

Vladimir Njegomir^{1*}

UDC 005.511

Pregledni rad

Primljen: 17. 03. 2023.

Prihvaćen: 24. 05. 2023.

DETERMINANTE KOJE OPREDELJUJU ZAPOČINJANJE PREDUZETNIČKOG PODUHVATA²

REZIME: Preduzetništvo predstavlja individualni kretivni kapacitet za identifikovanje mogućnosti i realizaciju korisnih ideja u praksi. Preduzetništvo ima ključnu ulogu u ekonomiji i društvu budući da omogućava ekonomski rast i rešavanje socijalnih pitanja. Može se reći da je preduzetništvo ključni „sastojak“, koji omogućava ne samo unapređenje nacionalnih ekonomija, već i njihovu transformaciju. Imajući u vidu značaj preduzetništva, posebno za zemlje u razvoju i Srbiju, izuzetno je važno proučavanje determinanti koje opredeljuju pojedince za započinjanje preduzetničkog poduhvata. Cilj istraživanja u ovom radu jeste analiza determinanti koje opredeljuju započinjanje preduzetničkog poduhvata. Kako bismo ostvarili postavljeni cilj, u radu analiziramo motive za započinjanje preduzetničkog poduhvata, lične karakteristike preduzetnika, kreativnost i inovativnost, kao i spremnost na prihvatanje rizika, kao determinante preduzetništva.

KLJUČNE REČI: *preduzetništvo, determinante, motivacija, prihvatanje rizika, inovativnost*

^{1*} Redovni profesor, Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, Bul. oslobođenja 76, Novi Sad, email: vnjegomir@sbb.rs

² Rad je nastao u okviru projekta „Izazovi mladih u KOVID-19 i post KOVID-19 periodu: Nasilje ili razvoj društva u duhu preduzetništva“ finansiranog od strane Pokrajinskog sekretarijata za visoko obrazovanje i naučnoistraživačku delatnost, broj: 142-451-2587/2021.

1. Uvod

Od prvog teorijskog pominjanja preduzetništva u delu Kantaljona (1755) do danas nastao je veliki broj različitih određenja ovog pojma. Za sva određenja, pojam preduzetništva, kao i svih aktivnosti u vezi sa realizacijom novih komercijalnih ideja, uobičajeno se povezuje sa realizacijom novih poslovnih poduhvata, tj. pokretanjem novih preduzetničkih kompanija. Takođe, preduzetništvo se odnosi i na unapređenja postojećih poslovnih poduhvata. Među najpoznatijim kompanijama koje primenjuju interno ili korporativno preduzetništvo su *Epl*, *Ama-zon*, *Fejsbuk* ili *Gugl* i one se smatraju preduzetničkim zbog proaktivnosti, inovativnosti i spremnosti na prihvatanje rizika. Preduzetništvo, u suštini, predstavlja identifikovanje mogućnosti i realizaciju korisnih ideja u praksi (Acs, 2008; Ireland & Webb, 2007). Zadaci koje zahteva ovakvo ponašanje mogu biti ispunjeni ili individualno ili grupno i obično zahtevaju kreativnost, preduzimljivost i spremnost za preuzimanje rizika.

Značaj preduzetništva za ekonomiju i društvo prvi je potvrdio ekonomski teoretičar Šumpeter još 1934. godine. Šumpeter je u delu *Teorija ekonomskog razvoja* ukazao da preduzetništvo stvara nove proizvode i tehnologije koje postojeće čine zastarelim (Schumpeter, 1934). Preduzetništvo je ključni „sastojak“, koji omogućava ne samo unapređenje nacionalnih ekonomija, već i njihovu transformaciju (Demko-Rihter & Njegomir, 2014). Preduzetništvo doprinosi ekonomskom rastu i razvoju preko povećanja bruto domaćeg proizvoda (BDP), podizanja životnog standarda, ekonomske nezavisnosti, podstičuće uloge za velika preduzeća, stvaranja radnih mesta, podrške formiranju kapitala, eliminacije siromaštva i razvoja čitavog društva.

Preduzetništvo predstavlja više od 99% svih preduzeća u zemljama Evropske unije, koja zapošljavaju između 50% i 85% ukupne radne snage i doprinose stvaranju 50–70% BDP-a u proseku (SME Performance Review, 2021). Iako je učinjen značajan napredak, u Srbiji su rezultati u pogledu razvoja preduzetništva još uvek neadekvatni.

U Srbiji, prema podacima Agencije za privredne registre (2023), trenutno posluje više od 300.000 preduzetnika, što čini skoro 65% ukupnog broja preduzeća – znatno manje nego u zemljama Evropske

unije. Prema izveštaju Republičkog zavoda za statistiku iz 2022. godine (RZS, 2022), krajem 2020. godine ukupan broj preduzetnika u Srbiji bio je 298.279. U preduzetničkim firmama bilo je zaposleno 272.446 radnika, vrednost prometa je iznosila 1.565.289 miliona dinara, a bruto dodata vrednost je iznosila 416.499 miliona dinara. Broj preduzetnika izvoznika (3240) bio je manji od broja preduzetnika uvoznika (4073), a vrednost izvoza preduzetnika (19.737 miliona dinara) bila je manja od vrednosti uvoza (23.659 miliona dinara).

Na ograničavajuće uslove za razvoj preduzetništva ukazuje *Legatum indeks prosperiteta* (Legatum Index, 2023). Ovaj indeks pokazuje da je Srbija, prema uslovima za razvoj preduzetništva, u 2023. godini na 52. mestu u svetu, što je značajan porast sa 66. mesta tokom 2013. godine. Prema poslednjem raspoloživom Indeksu globalne konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma, Srbija je 2019. godine rangirana na 72. mestu i to je za sedam mesta niže u odnosu na 2018. godinu (Global Competitiveness Report, 2019). Međutim, na *Doing Business* listi Svetske banke iz 2020. godine, poslednjoj raspoloživoj, od ukupno rangiranih 190 zemalja, Srbija je napredovala za četiri pozicije u odnosu na 2019. godinu i nalazi se na 44. mestu (Doing Business, 2020).

Preduzetnici i mala i srednja preduzeća imaju ključnu ulogu u društvu, s obzirom da omogućavaju ekonomski rast i rešavanje socijalnih pitanja. U interesu je čitave nacije da se podržava osnivanje, opstanak i razvoj preduzetnika, malih i srednjih preduzeća. Njihova uloga, kao zdravog i dinamičnog dela privrede, ključna je u uslovima kriza i nezaposlenosti, budući da oni dovode do povećanja zaposlenosti, razvoja inovacija, predstavljaju značajan izvor poreskih prihoda i kreiranja socijalnog blagostanja i socijalne kohezije kroz rešavanje socijalnih pitanja. Osim nacionalnom, oni daju podršku i lokalnom razvoju, kao i podršku uspešnijem radu velikih preduzeća.

Imajući u vidu značaj preduzetništva, posebno za zemlje u razvoju poput Srbije i zemlje kojima je neophodan interni podsticaj za ubrzaniji ekonomski razvoj, izuzetno je značajno proučavanje determinanti koje opredeljuju pojedince za započinjanje preduzetničkog poduhvata. Cilj istraživanja u ovom radu jeste analiza determinanti koje opredeljuju započinjanje preduzetničkog poduhvata. Kako bismo ostvarili postavljeni

cilj, u radu analiziramo motive za započinjanje preduzetničkog poduhvata, karakteristike preduzetnika, kreativnost i inovativnost preduzetnika i spremnost na prihvatanje rizika kao determinante preduzetništva.

2. Karakteristike preduzetnika

Započinjanje i uspeh u preduzetničkom poduhvatu zavise od brojnih faktora. Faktori koji opredeljuju pojedince u pravcu osnivanja preduzetničkih poduhvata uključuju makroekonomske uslove, regionalne uslove, motivaciju, kreativnost, inovativnost, spremnost na prihvatanje rizika, individualne karakteristike pojedinaca, demografske faktore, obrazovanje i radno iskustvo. Značaj pojedinih faktora zavisi od pristupa sagledavanja, pri čemu se razlikuju pristup individualnog nivoa i pristup regionalnog i makroekonomskog nivoa. Takođe, postoje razlike u zavisnosti od polazišta sa kog se preduzetništvo ispituje, uključujući ali ne i ograničavajući na ekonomska, psihološka i tehnička polazišta. U slučaju ekonomskog gledišta, postoji razvoj misli u pogledu značaja pojedinih aspekata preduzetnika na individualnom nivou, u smislu zasnivanja preduzetničkog poduhvata i uopšte poslovanja u vidu poslovne firme. Istorijski pregled daje Parker (2018), koji ukazuje na različita tumačenja značaja od kreativnog rušioca, prihvatioca rizika do modernog posmatranja, gde su doprinosi ekonomske literature o determinantama preduzetništva na individualnom nivou obično uokvireni u vidu modela izbora između preduzetništva i plaćenog radnog odnosa (zaposlenja). Takođe, doprinosi, generalno svrstani u „moderno posmatranje“, vremenski posle 1978. godine (Parker, 2018) imaju tendenciju da se manje bave pitanjima definicije preduzetništva i obično posmatraju preduzetništvo kao svaku aktivnost u kojoj pojedinci rade za sebe i razmenjuju određeni rizik za određeni nivo povraćaja, odričući se relativno sigurnih prinosa u drugom zanimanju.

Kada je reč o ličnim karakteristikama koje utiču na pojedince da postanu preduzetnici, mora se govoriti o velikom broju različitih faktora zbog čega je veoma teško sve eksplicitno nabrojati, s ozbirom da uvek postoji opasnost da se neka osobina nepravедно izostavi. Suština preduzetništva jeste pronalaženje ideja koje se mogu realizovati, tj. koje

predstavljaju tržišne mogućnosti, a lične karakteristike preduzetnika moraju biti u funkciji omogućavanja uspešne realizacije čitavog toka preduzetničkog procesa.

Parker (2018), sumirajući brojna istraživanja fenomena preduzetništva, navodi da na individualnom nivou determinante preduzetništva uključuju:

- 1) finansijske i nefinansijske podsticaje (ostvarenje profita, zadovoljstvo poslom, želja za nezavisnošću);
- 2) ljudski kapital (godište, iskustvo, formalno obrazovanje, obrazovanje iz preduzetništva);
- 3) društveni kapital, poslovne mreže i preduzetničke timove;
- 4) stavove o riziku, preveliki optimizam i druge psihološke osobine;
- 5) bračni status, zdravstvene i industrijske faktore;
- 6) porodicu iz koje potiče pojedinac;
- 7) razliku između pojedinca koji razmišlja da se bavi preduzetništvom i pojedinca koji je pokrenuo jedan ili više paralelnih preduzetničkih poduhvata;
- 8) karakteristike postojeće firme.

Penezić (2003) navodi sledeće osnovne karakteristike preduzetnika:

- 1) viziju, kao globalnu predstavu gde u svom biznisu želi da bude u sledećem periodu;
- 2) potpunu posvećenost, odlučnost i upornost da kada načini grešku i uvidi je krene iznova. Potencijalni preduzetnici moraju biti dovoljno racionalni da očekuju određene poteškoće i često naizgled nerešive probleme. I kada se takve situacije pojave, oni ne smeju biti razočarani i obeshrabreni, već svaku grešku ili neuspeh moraju posmatrati kao novo iskustvo i priliku za učenje;
- 3) samopouzdanje kao osećaj o sebi, o svojim vrednostima i sposobnostima;
- 4) optimizam – preduzetnici su po svojoj prirodi optimisti. Kada započnu neki posao, očekuju da će u njemu i uspeti. Optimizam, sam po sebi, nije dovoljan. Preduzetnici postavljaju cilj, veruju da će uspeti i preduzimaju sve da bi se to zaista i dogodilo;

- 5) inovativnost i kreativnost, ali ne kao pronalazač u tradicionalnom smislu, već kao neko ko može da osvoji deo tržišta koji je često nevidljiv za druge;
- 6) orijentisanost ka rezultatima ili sposobnost da se definišu ciljevi i uživa u njihovom ostvarenju;
- 7) sposobnost preuzimanja rizika, s obzirom da započinjanje sopstvenog biznisa uključuje rizike koje je potrebno pažljivo proceniti. Takođe, neophodno je adekvatno upravljanje rizicima.

Parker (2018) navodi da su najvažnije determinante preduzetništva godine starosti, iskustvo na tržištu rada, bračni status i činjenica da li je roditelj bio preduzetnik. Viši nivo rizika ima negativan efekat na započinjanje preduzetničkog poduhvata, iako tržišni rizik i stavovi prema riziku nisu adekvatno kvantifikovani. Parker (2018) smatra da psihološki faktori razlikovanja nemaju značajnijeg efekta, budući da samopouzdanje i odlučnost pogoduju uspehu u preduzetništvu, ali su verovatno produktivni i u drugim zanimanjima. Smatramo, međutim, da su izuzetno korisna interdisciplinarna istraživanja preduzetništva, u kojima značajnu ulogu ima analiza determinanti, posebno sa ekonomskog i psihološkog aspekta. Kada je reč o ljudskom kapitalu, Parker (2018) smatra da se neadekvatno kvantifikovao u prethodnim istraživanjima, a da društveni kapital ima potencijal, ali se nije istraživao u dovoljnoj meri, te naglašava da umesto traganja za pojedinačnim determinantama preduzetništva treba tragati za faktorima uspeha u preduzetništvu, kao i uslovima pod kojima se tim faktorima daje najslobodnija volja.

Harvardska poslovna škola (HBS, 2020) navodi da, uprkos činjenici da ne postoji jedinstven profil koji bi opisivao svakog preduzetnika, postoji jedanaest karakteristika koje dele uspešni preduzetnici:

- 1) *radoznalost* – uspešni preduzetnici imaju osećaj radoznalosti, koji ih vodi ka stalnom traganju za novim mogućnostima;
- 2) *strukturirano eksperimentisanje* – kako nove prilike nastaju, zahvaljujući radoznalosti, preduzetnici moraju da sprovedu istraživanja tržišta i pokreću testove da bi utvrdili da li identifikovane prilike vredi realizovati;

- 3) *adaptibilnost* – budući da se poslovne prilike konstantno menjaju, uspešni preduzetnici moraju da znaju kako da procene situacije i da se prilagode kako bi njihovo poslovanje moglo da se nastavi bez prekida;
- 4) *odlučnost* – ne znači imati sve odgovore, već imati samopouzdanje za donošenje izazovnih i teških odluka i za njihovo sprovođenje, ali ukoliko ishodi nisu povoljni, donošenje odluka o korektivnim akcijama je takođe značajno;
- 5) *samopouzdanje* – pokazivanje nedostatka samopouzdanja može da odvraća investitore ili navede kupce da preispitaju svoje odluke o kupovini;
- 6) *timski rad* – svaki uspešan preduzetnik je svestan svojih prednosti i mana, a u većini slučajeva uspeh preduzetničkog poslovanja se bazira na preduzetničkom timu, a ne na pojedincu;
- 7) *tolerancija na rizik* – uspešni preduzetnici aktivno prihvataju određeni nivo rizika u cilju ostvarenja uspeha, ali i preduzimaju korake da minimiziraju šanse za neuspeh;
- 8) *spremnost na neuspeh* – uspešni preduzetnici se pripremaju za moguć neuspeh, ali čine sve da ostvare uspeh u poslovanju;
- 9) *upornost*;
- 10) *inovativnost* i
- 11) *dugoročni fokus*.

Beringer i Ireland (2012) navode sledeće karakteristike uspešnih preduzetnika:

- 1) strast za poslovanje,
- 2) fokus na proizvode i potrošače,
- 3) istrajnost uprkos neuspehu i
- 4) inteligencija izvršenja (sposobnost transformacije ideje u održivo poslovanje).

Pored ličnih osobina, značajni su i obrazovanje, radno iskustvo i demografske karakteristike preduzetnika. Stepenn obrazovanja pre-

duzetnika je izuzetno značajan faktor, s obzirom da su preduzetnici u proseku obrazovaniji od opšte populacije (Hisrich, Peters & Shepherd, 2008). Preduzetničko obrazovanje, ali i razvoj preduzetničke orijentacije (Franceško, Njegomir, & Živković, 2018) izuzetno su značajni za način rešavanja problema sa kojima se preduzetnici susreću u poslovanju. Radno iskustvo, s jedne strane, može uticati negativno, a sa druge strane pozitivno na donošenje odluke o pokretanju novog preduzetničkog poduhvata, što zavisi od prethodnog iskustva koje uključuje frustraciju i dosadu, ali i unapređenja, ali nakon pokretanja preduzetničkog poduhvata radno iskustvo ima značajnu pozitivnu ulogu u rastu i ostvarenju uspeha.

Demografski faktori preduzetništva odnose se na faktore, kao što su: pol, starost, etnička pripadnost ili versko opredeljenje. Svaki od ovih faktora ima dodatne elemente na osnovu kojih se utvrđuju faktori uspešnosti preduzetnika.

Dosadašnja praksa preduzetništva pokazuje dominaciju muškaraca mlađeg do srednjeg godišta. Preduzetnički barometar – studija kompanije *Ernst & Young* – ukazuje da je među preduzetnicima u Srbiji 76% muškaraca i 24% žena (EY, 2023). U analizi Agencije za privredne registre (APR, 2023), struktura na dan 1. mart 2023. godine nešto je drugačija, ali takođe pokazuje znatno veće učešće muškaraca preduzetnika (66,3%) u odnosu na učešće žena (33,7%). U Srbiji ima najviše visoko-obrazovanih osnivača preduzetničkih fimi – 72% sa visokom školom od najmanje tri godine, 12% sa višom školom, dok ih je sa srednjom školom 16% (EY, 2023).

U novije vreme, znatno se menja tradicionalna demografska struktura preduzetnika, pri čemu je, na primer, u SAD, ali i u Srbiji, evidentan rast učešća žena i starijih i mlađih ljudi u preduzetništvu.

3. Motivi koji opredeljuju započinjanje preduzetničkog poduhvata

U prethodnom izlaganju navedeni su faktori preduzetnika koji su bitni za započinjanje preduzetničkog poduhvata, ali nisu i jedini. Osim ličnih karakteristika, na opredeljenje za započinjanje preduzetničkog

poduhvata utiču i društveni faktori i faktori iz prirodnog okruženja. Iako su za započinjanje preduzetničkog poduhvata i uspeh u poslovanju neophodni strast, naporan rad i organizacija sopstvenog posla i čitave firme (ME, 2023), smatramo da su tri faktora ključna: motivacija koja pokreće preduzetnike na realizaciju poduhvata, inovativnost i spremnost na prihvatanje rizika.

Bez postojanja motivacije, preduzetnici se ne bi ni odlučili da traga-ju za mogućnostima koje nudi preduzetništvo. Preduzetnička motivaci-ja aktivira i motiviše preduzetnika da uloži veći nivo napora za postiza-nje ciljeva, što implicira da će motivisani preduzetnik biti spreman da uloži napor da bi ostvario postavljeni cilj. Ograničenja koja preduzetnici moraju biti spremni da prebrode uključuju mogućnost poslovnog neuspeha, brojne prepreke, izolaciju i usamljenost, finansijsku nesigurnost, veliki broj radnih sati, često i više od dvanest, i više sati dnevnog an-gažovanja, kao i zategnute lične veze uprkos postojanju snažne podrške porodice i prijatelja (Mariotti & Glackin, 2016).

Podsticaji koji obično vode ka ostvarenju preduzetničkih ideja i po-kretanju preduzetničkih poduhvata uključuju ostvarenje slobode, zara-de, uticaja, kontrole i kreativnosti (Chrisos, 2023).

Međutim, u zemljama poput Srbije, u uslovima gubitka posla, ne-postojanja mogućnosti za zaposlenje ili ograničenih mogućnosti za za-poslenje usled nepostojanja veština i obrazovanja koje tržište traži, izlaz se nalazi u samozapošljavanju. Naime, u sveobuhvatnom istraživanju stavova o preduzetništvu u Srbiji čak 80% ispitanika preduzetništvo vidi kao način zaposlenja, dok preduzetništvo kao vid bavljenja poslom is-ključivo radi preživljavanja vidi čak 65% ispitanika (CEVES, 2014).

Kod nekih ljudi pokretanje ideja predstavlja slobodan izbor, a u ne-kim slučajevima je prisutno osećanje da će celoga života žaliti ako ne pokušaju (MakKormak, 1993), što takođe spada u motivacioni faktor započinjanja preduzetničkih poduhvata. Su i saradnici (2020) zaključili su da pozitivne emocije značajno mogu da utiču na preduzetničku motivaciju i preduzetnički proces. Takođe, istraživanja (Bartha, Gubik, & Bereczk, 2019) su utvrdila da društvena misija značajno utiče na pre-duzetničku motivaciju u zemljama centralne i istočne Evrope. Hemert i saradnici (2019) ukazali su da preduzetnička motivacija pozitivno utiče na preduzeća.

Penezić (2003) navodi četiri ključna motiva na koja ukazuju mnoga istraživanja, kao i uvid u poslovnu praksu, i to:

- 1) dramatične promene u porodičnoj i/ili ličnoj situaciji (gubitak posla, izbeglištvo, razvod...);
- 2) dostupnost izvora za pokretanje biznisa (ideje, novac...);
- 3) proverene preduzetničke sposobnosti;
- 4) primeri drugih preduzetnika koji su postigli uspeh.

Želja za ostvarenjem profitabilnosti može se sagledati kao jedan od ključnih faktora za započinjanje preduzetničkog poduhvata u zemljama u razvoju ili u uslovima kada se preduzetnički poduhvat pokreće kao opcija samozapošljavanja, a ne iskorišćavanja ideja u praksi. Novac, međutim, najčešće nije dovoljan motivacioni faktor za započinjanje preduzetničkog poduhvata (Mariotti & Glackin, 2016). Obično se motivi povezuju sa vrednostima, kao što su: kontrola, ispunjenje, nezavisnost, samopouzdanje, vlasništvo, finansijska nadoknada u vidu prihoda i bogatstva, kontrola radnih uslova, kao i doprinos društvu (Mariotti & Glackin, 2016).

U istraživanjima se izdvajaju tri ključna motiva, koja opredeljuju pojedince da postanu preduzetnici i započnu preduzetnički poduhvat: 1) težnja da budu sami vlasnici poslovanja (*sam svoj gazda*), 2) ostvarenje sopstvenih ideja i 3) ostvarenje profita.

Biti *sam svoj gazda* težnja je velikog broja preduzetnika. U Srbiji je čak 81% (CEVES, 2014) onih koji teže ka samostalnosti, koji ne priznaju autoritet i koji osećaju frustraciju povodom mogućeg zaposlenja u organizacijama u kojima im organizaciona struktura nameće pravila ponašanja, ali i ograničenja za sopstveno ispoljavanje, napredovanje i ostvarenje ličnih i profesionalnih ciljeva.

Realizacija sopstvenih ideja veoma je značajan pokretač preduzetničkog poduhvata (Chrisos, 2023). Veliki broj ljudi, prirodno, teži ka realizaciji ideja. Kompanija „Gugl“ (Google) tipičan je primer kompanije koja podstiče kreativnost i preduzimljivost među svojim zaposlenima kroz valorizaciju njihovog kreativnog i preduzetničkog rada. U brojnim drugim velikim kompanijama postoje mehanizmi za podsticanje korporativnog preduzetništva. Međutim, kada ovi mehanizmi izostanu, pojedinci biraju napuštanje kompanije i pokretanje preduzetničkog poduhvata.

Ostvarenje finansijskih rezultata, tj. profita sekundarni je cilj u odnosu na prethodne, izuzev u Srbiji (CEVES, 2014), u kojoj se preduzetništvo vidi kao: način zaposlenja (80% ispitanika), oblik preživljavanja (65% ispitanika) ili način za bogaćenje (52% ispitanika). Osnovna namera ostvarenja ovog cilja jeste finansijska nezavisnost. Ostvarenje profita i konstantno povećanje vrednosti kompanije je u određenim situacijama ključni cilj poslovanja. Česte su, međutim, i situacije u kojima je ostvarenje finansijskih rezultata u drugom planu, a težnja za realizacijom sopstvene ideje i vezanost za nju znatno jača od potencijalne finansijske satisfakcije.

S obzirom na postojanje brojnih ograničenja koja preduzetnici moraju prebroditi u preduzetničkom poslovanju, moguće je da u toku poslovanja izgube motivaciju. Postoji nekoliko modela koji mogu obezbediti održavanje motivacije uprkos izazovima. Oni uključuju (Newlands, 2017): 1) postavljanje ličnih ciljeva, 2) iskorišćavanje trijumfalnih preduzetničkih priča, 3) povezivanje sa drugim preduzetnicima koji uče o izazovima preduzetništva, 4) održavanje zdravlja, 5) pravljenje jutarnje rutine, 6) postavljanje podsetnika za sebe, 7) uključivanje u motivacione aktivnosti, 8) dobro noćno spavanje, 9) vežbanje izazova s najbližima i 10) sopstveno nagrađivanje.

4. Inovativnost

Inovacije su imale ključni značaj tokom čitave ljudske istorije. Inovacije, kao što su vatra, točak, poljoprivreda, irigacioni sistemi, upotreba metala, pisanje i sl. (Njegomir & Demko-Rihter, 2013) određivale su pravac istorije. Bez inovacija čovek nikada ne bi mogao da računa, piše, plovi, vozi, trguje ili unapređuje sopstveno blagostanje. Istraživanja ukazuju da je uspeh u Japanu ostvaren zahvaljujući sposobnostima kompanija, odnosno preduzetnika da kreiraju novo znanje, da ga šire kroz organizacije i uključuju u proizvode, usluge i sisteme (Nonaka & Takeuchi, 1995). Nažalost, u Srbiji nije dovoljno razvijena inovativnost. Na nedovoljnost inovacija u Srbiji ukazuje Globalni indeks inovacija (Dutta et al., 2022) za 2022. godinu u okviru kog je Srbija na 55. mestu u svetu. Navedeno implicira neophodnost stimulanja inovacija, posebno poslovno sprovedljivih inovacija.

Preduzetnici su centralni akteri inovativnih promena i poremećaja (Parker, 2018). Povećavanjem obima proizvodnje i unapređenjem konkurentnosti, inovativni preduzetnici otvaraju mogućnosti za dalju trgovinu i specijalizaciju, čiji su ishodi veća produktivnost, životni standard i ekonomski rast (Campbell, 2009).

Smatra se da je ključna osobina preduzetnika, koja dovodi do preduzetničkih inovacija, njihova kreativnost. Kreativnost je: sposobnost sagledavanja sveta na nove načine, pronalaženje skrivenih obrazaca, uspostavljanje veze između naizgled različitih stvari i stvaranja novih ideja (Kaur, 2022). U kontekstu preduzetništva, kreativnost podrazumeva sposobnost stvaranja novih ideja i rešenja problema potrošača sa identifikovanog ciljnog tržišta. S druge strane, preduzetnička inovativnost predstavlja sposobnost realizacije ideja u praksi. Preduzetničke inovacije se odnose na stvaranje novih proizvoda ili usluga, poboljšanje procesa ili pronalaženje novih tržišta za postojeće proizvode ili usluge (Kaur, 2022).

Kreativnost zavisi od intuicije i podsvesti, kao i od formiranja perspektive koja čini ključnu komponentu kreativnosti (Barnard & Herbst, 2019). Barnard i Herbst (2008) su proučavali različite pristupe formalnog i poluformalnog procesa kreativnosti. Oni su, takođe, naglašavali da je kreativnost bitna za inovacije, te time i za preduzetništvo, međutim, s obzirom na brojne faktore koji utiču na ostvarenje preduzetničkog poduhvata, kreativnost nije dovoljan faktor za uspeh u preduzetničkim naporima bez kombinovanja sa opštim poslovnim smislom ili oštromnošću kako bi se ostvario uspeh inovativnog procesa.

Kreativnost pomaže u unapređenju postojeće poslovne prakse, dok inovacije stvaraju procese koji pretvaraju pronalazak ili inovativnu ideju u proizvod ili uslugu koji će biti utrživi (Mazla et al., 2019). Preduzetnici su sanjari, vizionari, ljudi puni energije okrenuti ka budućnosti i skloni prihvatanju rizika. Preduzetnici imaju potrebu za promenom i kontrolom nad ljudima i događajima kako bi se mogli koncentrisati na budućnost. Preduzetnik je inovator, veliki strateg, stvaralac novih metoda za probijanje na nova tržišta ili stvaranje novih, div koji utiče na ceo svet, kao što su to Henri Ford, Tom Votson iz *IBM-a* ili Rej Krok iz „Makdonalda“ (Gerber, 2010).

Danas su inovacije, zajedno sa preduzetništvom, ključni pokretač konkurentnosti, ekonomskog rasta i prosperiteta. Novo znanje može generisati rast samo kroz transformaciju putem preduzetništva u inovacije. Preduzetnici su pokretači inovacija. Pri tome, preduzetnici ne moraju biti inovatori, ali moraju da imaju sposobnost da prepoznaju tržišno sprovodljive ideje i da, u cilju praktične realizacije određene inovacije, alociraju potrebne resurse. Prema Drakeru (1985), preduzetnik: 1) traži promene, 2) odgovara na njih i 3) koristi ih kao mogućnosti.

Inovacije su značajan element preduzetništva u svim delatnostima. U osiguranju, na primer, pronalazak mikroosiguranja omogućio je da siromašniji građani i privrednici budu obuhvaćeni osiguravajućim pokrivenjem, a pojava partnerstava javnog i privatnog sektora u osiguranju omogućila je obezbeđenje kapitala za pokriće rizika sa katastrofalnim posledicama (Njegomir & Marović, 2013). Inovacije su postale značajne zbog sve većih zahteva potrošača i sve izraženije konkurencije. Naime, inovacije su ključni pokretač konkurentnosti, ekonomskog rasta i prosperiteta (Chandra et al., 2009). Takođe, inovacije su ključna determinanta produktivnosti i njenog rasta u organizacijama, sektorima, regionima i državama, a posebno su značajne za kompanije koje svoje poslovanje ostvaruju globalno. Iako su se inovacije uglavnom realizovale u velikim kompanijama tokom XX veka, praktično iskustvo pokazuje da su upravo mala i srednja preduzeća inicirala većinu radikalnih inovacija krajem XX i tokom prve dve decenije XXI veka.

Inovacije u preduzetništvu ne podrazumevaju uvek stvaranje apsolutno novog proizvoda, usluge ili načina poslovanja. Takođe, inovacije se ne moraju zasnivati isključivo na naučnim ili tehnološkim pronalascima. Komercijalna otkrića, uključujući nove poslovne modele, takođe predstavljaju inovacije u preduzetništvu (Spulber, 2014). Naime, pod inovacijama se (od latinske reči *innovare*) podrazumeva obnavljanje, restauriranje. Suštinski, inovacije podrazumevaju uvođenje novog ili različitog. Stoga, u preduzetništvu, osim stvaranja potpuno novih ideja i njihove realizacije, postoje i kreativne imitacije, fokusiranje na tržišne niše i strategije stvaranja klijenata. Preduzetničke inovacije se, u zavisnosti od stepena novine, dele na: 1) inkrementalne inovacije, gde se unapređuju samo određeni aspekti (na primer tehnološki ili marketinški), 2) tržišna unapređenja koja obuhvataju unapređenja u primeni,

povećanje zadovoljstva potrošača i snižavanje troškova potrošačima, 3) tehnološka unapređenja koja se ne prenose na potrošača i 4) radikalne inovacije, koje predstavljaju rezultat unapređenja u tehnologiji i korisnosti za potrošače.

Prema predmetu inoviranja, inovacije se klasifikuju na: proizvodne, procesne, organizacione i marketinške (Oslo Manual, 2015; Pain, 2011; Allen & Yago 2010). Proizvodne inovacije podrazumevaju uvođenje novih ili značajno unapređenih proizvoda ili usluga, koje unapređuju asortiman i kvalitet trenutne ponude. Procesne inovacije predstavljaju uvođenje novih ili značajno unapređenih procesa proizvodnje ili isporuke proizvoda i usluga. Organizacione inovacije predstavljaju implementaciju novih organizacionih metoda u poslovne prakse organizacija. Marketing inovacije predstavljaju implementaciju novih marketinških metoda, uključujući značajne promene u dizajnu ili pakovanju proizvoda, distribuciji proizvoda, promociji ili određivanju cena.

Mariotti & Glackin (2016) osnovu preduzetništva i vide u inovacijama, u smislu da preduzetnici prepoznaju prilike gde ostali ljudi vide samo probleme. Brojne značajne kompanije su nastale upravo od dobrog preduzetničkog uočavanja problema. Kao jednu od inovativnih preduzetničkih kompanija, ovi autori (2016) navode primer preduzetnice Anite Rodik koja je usled nezadovoljstva zbog plaćanja nepotrebnih parfema i otmenih pakovanja osnovala *The Body Shop International* u uverenju da se i druge žene osećaju isto. Inovativni preduzetnici moraju da vežbaju način prepoznavanja ideja i da uključuju maštu.

U prepoznavanju mogućnosti, ključno je identifikovati proizvode i usluge koji su potrebni ljudima i koje oni hoće da plate, a ne proizvode i usluge koje preduzetnik želi da proizvodi i prodaje. Mogućnost mora imati četiri ključna kvaliteta: 1) atraktivnost za potrošače, 2) trajnost, 3) vremensku podesnost i 4) ugrađenost u proizvod, uslugu ili poslovanje koje kreira ili dodaje vrednost za kupce i krajnje korisnike (Hayton, Chandler, & DeTienne, 2011). Slično određenje ranije je dao Timons (1999), po kome mogućnost mora biti: 1) atraktivna za kupce, 2) mora biti primenljiva u poslovnom okruženju, 3) može se izvršiti u definisanom prozoru mogućnosti i 4) može biti implementirana s pravim timom kako bi bila održiva.

Osim vežbanja kreativnosti, Harvardska poslovna škola (HBS, 2020) identifikovala je nekoliko veština koje su neophodne kod preduzetnika da bi bili inovativni: 1) bazične finansijske veštine, 2) veštine umrežavanja, 3) sposobnost prihvatanja i delovanja na osnovu povratnih informacija, 4) prepoznavanje obrazaca u podacima, tržišnim trendovima i ponašanju potrošača, 5) strateško razmišljanje koje obuhvata analitičke, komunikacione i veštine rešavanja problema i planiranja, 6) veštine pregovaranja i 7) napredno razmišljanje o inteligenciji, sposobnostima i talentima.

5. Spremnost na prihvatanje rizika

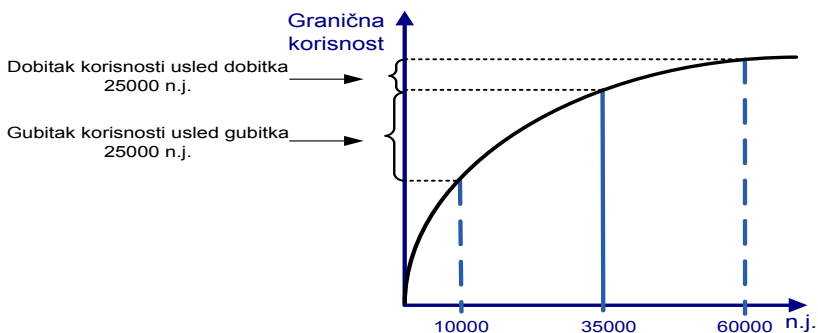
Rizik je pratio civilizacijski razvoj od prvobitne zajednice do današnjih dana. Zahvaljujući ekonomskom razvoju, tehničkom i tehnološkom napretku, razvoju medicine, globalizaciji poslovanja, povećavanju broja stanovnika i ekonomskih vrednosti, pojedinci, privredni subjekti i čitavo društvo danas su izloženi rizicima više nego ikada (Njegomir, 2011a). Doajeni ekonomske misli, Samjuelson i Nordhaus (2009) naglašavaju da je ekonomski život rizičan posao. Iako postoje različita određenja pojma rizika, smatramo da je najbolja definicija, prema kojoj, *rizik predstavlja kombinaciju verovatnoće događaja i njegovih posledica* (ISO, 2002).

Značaj spremnosti na prihvatanje rizika prvi je uočio Rišar Kantaljona davne 1755. godine. Kantaljona (1755) je naglasio važnost preduzetnika, kao arbitražera ili špekulanta koji sprovodi sve razmene i snosi rizik kao rezultat kupovine po određenim i prodaje po neizvesnim cenama. Najt (1921) indirektno ukazuje na značaj prihvatanja rizika. Bruk (2010) je citirao kasniji članak Najta iz 1942. godine u kome su opisane profitabilne mogućnosti za preduzetnike generisane heterogenim subjektivnim očekivanjima koja nastaju u uslovima nepotpunih informacija. Kanbur (1979) i Kilstrom i Lafont (1979) ukazuju na značaj stepena averzije prema riziku, u smislu da pojedinci koji imaju averziju prema riziku biraju plaćeno zapošljavanje, dok pojedinci tolerantniji na rizik postaju preduzetnici. Baluku i saradnici (2020) su istraživali averziju prema riziku, preduzetnički stav i namere na uzorku od 573 studenata završne godine studija, a posebno status zaposlenja učesnika studije nakon šest do dvadeset četiri meseca od diplomiranja. Ovim

istraživanjem je utvrđeno da postoji negativan efekat averzije prema riziku na opšti preduzetnički stav i na preduzetničku nameru. U radu De Blasija i saradnika (2018) istraživao se uticaj stavova o riziku na odluke o započinjanju preduzetničkog poduhvata. Koristeći prethodna istraživanja prihoda i bogatstva domaćinstava, koje je sprovodila Banka Italije, autori su došli do saznanja da pojedinci koji su doživeli zemljotres imaju znatno veću averziju prema riziku, a istovremeno su utvrdili da povećanje averzije u odnosu na rizik ima značajan negativan uticaj na verovatnoću da ispitani postanu preduzetnici, odnosno da započnu preduzetnički poduhvat. Takođe, istraživanja ukazuju da je averzija prema riziku korisna u donošenju odluka i radnji vezanih za osnivanje preduzetničkog poduhvata (Brandstätter, 2011; Obschonka & Stuetzer, 2017).

Ekonomsko objašnjenje načina na koji ljudi reaguju na rizik i nezvesnost polazi od koncepcije opadajuće marginalne korisnosti dohotka, koja se suštinski izjednačava sa rizikom (Njegomir, 2011b). Naime, u zavisnosti od spremnosti na prihvatanje rizika, prema ekonomskoj teoriji, moguće je razlikovati tri vrste ljudi: one koji imaju averziju na rizik, one koji vole da prihvataju rizik i one koji su neutralni u odnosu na rizik. Polazeći od teorije opadajuće granične korisnosti (Grafikon 1), opšti je stav ekonomske teorije da većina ljudi ima averziju prema riziku, tj. kod većine ljudi je nezadovoljstvo koje može nastati zbog određenog gubitka veće u odnosu na zadovoljstvo zbog sticanja istog iznosa dobitka.

Grafikon 1. Averzija prema riziku



Izvor: Njegomir (2011b). *Napomena:* n. j. se odnosi na novčanu jedinicu.

Kao što se vidi na Grafikonu 1, dodatne jedinice prihoda povećavaju korisnost, ali povećavaju je u progresivno manjim iznosima. Funkcija opadajuće granične korisnosti zapravo prikazuje averziju prema riziku. Međutim, preduzetnici predstavljaju tipične primere pojedinaca koji imaju izraženu sklonost ka prihvatanju rizika.

Teorijski je utemeljeno i praktično dokazano da ostvarenje uspeha zahteva preuzimanje rizika. Postoji funkcionalna zavisnost između prihvatanja rizika, započinjanja preduzetničkog poduhvata, ali i dugoročnog uspeha u poslovanju (Obschonka, Silbereisen, & Schmitt-Rodermund, 2015). Dakle, rizik može imati i pozitivan i negativan uticaj na ostvarenje poslovnih rezultata preduzetnika, ali bez prihvatanja rizika ne postoji mogućnost bavljenja preduzetništvom. Upravo iz navedenog proizilazi da je jedna od ključnih karakteristika preduzetnika upravo spremnost na prihvatanje rizika. Bez prihvatanja rizika nema preduzetnika, a nema ni poslovnog uspeha. Obim prihvatanja rizika direktno će zavisiti od tolerancije na rizik. Tolerancija na rizik predstavlja nivo rizika koji su pojedinac ili privredni subjekat spremni da prihvate zarad ostvarenja određenog cilja (Njegomir, 2011b). Ona zavisi od raspoloživosti finansijskih sredstava, spremnosti na prihvatanje rizika i ukupnog profila preduzetnika.

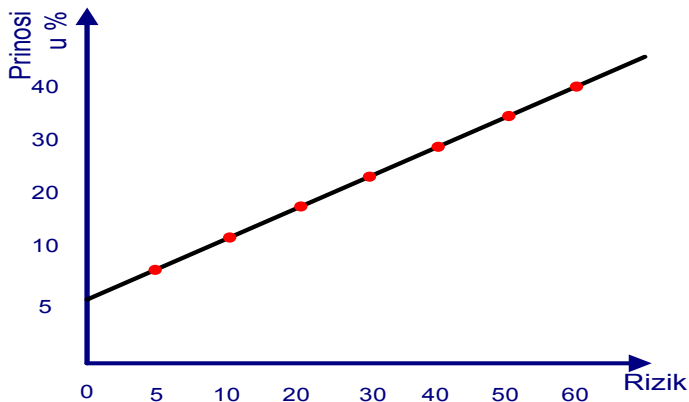
Poslovanje preduzetnika izloženo je brojnim rizicima koji ugrožavaju imovinu, zdravlje i život zaposlenih i kontinuitet poslovanja. Penezić (2003) navodi sledeće vrste rizika sa kojima se preduzetnici suočavaju u svom poslovanju:

- Finansijski – započinjanje mnogih poslovnih poduhvata počiva na ličnoj ušteđevini koja će se u slučaju neuspeha izgubiti. Slična situacija je i u slučaju uspostavljanja ortačkog društva;
- Karijerni – vrlo često pitanje, koje postavljaju budući preduzetnici, glasi: *da li ću u slučaju neuspeha moći da pronađem novi posao ili da se bez problema vratim na stari?* Ovo pitanje se ne odnosi na nezaposlena lica kojima osnivanje poslovnog poduhvata predstavlja vid samozapošljavanja;
- Porodični socijalni – započinjanje sopstvenog biznisa zahteva dosta vremena i energije. To podrazumeva ogromnu požrtvovanost porodice koja je izložena osećanjima (riziku) otuđenosti i stalnih emocionalnih promena;

- Psihološki – preduzetnik koji na svojim leđima oseti naličje finansijskog neuspeha obično nije u mogućnosti da se brzo oporavi. Strah od takvog neuspeha je ujedno i jedan od najčešćih uzročnika stresa;
- Rizici vezani za nabavku nove opreme;
- Rizici vezani za naplatu kredita;
- Pravni rizici povezani sa promenama regulative;
- Čisti rizici, kao što su rizik od požara, krađe i nesrećnog slučaja (osigurljivi).

Prihvatanje rizika ne znači neplanirano prihvatanje mogućnosti neuspeha. Uspešno prihvatanje rizika ostvaruje se ukoliko se rizicima adekvatno upravlja. Upravljanje rizikom podrazumeva minimiziranje troškova rizika. Upravljanje rizikom sve više se tretira ne kao isključivo troškovni centar povezan sa izbegavanjem kazni usled neusaglašenosti sa regulatornim zahtevima ili visokih cena finansijskog pokrića rizika, već kao profitni centar koji omogućava unapređenje poslovanja, jer se polazi od fundamentalno drugačijeg stava, prema kome rizik može imati i pozitivan i negativan uticaj na poslovne performanse. Naime, varijabilnost nije neophodno loša ukoliko preduzetnik ili kompanija mogu da omoguće prednost u reagovanju na nju u odnosu na konkurenciju. Uslovljenost rizika i prinosa prikazuje Grafikon 2.

Grafikon 2. Uslovljenost rizika i prinosa



Izvor: Njegomir (2011b)

Naglašavamo da rizik ne znači nešto loše. Bez prihvata rizika nema preduzetništva, pri čemu neki preduzetnici uspeavaju, a neki ne. Oni koji uspeavaju koriste potencijalne rizike za iskorišćavanje poslovnih mogućnosti.

6. Zaključak

Na preduzetnike utiče dosta faktora. Da li će biti skloni da se upuste u preduzetničku avanturu ili ne, ostvare uspeh ili ne, zavisi od brojnih karakteristika preduzetnika, kao što su njihove individualne osobine, njihovo obrazovanje, radno iskustvo, ali i od brojnih demografskih faktora. Međutim, dominantan uticaj na započinjanje preduzetničkog poduhvata imaju motivacija, inovativnost i spremnost na prihvatanje rizika.

Kao što je u radu ukazano, motivacija je ključan faktor za započinjanje preduzetničkog poduhvata, budući da je samo upuštanje u preduzetništvo u direktnoj zavisnosti od motivacije. Ako ne postoji motivacija, neće biti ni preduzetničkog poduhvata. Postoje tri ključna motiva za započinjanje preduzetničkog poduhvata: 1) težnja da pojedinci budu sami vlasnici poslovanja (*sam svoj gazda*), 2) ostvarenje sopstvenih ideja i 3) ostvarenje profita.

Inovativnost je takođe veoma značajna. Preduzetnička inovativnost predstavlja sposobnost realizacije ideja u praksi. Bez kreativnosti i identifikacije ideja i njihove realizacije u praksi nema preduzetništva. Suštinski, preduzetničke inovacije se, prema stepenu inovativnosti, dele na: 1) inkrementalne inovacije, 2) tržišna unapređenja, 3) tehnološka unapređenja i 4) radikalne inovacije.

Konačno, nema preduzetničkog poduhvata bez prihvatanja rizika. Bez prihvata rizika nema preduzetništva, pri čemu neki preduzetnici uspeavaju, a neki ne. Oni koji uspeavaju koriste potencijalne rizike za iskorišćavanje poslovnih mogućnosti. Rizik, u suštini, predstavlja događaj koji se može ostvariti, ali i ne mora, čije posledice mogu biti pozitivna ili negativna odstupanja od postavljenog cilja, odnosno željenog ili očekivanog rezultata poslovanja. To znači da rizik može biti uzrok neuspeha, ali i mogućnost za ostvarenje uspeha.

Literatura

- Acs, Z.J. (2008). Foundations of High Impact Entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(6), 535–620.
- Allen, F. & Yago, G. (2010). *Financing the Future: Market-based Innovations for Growth*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- APR (2023). Agencija za privredne registre. Registri. APR u brojkama. <https://www.apr.gov.rs/%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8-.25.html> (Pristupljeno 25. 01. 2023).
- Baluku, M. M., Nansubuga, F., Otto, K., & Horn, L. (2021). Risk Aversion, Entrepreneurial Attitudes, Intention and Entry Among Young People in Uganda and Germany: A Gendered Analysis. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7(1), 31–59.
- Barnard, B. & Herbst, D. (2019). Entrepreneurship, Innovation and Creativity: The Creative Process of Entrepreneurs and Innovators. *Expert Journal of Business and Management*, 7(1), 107–146.
- Barringer, B.R. & Ireland, R.D. (2012). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Bartha, Z., Gubik, A. S., & Berczk, A. (2019). The social dimension of the entrepreneurial motivation in the central and eastern european countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9–27.
- Brooke, G. T. F. (2010). Uncertainty, profit and entrepreneurial action: Frank Knight's contribution reconsidered. *Journal of the History of Economic Thought*, 32(2), 221–35 .
- Caliendo M., Fossen F., Kritikos A. (2010). The impact of risk attitudes on entrepreneurial survival. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76(1), 45–63.
- Campbell, K.A. (2009). Entrepreneurial behaviour and the development of trading institutions: an analytical approach. *Journal of Institutional & Theoretical Economics*, 165(3), 487–507.
- Cantillon, R. (1755). *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*, edited and translated by Higgs, H., 1931 edition. London: Macmillan.
- CEVES (2014). *Preduzetništvo u Srbiji: nužda ili prilika?* Beograd: Centar za visoke ekonomske studije.
- Chandra, V., Erocak, D., Padoan, P.C. & Braga, C.A.P. (eds) (2009). *Innovation and Growth: Chasing a Moving Frontier*. Washington, DC.: OECD and the International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.
- Chrisos, M. (2023). Role of Motivation in Entrepreneurship. MarTech, March, 9.

- De Blasio, G., De Paola, M., Poy, S. & Scoppa, V. (2018). Risk Aversion and Entrepreneurship: New Evidence Exploiting Exposure to Massive Earthquakes in Italy. Discussion paper series. Bonn: Institute of Labor Economics.
- Demko-Rihter, J. & Njegomir, V. (2014). Entrepreneurship beyond startup: The example of insurance companies and investment funds. International Conference on Mass Customization and Personalization in Central Europe, Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad, 62–66.
- Doing Business (2020). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. Washington: World Bank Group.
- Drucker, P F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: HarperBusiness.
- Dutta, S., Lanvin, B., Leon, L.R. & Wunsch-Vincent, S. (eds.) (2022). *Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation driven growth?* Geneva: World Intellectual Property Organization.
- EM (2023). Entrepreneurial Motivation. Entrepreneurship Development. <https://sites.google.com/somaiya.edu/entrepreneurshipdevelopment/entrepreneurial-motivation> (pristupljeno 25. 02. 2023).
- EY (2023). EY Preduzetnički barometar. Beograd: Ernst & Young Srbija uz podršku Ministarstva privrede Srbije.
- Franceško, M., Njegomir, V. & Živković, M. (2018). Preduzetnička orijentacija u visokom obrazovanju. XXIV skup: Trendovi razvoja: „Digitalizacija visokog obrazovanja“, Kopaonik, 21–23. 02.
- Gerber, M. (2010). *Mit o preduzetništvu: Zašto većina malih privatnih firmi ne uspeva i šta učiniti u vezi s tim*. Beograd: Čarobna knjiga.
- Global Competitiveness Report (2019). *The Global Competitiveness Report 2019, Insight report*. Cologny, Switzerland: World Economic Forum.
- Hayton, J., Chandler, G.N. & DeTienne, D.R. (2011). Entrepreneurial Opportunity Identification and New Firm Development Processes: A Comparison of Family and Non-Family New Ventures. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 13(1), 12–31.
- HBS (2020). So You Want to Be an Entrepreneur: How to Get Started. Characteristics of Successful Entrepreneur. E-Book of Harvard Business School Online.
- Hemmert, M., Cross, A. R., Cheng, Y., Kim, J. J., Kohlbacher, F., and Kotosaka, M. (2019). The distinctiveness and diversity of entrepreneurial ecosystems in China, Japan, and South Korea: an exploratory analysis. *Asian Business and Management*, 18(3), 211–247.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A. (2008). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
- Ireland, R.D. and Webb, J.W. (2007). A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research. *Journal of Management*, 33, 891–927.

- ISO (2002). *ISO/IEC Guide 73:2002 Risk management*. Vocabulary. Guidelines for use in standards. Geneva: International Organization for Standardization.
- Kanbur, S.M. (1979). Of risk taking and the personal distribution of income. *Journal of Political Economy*, 87(4), 769–97.
- Kaur, G. (2022). How To Use Entrepreneurial Creativity For Innovation. *Entrepreneur*, July 27 - <https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/how-entrepreneurial-creativity-leads-to-innovation/430221> (pristupljeno 10. 02. 2023).
- Kihlstrom, R. E. and J. J. Laffont (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719–49.
- Knight, F.H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York, NY: Houghton-Mifflin.
- Legatum Index (2023). The 2023 Legatum Prosperity Index. London: Legatum Institute.
- MakKormak, M.H. (1993). Čemu vas ne uče u Harvardskoj školi biznisa: beleške lukavog rukovodioca. Beograd: Privredni pregled.
- Mariotti, S. & Glacking, C. (2016). *Entrepreneurship: Starting and Operating a Small Business*. Harlow, England: Person Education Limited.
- Mazla, M.I.S.B., Jabor, M.K.B., Tufail, K., Yakim, A.F.N. & Yainal, H. (2019). The Roles of Creativity and Innovation in Entrepreneurship. Proceedings of the International Conference on Student and Disable Student Development 2019 (ICoSD 2019). Available Online from 22 September 2020.
- ME (2023). Motivation in Entrepreneurship. StudySmarter. <https://www.studysmarter.us/explanations/business-studies/introduction-to-business/motivation-in-entrepreneurship/> (pristupljeno 25. 02. 2023.)
- Newlands, M. (2017). 10 Ways to Stay Motivated as an Entrepreneur. *Entrepreneur*, October 27. <https://www.entrepreneur.com/living/10-ways-to-stay-motivated-as-an-entrepreneur/303553> (pristupljeno 17. 01. 2023).
- Njegomir, V. & Demko-Rihter, J. (2013). Innovations of insurance companies and investment funds. *Management – časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 68, 59–68.
- Njegomir, V. & Marović, B. (2013). The Importance of insurance in developing countries and innovative solutions for improvement. Zbornik radova, XII International Scientific Conference on the service sector, Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, University St. Kliment Ohridski, Bitola.
- Njegomir, V. (2011a). *Osiguranje i reosiguranje: tradicionalni i alternativni pristupi*. Zagreb: Tectus.
- Njegomir, V. (2011b). *Osiguranje*. Novi Sad: Ortomedics book.

- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York, NY: Oxford University Press.
- Obschonka M., Silbereisen R. K., Schmitt-Rodermund E. (2015). Successful entrepreneurship as developmental outcome. *European Psychologist*, 16(3), 174–186.
- Obschonka M., Stuetzer M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 1–29.
- Oslo Manual (2015). *The Measurement of Scientific and Technological Activities: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Pain, D. (2011). *Product innovation in non-life insurance markets: Where little “i” meets big “I”*. Sigma No. 4. Zurich: Swiss Reinsurance Company.
- Parker, S. (2018). *The Economics of Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Penezić, N.D. (2003). *Kako postati preduzetnik*. Beograd: Republička agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva.
- RZS (2022). *Preduzeća po veličini i preduzetnici u Republici Srbiji 2018–2020*. Beograd: Republički zavod za statistiku.
- Samjuelson, P.A. & Nordhaus, V.D. (2009). *Ekonomija*. Beograd: Mate d.o.o.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA; Harvard University Press.
- SME Performance Review (2021). *Annual Report on European SMEs 2020/2021: Digitalisation of SMEs*. Brussels: European Commission.
- Spulber, D. F. (2014). *The Innovative Entrepreneur*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Su, X., Liu, S., Zhang, S., & Liu, L. (2020). To Be Happy: a Case Study of Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Process from the Perspective of Positive Psychology. *Sustainability*, 12(2), 1–27.
- Timmons, J. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Webb, J.W., Ireland, R.D., Hitt, M.A., Kistruck, G.M. & Tihanyi, L. (2011). Where Is the Opportunity Without the Customer? An Integration of Marketing Entrepreneurship Process and Institutional Theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 537–554.