019-00021-4.
- Ulvenblad, P., Berggren, E. & Winborg, J. (2013). The role of entrepreneurship education and start-up experience for handling communication and liability of newness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(2), 187–209. DOI 10.1108/13552551311310374.
- Frese, M. & Gielnik, M. M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413–438. DOI 10.1146/annurev-orfpsych-031413-091326.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J. & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psychologist*, 62(6), 575–589. DOI 10.1037/0003-066X.62.6.575.

Lidija Đ. Zlatić

University of Kragujevac, Faculty of Education, Užice

Dragana R. Bjekić

University of Kragujevac, Faculty of Technical Sciences, Čačak

ENTREPRENEURIAL AND COMMUNICATION COMPETENCES: INTERTWINING OF THE TWO CONSTRUCTS

Summary

In the competence framework of the EU's educational policy, entrepreneurial and communication competences have a special place in the development of modern and functional citizenship, and they overlap to a great extent. The paper approaches entrepreneurial competences as transversal competences applicable in all areas of life – a system of competences transferred to different areas of activity. Communication competence is an expected outcome at all levels of education, and the paper highlights key communication competences that are relevant for entrepreneurial behavior as well. In addition to openness, flexibility, and other traits and competences shared by both systems of competences, the paper also underlines the common aspect of communication and entrepreneurial competence – situational awareness that represents the first step in improving communication, whereas entrepreneurial awareness guides adequate decision-making in entrepreneurship. This connection between communication and entrepreneurial competence directs teachers to implement teaching procedures to develop communication competences that, at the same time, contribute to the development of entrepreneurial competence.

Keywords: *communication competence, entrepreneurial competence, situational awareness, educational policy.*