

UDK: 342:338.4

POSLOVNA EKONOMIJA
BUSINESS ECONOMICS

Godina XIII

Broj 1

Str 81 - 99

doi: 10.5937/poseko15-19527

Pregledni rad

dr Iva M Škrbić,¹ docent

Fakultet za sport i turizam – TIMS, Novi Sad

dr Ivana D Mišković,² docent

Fakultet za sport i turizam – TIMS, Novi Sad

dr Srđan M Milošević,³ docent

Fakultet za sport i turizam – TIMS, Novi Sad

Prof. dr Milan Nešić⁴

Fakultet za sport i turizam – TIMS, Novi Sad

PREDUZETNIČKI MODELI U FUNKCIJI ODRŽIVOG TURIZMA⁵

SAŽETAK: Preduzetništvo predstavlja „organsku potrebu” društva, s obzirom na njegov intenzivan uticaj na ekonomski i društveni razvoj svake države. Zbog impresivnog tempa rasta, turizam je prepoznat kao ključni pokretač društveno-ekonomskog napretka, posebno u posredničkoj delatnosti, ruralnom turizmu i ugostiteljstvu. Preduzetništvo u turizmu podrazumeva visok stepen proaktivnosti u praćenju i prepoznavanju novih tržišnih trendova i očekivanja turista, sa ciljem razvoja inovativnih proizvoda i usluga. Iz tog razloga, preduzetništvo predstavlja presudan element konkurentnosti i iziskuje postojanje određenih karakteristika ličnosti kao što su kreativnost, inovativnost,

¹ iva.skrbic@tims.edu.rs

² ivana.miskovic@tims.edu.rs

³ srdjan.milosevic@tims.edu.rs

⁴ milan.nesic@tims.edu.rs

⁵ Rad je proistekao iz projekta: Modeli razvoja preduzetništva u održivom turizmu Vojvodine. Rešenje br: 142-451-2431/2018-02, finansirano od strane Pokrajinskog sekretarijata za nauku i tehnološki razvoj AP Vojvodine;

spremnost za preuzimanje rizika, menadžerske veštine i sl. Identifikacija faktora koji podstiču razvoj preduzetništva ima za cilj kreiranje različitih vrsta modela razvoja preduzetničkog procesa. Sistem logički povezanih i međusobno uslovljenih pozitivnih uticaja, odnosno faktora koji utiču na razvoj preduzetništva suštinski predstavlja potencijalni model razvoja preduzetništva u formi projektovanog modela. Predmet ovog rada predstavlja analiza različitih faktora koji se mogu pozitivno ili negativno odraziti na razvoj preduzetništva. Posebna pažnja je usmerena ka specifičnostima razvoja preduzetništva po principima održivog razvoja, sa ciljem davanja smernica za dalje unapređenje preduzetničkog procesa.

Ključne reči: Preduzetništvo, turizam, faktori, modeli preduzetništva, podsticajne mere.

UVOD

Održivi razvoj turizma predstavlja princip koji se u savremenom turizmu treba implementirati u sve segmente razvoja. Održivi razvoj turizma pretpostavlja tri aspekta sagledavanja i prema Svetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO) podrazumeva optimalno korišćenje prirodnih resursa, očuvanje autentičnih socio-kulturnih karakteristika lokalnih zajednica, kao i dugoročno održivo poslovanje (Jegdić, Škrbić, & Milošević, 2013). Preduzetništvo u funkciji održivog razvoja treba da doprinese ostvarivanju sva tri prioritetna pravca putem optimalnog angažovanja raspoloživih resursa, aktiviranja nematerijalnog nasleđa u funkciji preduzetničkih aktivnosti, otvaranja novih radnih mesta, ekonomskog i socijalnog osnaživanja lokalnih zajednica i obezbeđivanja samoodrživog dugoročnog poslovanja uz ekološko očuvanje okruženja za buduće generacije. Ukoliko posmatramo razvoj turizma na teritoriji Republike Srbije, možemo uočiti da je princip održivog razvoja prisutan u planskim dokumentima pre svega kroz podsticanje razvoja ruralnog turizma. Ruralni turizam podrazumeva skup svih turističkih aktivnosti koje se realizuju u ruralnom prostoru i kao takav pruža širok obim preduzetničkih aktivnosti u oblasti turizma i komplementarnim oblastima koje se mogu realizovati u ruralnim oblastima Republike Srbije u skladu sa principima održivog razvoja. Iz ovog ugla posmatranja možemo reći da razvoj preduzetništva predstavlja alat za postizanje ekološkog, ekonomskog i socio-kulturnog blagostanja u ruralnim sredinama u svrhu podizanja kvaliteta života lokalnog stanovništva kako sa materijalnog, tako i sa nematerijalnog aspekta. Zbog toga, predmet ovog rada predstavlja analiza modela, odnosno faktora koji

pozitivno ili negativno utiču na pokretanje preduzetničkih aktivnosti, sa posebnim osvrtom na okolnosti koje se pojavljuju u ruralnim sredinama. Vodeći se poštovanjem principa održivog razvoja, cilj ovog rada je kreiranje smernica za dalje unapređenje preduzetništva u ruralnim sredinama.

Kako bi fenomen preduzetništva bio što kompletnije analiziran, neophodno je sagledati i uzeti u obzir što je moguće veći broj aspekata i nivoa razvoja preduzetništva, odnosno analizirati teorijska i praktična tumačenja iz različitih uglova posmatranja, iz ugla pojedinca kao preduzetnika, sa pozicije menadžmenta i okruženja, kao i iz perspektive čitave kompanije. Takođe, proces se posmatra i tumači sa mikro, mezo, makro i globalnog nivoa.

PREDUZETNIŠTVO – STVARANJE INOVACIJA

Preduzetništvo je svojstveno svakom privrednom sektoru i tipu poslovanja (Penezić, 2009) i karakteristično je po tome što umesto na rutinske poslovne aktivnosti, pažnju usmerava na razvoj i podsticanje kreativnosti (Pejanović & Njegovan, 2010). Pojam preduzetništva je rasprostranjen u gotovo svim privrednim granama i delatnostima. Upravo ta široka rasprostranjenost je dovela do nastanka bogate teorijske baze i pojave velikog broja različitih definicija, koje upućuju na različite dimenzije razvoja preduzetništva. Tri najčešće spominjana aspekta, kao osnova za definisanje ovog fenomena su: ekonomski aspekt, aspekt ličnih karakteristika i aspekt društvenog identiteta (Peverelli & Song, 2012). Samojoj prirodi preduzetništva svojstveno je da u fokus stavlja planove za budućnost, bez obzira da li su u pitanju planovi pojedinca, grupe čitave kompanije ili čak regiona. Kao šansu za uspeh u poslovanju preduzetnici prepoznaju promene koje se događaju na tržištu ili za koje postoji izvesnost da će se dogoditi. Težnja za postizanjem konkurentске prednosti u preduzetništvu ostvaruje se konstantnim praćenjem tih promena i osmišljavanjem načina kako da se iste iskoriste kao dobre poslovne šanse. U literaturi se često navodi da na nivo uspeha započinjanja procesa preduzetničke aktivnosti utiču *prilike* koje se pružaju preduzetniku i *kapacitet* koji preduzetnik poseduje, gde se preduzetničkim prilikama smatraju poslovne šanse koje preduzetnici uočavaju kao „slobodan prostor” na tržištu koji se može iskoristiti za razvoj inovativnih poslovnih ideja i rešenja, dok preduzetnički kapacitet podrazumeva sposobnost preduzetnika da iskoristi uočenu priliku i odgovori na zahteve tražnje.

Preduzetništvo, kao proces stvaranja inovacija se u praksi pojavljuje u četiri osnovna oblika, odnosno može imati četiri različita nosioca: pojedinca, privredne subjekte, okruženje i državne institucije (Kuratko & Hodgetts, 2007). Mikro nivo posmatranja preduzetništva analizira samog pojedinca – preduzetnika, a uspešnost započinjanja preduzetničkog procesa zavisiće

isključivo od sposobnosti posmatranog pojedinca – preduzetnika da obezbedi sve neophodne resurse u cilju iskorišćavanja dobrih poslovnih prilika (Bygrave & Zacharakis, 2004; Nieuwenhuizen, 2003). Pored individualnih preduzetnika, u praksi se često susreću i preduzetnički timovi, gde svaki član tima ima specifičnu ulogu u timu i deo odgovornosti (Wickham P., 2004). Prednosti povezivanja pojedinačnih nosilaca preduzetničkih aktivnosti najvidljivije su u cilju udruživanja resursa, smanjenja troškova i povećanja konkurentnosti, jer ovakav vid zajedničkog delovanja podstiče inovativnost i nove inicijative (Radosavljević & Borisavljević, 2003).

Ako preduzetništvo posmatramo sa nivoa državne zajednice, odnosno sa makro nivoa, jasno se uočava njegova važnost za dalji razvoj privrednog sistema države i društva, zbog čega je preduzetništvo vitalna komponenta razvoja ekonomije velikog broja razvijenih zemalja. Ključno polazište ovde predstavljaju inovacije koje razvijaju preduzetništvo na osnovama zdrave konkurencije što vodi većoj profitabilnosti (Pejanović & Njegovan, 2010). Kod nerazvijenih zemalja i zemalja u razvoju, preduzetništvo može biti instrument za smanjivanje siromaštva putem veće zaposlenosti, što vodi ka ekonomskom razvitku (Agupusi, 2007).

U našoj zemlji, najveću prepreku razvoju preduzetništva kod mladih predstavljaju limitirani izvori finansiranja, zbog čega je neophodno revidirati zakonske okvire i olakšati pristup sredstvima, posebno u ranim fazama razvoja preduzetničke ideje (Kisić-Zajčenko, 2017).

Permanentan rad na edukaciji i podizanju svesti o značaju preduzetništva jeste prvi korak ka podsticanju razvoja preduzetništva kod mladih u Srbiji.

Kako se ovo istraživanje bazira na analizi modela i faktora koji doprinose razvoju preduzetništva u oblasti turizma, neophodno je istaći činjenicu da je turizam veoma dinamična privredna grana u kojoj se promene konstantno događaju. Turizam je oduvek bio veoma plodno područje za realizaciju dobrih preduzetničkih ideja, jer zahteva visok stepen angažovanja prilikom identifikacije novih trendova tražnje na koje je potrebno odgovoriti inovativnom ponudom (Mancino & Rapone, 2009). Kreativnost i inovativnost, kao i sposobnost procene i preuzimanja rizika uz menadžerske veštine i lične osobine preduzetnika, čine bazu uspešnog i konkurentnog preduzetništva (Hjalager, 1997).

MODELOVANJE PREDUZETNIČKOG PROCESA

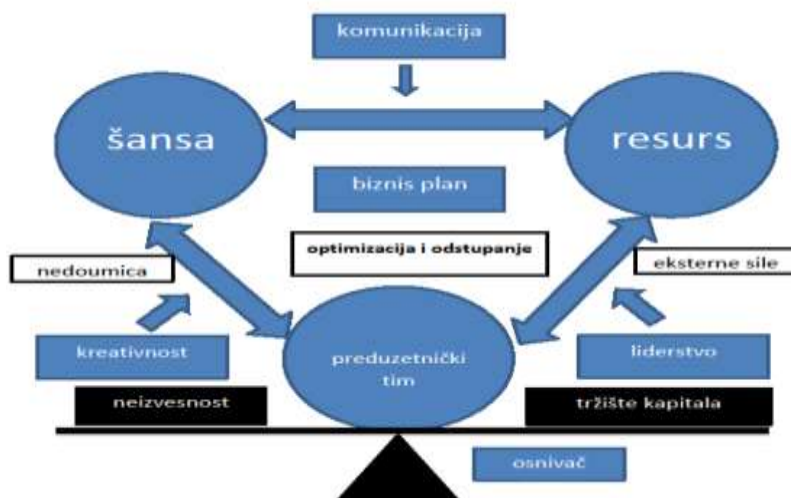
Proces modelovanja predstavlja proces kreiranja apstraktnog prikaza nekog sistema – modela, koji se vrši generalizacijom, na osnovu prethodnih iskustva i uočenih učestalih obrazaca, kako bi se izvršila procena i predviđanje budućih trendova. Proces modelovanja se odvija kroz tri faze: *fazu*

konceptualizacije, fazu implementacije i fazu dobijanja rezultata, odnosno kroz pet faza: analiza sistema, sinteza sistema, verifikacija, validacija i realizacija (Branković N. 2010). Prema Miljeviću, proces modelovanja preduzetništva prolazi kroz sledeće faze: prva faza jeste *konstatovanja potrebe, odnosno utvrđivanje svrsishodnosti za izradu modela*. Nakon ove faze sledi *izbor predmeta modelovanja* kao druga faza. Utvrđivanje *vrste i tipa modela* jeste treća faza, nakon koje ide *definisanje sredstava modelovanja i načina prikazivanja* modela. Bitna je i faza selekcije saradnika koji će učestvovati u izradi modela, a završnu fazu predstavlja testiranje i u zavisnosti od rezultata i eventualno usavršavanje modela (Miljević, 2007).

Prilikom analize literature iz oblasti preduzetništva, uočavaju se brojni pokušaji izrade adekvatnog modela preduzetničkog procesa, koji ovaj fenomen tretiraju kao logičan, sistemski i planirani proces, dok praksa pokazuje da je on potpuna suprotnost tome, s obzirom na to da ga, u većini slučajeva, karakteriše neuređenost i nepredvidljivost.

Jedan od najistaknutijih preduzetničkih modela koji se mogu pronaći u literaturi je tzv. *Timons model*, izgrađen na osnovu potreba rastućih poslovnih sistema. Ovaj model ističe odnos i vezu između tri osnovna aspekta. Prvi aspekt jesu šanse, drugi aspekt predstavljaju raspoloživi resursi i treći aspekt jesu preduzetničke odgovornosti i sposobnost za realizaciju poslovne ideje. Preduzetnik je u ovom modelu pozicioniran kao baza koja izvršava delikatnu i rizičnu ulogu balansiranja (Slika 1) (Timmons & Spinelli, 2007). On je odgovoran za evaluaciju sva tri gore pomenuta aspekta uz razvoj tima (Avlijaš R. , 2011).

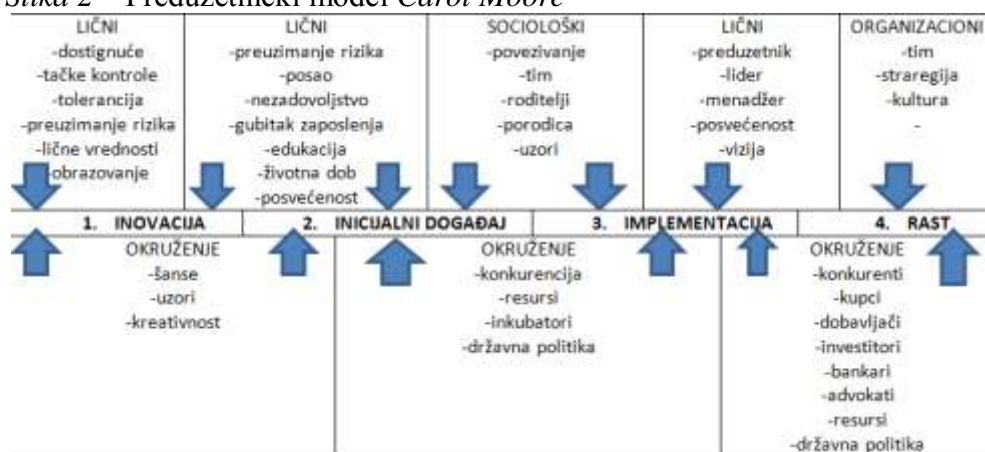
Slika 1 – Timmons model



Izvor: (Timmons & Spinelli, 2007).

Pojedini radovi naglašavaju (Bygrave & Zacharakis, 2004) veoma važnu ulogu koju igraju sociološki faktori, lični faktori i faktori okruženja. Oni, takođe, znatno utiču na uspeh preduzetničkog poduhvata. Ovaj koncept je prikazan preduzetničkim modelom *Kerol Mur*-(Slika 2) (Moore, 1986). Prema ovom modelu, preduzetnik traga za poslovnom idejom ili se sa njom susreće slučajno, a da li će se odlučiti da krene u realizaciju, zavisi od više faktora koji su navedeni u modelu: raspoloživih resursa, opšteg stanja ekonomije, podrške porodice, ličnih karakteristika preduzetnika itd. Ovaj model naglašava značaj inicijalnog događaja koji uzrokuje novu poslovnu aktivnost (Bygrave & Zacharakis, 2004).

Slika 2 – Preduzetnički model *Carol Moore*



Izvor: (Moore, 1986)

Bigrev i Zaharakis takođe ističu specifičnu osobinu preduzetnika da imaju izraženiju potrebu za kontrolom nad svojim životom u odnosu na osobe koje nisu preduzetnici, te da njihova žudnja za nezavisnošću postaje i glavni motiv za započinjanje samostalnog poslovnog poduhvata (Bygrave & Zacharakis, 2004). Prema njihovom mišljenju, lične osobine preduzetnika jesu najveća pokretačka snaga za preduzetničke inicijative, dok eksterni faktori utiču na uspeh u daljem razvoju poslovne ideje. Uspešni preduzetnici predstavljaju uzore u svojim lokalnim zajednicama i motivišu druge da se uključe u preduzetničke aktivnosti. Istraživanja koja su realizovana na populaciji studenata preduzetništva pokazala su da većina tih studenata potiče upravo iz preduzetničkih porodica, odnosno iz preduzetnički nastrojenih okruženja (Bygrave & Zacharakis, 2004). Zbog toga, ovi autori porodično okruženje smatraju za još jedan veoma značajan faktor, verujući da će se mladi lakše upustiti u preduzetničke vode ukoliko u njihovoj porodici već postoji preduzetnička tradicija.

Model razvoja preduzetništva autora Buhalisa i Koste (2006) predstavljen na slici 3 takođe ukazuje na to da lične osobine preduzetnika imaju važnu ulogu za započinjanje i razvoj preduzetničke aktivnosti. Veštine i sposobnosti preduzetnika trebaju pratiti dinamiku razvoja organizacije, u čemu im najveća prepreka može biti nespремnost preduzetnika da delegira odgovornosti i obaveze svojim saradnicima. Neretko, organizacija raste i razvija se previše brzo da bi njome pojedinac u ulozi vlasnika i menadžera mogao samostalno da upravlja i kontroliše sve tokove. Kao veoma česta posledica ove pojave navodi se prodaja organizacije nekoj većoj kompaniji, što preduzetnici često smatraju ličnim porazom (Radosavljević & Borisavljević, 2003).

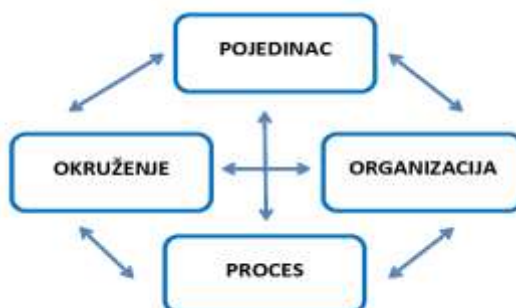
Slika 3 – Preduzetnički model Buhalisa i Koste

INOVACIJA	←	lične karakteristike: potreba za uspehom, tolerancija, spremnost na rizik itd.
PODSTICAJI OKRUŽENJA	←	lične karakteristike: godine, pol, predanost, nezadovoljstvo poslom itd.
IMPLEMENTACIJA	←	okruženje: inkubatori, konkurencija itd.
	←	sociološke karakteristike: mreža, timovi, porodica, uloga modela itd.
PREUZETNIČKI DOGAĐAJ	←	lične karakteristike: preduzetnik, menadžer, lider, vizionar itd.
RAST	←	organizacija: strategija, proizvod itd.
ZRELOST	←	lične karakteristike: liderske sposobnosti itd.
	←	organizacija: marketing, finansije, operacije itd.
SATURACIJA	←	lične karakteristike: želja za uspehom, interna kontrola, spremnost na rizik, lične vrednosti, obrazovanje, iskustvo itd.
	←	organizacija: ljudski resursi, kultura, menadžeri, akvizicije itd.
	←	okruženje: konkurencija, zaposleni, regulativa, kupci, dobavljači itd.

Izvor: (Buhalis, D., Costa, C., 2006).

Model koji posmatra četiri dimenzije (pojedina, okruženje, organizaciju i preduzetnički proces) predstavljen je 1985. godine (Slika 4) (Gartner, 1985).

Slika 4 – Gartnerov model



Izvor: (Gartner, 1985).

Moris i Luis su kreirali model koji se sastoji iz tri osnovne grupe faktora (Slika 5). Prvu grupu predstavljaju *lična iskustva pojedinaca* (porodica, obrazovanje, iskustvo, uzori, poslovne veze i sl.), drugu grupu faktora predstavlja *turbulentno okruženje* (rizici, šanse i pretnje iz direktnog okruženja), dok treću grupu čini *infrastruktura okruženja* (politička, finansijska, pravna, socijalna, ekonomska situacija). Svi navedeni faktori utiču na preduzetničke aktivnosti i oblikuju ih, te se dovode u vezu sa brojem događaja, nivoom inovativnosti, spremnošću za preuzimanje rizika i nivoom proaktivnosti (Morris & Lewis, 1995).

Slika 5 – Model Morisa i Luisa

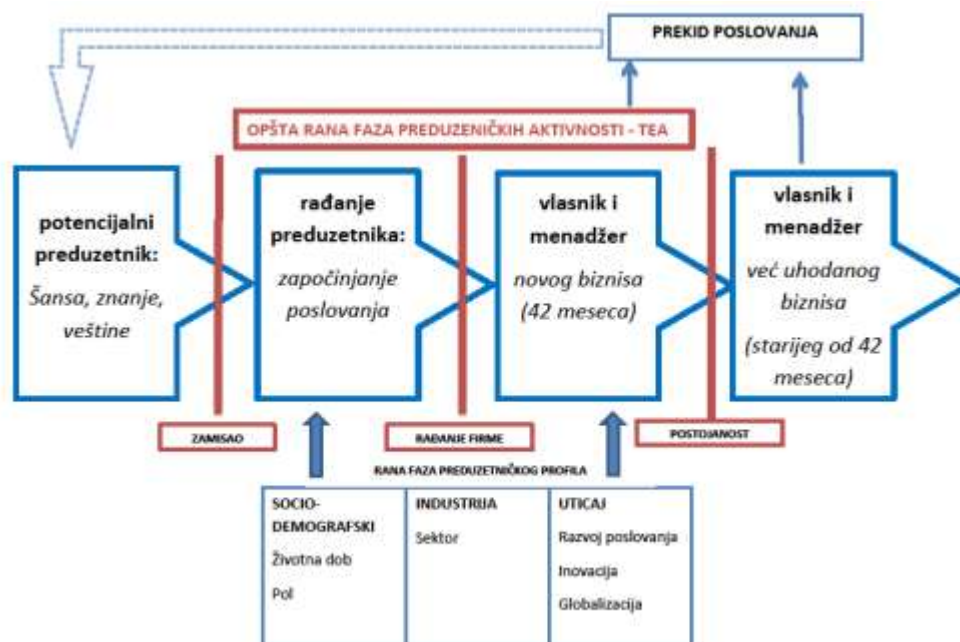


Izvor: (Morris & Lewis, 1995).

Model koji naglašava tendenciju da preduzetnik koji poseduje znanja i veštine stečene formalnim i neformalnim obrazovanjem, bogato radno i životno iskustvo, može razviti adaptivne i kreativne odgovore na sve poslovne izazove kreiran je od strane Fu-Lai Toni (Fu-Lai Tony, 2007). Ovde se naglašava da preduzetnici upravljaju rizikom i prevazilaze prepreke na preduzetničkom putu uspeha.

GEM model (*Global Entrepreneurship Monitor*) preduzetništvo posmatra kao proces koji prolazi kroz više različitih faza. Ovaj model polazi od preduzetnika kao individualca koji poseduje određen nivo preduzetničkih sklonosti, koji identifikuje poslovne šanse i prevazilazi strah od neuspeha (Slika 6). Okruženje koje podrazumeva pozitivan stav u odnosu na preduzetništvo, odnosno *pozitivnu percepciju društva* uslovljeno je medijskom i društvenom pažnjom. Fazu koja podrazumeva preduzetništvo u nastajanju karakteriše veliki broj izazova koji u velikom broju slučajeva vode ka preduzetničkom neuspehu. Ova faza obuhvata preduzetničke organizacije koje su mlađe od tri, a starije od 42 meseca. Iz toga razloga GEM model akcentuje značaj ranih faza razvoja (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity – TEA*) (Amorós & Bosma, 2013) na uspeh budućeg preduzetničkog procesa.

Slika 6 – GEM model



Izvor: (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

Veliki broj različitih modela koji se bave analizom procesa razvoja preduzetništva ne zaokuplja pažnju samo teoretičara i praktičara iz ekonomskih oblasti, već predstavlja interdisciplinarnu tematiku koja zahteva holistički pristup. Model trostruke spirale (*Triple helix model*) koji je prvi put predstavljen 1995. godine, ima za cilj da istakne neraskidivu vezu između *obrazovanja*, *industrije* i *države* u funkciji razvoja preduzetništva i ekonomskog rasta (Etzkowitz & Leydesdorff, 1995). Nešto kasnije, ovaj model je proširen i dobija formu četvorostroke spirale (*Quadruple helix model*), gde su faktori uticaja svrstani u četiri kategorije: *obrazovanje* (više i visoko školstvo, neformalno obrazovanje), *društvo* (kulturne i socijalne norme, medijska podrška i sl.), *privreda* (otvorenost tržišta, finansijska podrška i sl.) i *država* (državne politike, birokratski aparat, podsticajni programi itd.) (Galvão, Mascarenhas, Rodrigues, Marques, & Leal, 2017).

Prilikom analize preduzetničkih modela, mora se pomenuti i rad autora Moroza i Hindla, koji su u radu *Entrepreneurship as a Process: Toward Harmonizing Multiple Perspectives* (Moroz & Hindle, 2012) primenili metodološki pristup analize sadržaja baziranog na teorijama koje fenomen preduzetništva posmatraju kao proces. Kroz analizu odabranih teorijskih razmatranja, ovi autori pokušavaju ustanoviti šta preduzetnici rade, odnosno na koji način deluju.

SPECIFIČNOSTI MODELOVANJA PREDUZETNIŠTVA U RURALNIM OBLASTIMA

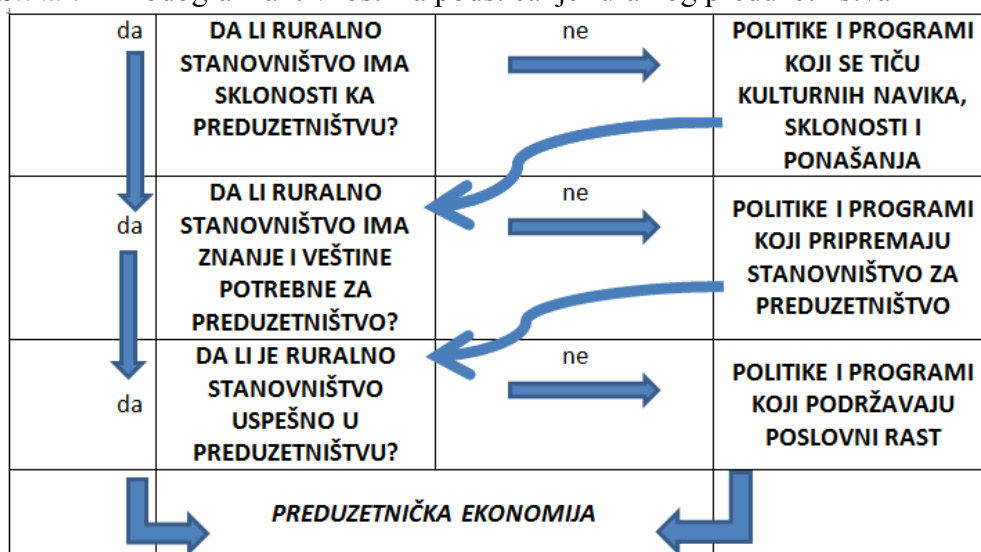
Programi usmereni ka podsticanju razvoja preduzetništva se u najvećoj meri ne razlikuju u odnosu na geografsku lokaciju na kojoj se želi podstaći preduzetnički proces. I u urbanim i u ruralnim sredinama sve privredne aktivnosti se mogu oblikovati kroz preduzetništvo. Preduzetništvo se u ruralnim oblastima mahom zasniva na podizanju kapaciteta pojedinaca i timova za samozapošljavanje i otvaranje novih radnih mesta, stvaranju dodatne ekonomske vrednosti i zadržavanju resursa u okviru i pod kontrolom lokalne zajednice (Lyons T., 2002). Pored gore navedenog, lokalne zajednice se putem razvoja preduzetništva susreću i sa unapređenjem kvaliteta života kroz poboljšavanje infrastrukture (Laukkanen M., 2003), što utiče na odliv stanovništva iz ruralnih sredina (Müller, 2012). Ekonomski ciljevi preduzetnika u ruralnim sredinama intenzivnije su povezani sa društvenim ciljevima ruralnog razvoja nego što je to slučaj u gradskim sredinama (Sherief, 2008). *Integralni ruralni razvoj* kao koncept u fokusu je autora Pejanovića i Njegovana. Ovaj model baziran je na zajedništvu teritorijalnog koncepta, razvojnog koncepta i održivog koncepta sa primarnim uticajem na seosko stanovništvo kroz smanjenje broja nezaposlenih, povećanje prihoda, očuvanje životne sredine i tradicije lokalnog stanovništva (Pejanović & Njegovan, 2010).

S obzirom na činjenicu da u svetu u ruralnim oblastima živi oko 75 procenata siromašnih i da ova kategorija stanovništva u najvećoj meri zavisi od poljoprivrede i njoj komplementarnih delatnosti, sfera preduzetništva se sve više okreće ka ruralnom razvoju (Pettrin, 1994; Popović, 2009), sa posebnim fokusom na osnivanje malih i srednjih preduzeća koja pružaju mogućnost povećanja zaposlenosti. Ova preduzeća mogu poslovati i u oblasti turizma. Iako ona ne zapošljavaju veliki broj radnika, generisanje prihoda od turizma ima veliki značaj, jer u najvećoj meri ostaje na raspolaganju upravo lokalnom stanovništvu (Thomas, 2005). Pored toga, resursi i atrakcije na kojima se bazira turistička ponuda u seoskim oblastima nisu isključivo vezani za poljoprivredu, već se mogu i trebaju bazirati i na svim drugim materijalnim i nematerijalnim resursima koji se mogu aktivirati u turističke svrhe. Stoga, politika ruralnog razvoja treba da planira aktivnosti koje će biti usmerene i na stvaranje novih mogućnosti zapošljavanja u sektorima koji nisu primarno vezani za poljoprivredu. Takođe, poboljšavanje uslova života i poboljšavanje infrastrukture u velikoj meri utiču na razvoj preduzetništva i u segmentu seoskog turizma. U budućnosti će procenat ruralnog prihoda generisan isključivo iz poljoprivrede imati tendenciju pada, pa se razvoj ruralnih područja treba usmeravati na druge komplementarne privredne aktivnosti koje se mogu realizovati u ruralnim oblastima (Delić, 2012).

Jedan od ključnih faktora jeste okruženje koje značajno utiče na strategijsko planiranje ruralnog preduzetništva. Zainteresovanost same države za razvoj ruralnih oblasti, politike koje podstiču razvoj sela i poljoprivrede, podsticanje preduzetništva u seoskim sredinama, ali i preduzetništva uopšte, stvaraju okruženje za koje se može reći da pogoduje ruralnom razvoju. Ove mere utiču na izgradnju kritične mase prve generacije preduzetnika (Petrin, 1994), koja uz aktivizam lokalnog stanovništva (Markov, 2010) može pokrenuti preduzetnički razvoj i nezavisno od same države. Ove tvrdnje pokazuju da ruralni turizam i preduzetništvo, posebno u zemljama u razvoju, ne bi trebalo isključivo da zavisi od podsticaja „sa vrha”, već se mora pokrenuti „sa dna” i razvijati po tzv. *bottom up* principu.

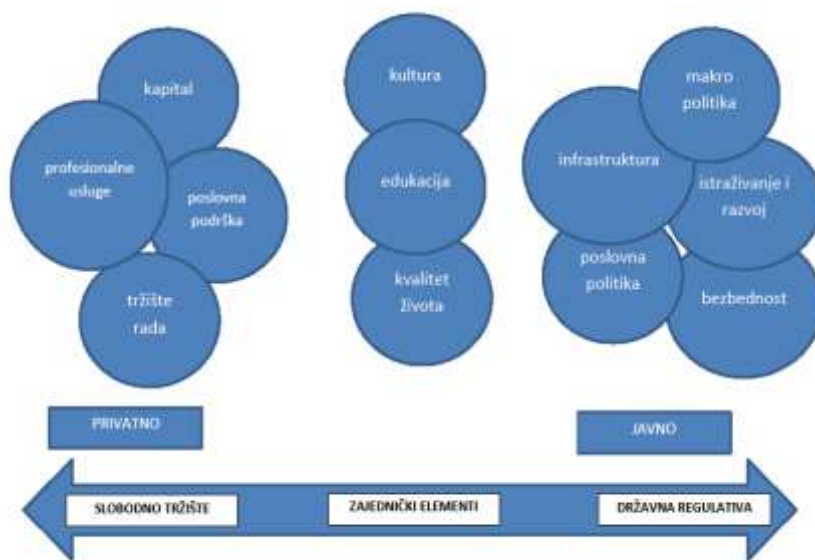
Opšti okvir za podsticanje ruralnog preduzetništva predstavljen je na slici 7 (Kayne, 2000). Kroz ovaj hodogram su identifikovana ključna pitanja i aktivnosti koje su od značaja za valorizaciju preduzetničkih potencijala u ruralnim oblastima.

Slika 7 – Hodogram aktivnosti za podsticanje ruralnog preduzetništva



Izvor: (Kayne, 2000).

Slika 8 – Faktori koji utiču na razvoj preduzetništva



Izvor: (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005).

Grupa autora (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005) navode tri grupe faktora koji utiču na razvojne aktivnosti koje treba da osnaže preduzetništvo u seoskim oblastima (slika 8). To su tzv. *faktori slobodnog preduzetničkog tržišta* (kapital, podrške poslovanju, tržište rada, profesionalne usluge itd.) i *faktori regulative u domenu države* (makro politika, istraživanje i razvoj, poslovna politika, infrastruktura, bezbednost itd). Kod ovog modela se kultura, edukacija i kvalitet života smatraju elementima koji spadaju u grupu *zajedničkih faktora*.

Razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama je u praksi stavljen pred mnogobrojne izazove i barijere. Najčešće su u pitanju nedostatak finansijskih sredstava i kapitala, destimulativna lokalna politika, nedostatak preduzetničkih uzora u okruženju i konzervativnost okruženja (Genera, 2005). Takođe, među ograničenjima za razvoj preduzetništva u ruralnim područjima nalaze se i otežan pristup dobavljačima i kupcima, transportnim i distributivnim sistemima, kao i vrlo ograničeno tržište edukovane radne snage (Acs & Maleck, 2003). Pored toga, ruralnim sredinama često dominira jedna vrsta privredne delatnosti, što ove već osetljive seoske oblasti čini još ranjivijim na ekonomske promene i otežava privrednu raznolikost (Lyons T. , 2003).

Istraživanje sprovedeno u našoj zemlji (Bogdanov, 2011) pokazalo je da su osnovni problemi seoskih domaćinstava koja ulaze ili su već ušla u

preduzetničke poduhvate, nedostatak sredstava, otežan pristup tržištu, komplikovana administracija i manjak edukacije (tabela 1).

Tabela 1. Ograničenja preduzetništva u ruralnim sredinama

Osnovni problem	%
Obezbeđivanje finansijskih sredstava	82,8
Teško obezbeđivanje resursa i plasiranje gotovih proizvoda i usluga	43,9
Porezi i drugi nameti	26,2
Komplikovana administracija	19,6
Manjak edukacije i iskustva	19,4
Nemogućnost ostvarivanja saradnje	7,1

Izvor: adaptirano prema (Bogdanov, 2011).

Isto istraživanje pokazuje da bi za dalji razvoj preduzetništva najveći pozitivan uticaj imala diverzifikacija delatnosti, finansijske olakšice, organizovana edukacija i slično (tabela 2).

Tabela 2. Faktori podsticaja

Podsticaj za razvoj	%
Šansa za zapošljavanje van primarne poljoprivrede	65,9
Lakši pristup izvorima finansiranja	57,4
Bolja organizovanost tržišta	40,3
Bolji i jednostavniji pristup značajnim informacijama	16,8
Zajedničke aktivnosti, saradnja i udruživanje	12,9
Podizanje kapaciteta u oblasti znanja, veština i iskustva	12,5

Izvor: (Bogdanov, 2011).

Analizirana studija upućuje na to da šansa za razvoj ruralnih oblasti može biti i razvoj preduzetništva u turizmu u okvirima ekonomije seoskih gazdinstava. Komplementarnost poljoprivrede i turizma se u potpunosti uklapa u postavljene okvire ruralnog razvoja Srbije, odnosno ruralnog turizma, a sa druge strane u aktuelne svetske trendove. Ruralni turizam kroz preduzetničke aktivnosti može odgovoriti na potrebe ruralnog stanovništva kroz njihovo angažovanje i ostvarivanje prihoda u nepoljoprivrednim delatnostima.

Moguće podsticajne mere za razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama

Država putem vlade i politike na makroekonomskom nivou ima odgovornost za podsticanje preduzetništva. Institucije sistema trebale bi da obezbeđuju povoljne uslove i ambijent za preduzetništvo putem stimulišuće poreske i kreditne politike, kao i jačanja preduzetničke infrastrukture (Pejanović & Njegovan, 2010).

Državni podsticaji bi trebali imati za cilj i ravnomerniji regionalni razvoj i ublažavanje regionalnih razlika (Radović & Radović, 2007). Aruva (2008) smatra da osnovna uloga države treba da bude ta da motiviše što veći broj potencijalnih preduzetnika da uđu u preduzetničke vode i da poboljša uslove za početak poslovanja. Države mogu doprineti preduzetništvu i regulisanjem pitanja zaštite autorskih prava inovacija i patenata, kao i liberalnom ekonomskom politikom, smanjenem troškova poslovanja i sl. (Aruwa, 2008). Takođe, poželjni su i podsticaji države u vidu pomoći u tržišnom plasiranju, edukaciji, tehničkoj i finansijskoj podršci (Okolić, 2007). Uloga države zapravo treba biti stvaranje adekvatnog *preduzetničkog ekosistema* (Drabenstott, Novack, & Abraham, 2003).

Pozitivan primer države koja institucionalno stimuliše ruralno preduzetništvo predstavlja Južna Koreja, koja je razvila tzv. *državne preduzetnike*. U pitanju su osobe adekvatno edukovane da osnuju i vode mala preduzeća, da bi se povukli iz njih kada preduzeće postane zrelo i stabilno, a zatim ponovo započeli novi ciklus osnivanja preduzeća.

Pozitivan primer je svakako i tzv. *Izraelski model* ili *Model koncentričnih mreža* koji je koncipiran tako da se male porodične firme udružuju po principu „10x10x10”. Naime, prvi stepen ili krug razvoja čini 10 porodica koje započinju zajednički poslovni poduhvat. Vremenom, one se umrežavaju sa po još 10 novih porodica koje će formirati drugi krug mreže, koja se sada sastoji od 100 porodica. Na svaku od ovih 100 porodica, u narednom krugu se vezuje po još 10 novih, koje zajedno formiraju mrežu od ukupno 1000 porodica. Tako dolazimo do iznosa od 3 do 4 miliona dolara za zajedničke preduzetničke poduhvate, u formi kreditnih zadruga, ali i do značajne podrške za nove porodice koje žele da se priključe mreži i razvijaju sopstveni biznis (Vukmirović, 2005).

ZAKLJUČAK

Modelovanje preduzetničkog procesa predstavlja identifikaciju faktora razvoja preduzetništva i analizu njihovog uticaja. Sistem logički povezanih i međusobno uslovljenih pozitivnih uticaja, odnosno faktora koji utiču na razvoj preduzetništva suštinski predstavlja potencijalni model razvoja preduzetništva u formi projektovanog modela. Specifičnosti sredine u kojoj će se projektovani model implementirati uslovljava fino podešavanje mera i aktivnosti u okviru svakog posmatranog faktora u funkciji postizanja postavljenih ciljeva. Modelovanje preduzetničkog procesa u ruralnim sredinama podrazumeva detaljnu analizu specifičnosti i problema koji prate ruralne sredine i njihov razvoj, pa sa tim u vezi potrebno je primeniti i podsticaje i programe razvoja koji su specifično kreirani upravo za osetljive ruralne oblasti.

Preduzetništvo može da napreduje samo ako se celokupno društvo prema njemu odnosi sa odobravanjem. U ruralnim oblastima na našim prostorima ono se, međutim, i dalje nalazi na niskom stepenu razvoja, uz sporadične stimulatívne aktivnosti države. U ruralnim krajevima još je ukorenjen stav starijih generacija prema poljoprivredi u odnosu na delatnosti iz tercijalnog i kvartarnog sektora. Mladi koji odrastaju na selu se često susreću sa neafirmativnim odnosom roditelja prema poljoprivredi kao njihovoj potencijalnoj delatnosti, uz sveprisutan moto „idi u školu da ne bi radio zemlju” koji destimuliše mlade da ostanu na selu i tamo započnu preduzetničke aktivnosti.

Usled velike raznolikosti ponude na turističkom tržištu i permanentnog menjanja potreba i želja turista, turizam se mora posmatrati kao delatnost kojoj je neophodan visok stepen inovativnosti i uključenosti preduzetničkog sektora (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005). S obzirom na to da je turizam sam po sebi dinamičan i složen i da se sastoji i od preduzetničkih aktivnosti komplementarnih privrednih oblasti, preduzetnički poduhvati u oblasti turizma ostaju daleko rezistentniji na tržišne turbulencije u odnosu na proizvodnu industriju i intenzivnu poljoprivredu. Iako određeni pomaci i inicijative postoje, preduzetnička klima u Srbiji i dalje nije dovoljno afirmativna, a institucionalna podrška razvoju *start-up-a* u Srbiji još nije zaokružena.

SUMMARY

ENTREPRENEUR MODELS IN FUNCTION OF SUSTAINABLE TOURISM

Entrepreneurship is an “organic need” of society. Entrepreneurship is expected to have numerous influences on the economic and social development. Due to its impressive growth, tourism has been recognized as a key initiator of social-economic progress, particularly as an intermediary activity, in rural tourism, and in catering. The aim of this paper is to analyze the factors that may influence the development of an entrepreneurship process. A special focus is given to the characteristics of the development process that follow the principles of sustainability, in order to create the guidelines for further improvements. Entrepreneurship in tourism requires a high level of proactivity in order to discern new trends in demand for products and services. For that reason, entrepreneurship was recognized as a crucial factor for competitiveness which includes numerous important elements such as creativity, openness for innovation, uncertainty and risk, management skills etc.

Recognition of all the factors that may encourage and support the development of an entrepreneurship process resulted in a creation of *entrepreneurship*

development models, in a form of systems of logically connected elements that all may have a positive influence on an entrepreneur.

Keywords: Entrepreneurship, tourism, factors, entrepreneurship models, incentive measures

LITERATURA

1. Acs, Z., & Maleck, E. J. (2003). Entrepreneurship in Rural America: The Big Picture. *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Entrepreneurs conference proceedings* (pp. 21–29). Kansas City: Center for the Study of Rural America, Federal Reserve of Kansas City.
2. Agupusi, P. (2007). *Small Business Development and Poverty Alleviation in Alexandra South Africa*. Retrieved 3 йил 2013-3 from <http://papers.ssrn.com>: <http://ssrn.com/abstract=2151712>
3. Amorós, J. E., & Bosma, N. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe*. Desarrollo: Global Entrepreneurship Research Association.
4. Aruwa, S. (2008 йил 1-1). *Entrepreneurial Factors and the Development of Entrepreneurship in Africa*. Retrieved 2013 йил 3-5 from www.academia.edu: http://www.academia.edu/260381/Entrepreneurial_Factors_and_the_Development_of_Entrepreneurship_In_Africa
5. Avlijaš, R. (2011). Model preduzetničkog procesa pokretanja novog poslovnog poduhvata. *Singidunum revija*, 152–156.
6. Bogdanov, N. (2011). *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija*. Beograd: UNDP.
7. Branković, N. (2010 йил 15–12). *Modeli i modelovanje*. Retrieved 2014 йил 23-5 from www.pef.uns.ac.rs: <https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwi16taTvNjIAhXGEywkHV SuAb0&url=http%3A%2F%2Fwww.pef.uns.ac.rs%2Findex.php%2F2015-03-31-06-44-10%2Fpredavanja%2Fcategory%2F73-organizacija-i-sistem-obrazovanja>
8. Buhalis, D., Costa, C. (2006). *Tourism Management Dynamics*. Butterworth Heinemann: Elsevier.
9. Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2004). The entrepreneurial process. In Z. A. Bygrave W. D., *The Portable MBA in Entrepreneurship* (p. 3). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
10. Delić, S. (2012). *Faktori održivog razvoja poljoprivrede AP Vojvodine*. Novi Sad: Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.

11. Drabenstott, M., Novack, N., & Abraham, B. (2003). *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs-A Conference Summary*. Retrieved 2006 йил 16-8 from Center for the Study of Rural America, Federal Reserve of Kansas City: www.kansascityfed.org/PUBLICAT/MainStreets03/RC03_Summarx.pdf.
12. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix -- University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development. *EASST Review*, 14 (1), 14-19.
13. Fu-Lai Tony, Y. (2007 йил 13-7). *A Dinamic Model of The Entrepreneurial Process: A Human Agency Perspective*. Retrieved 2009 йил 13-1 from www.ibacnet.org: <http://ibacnet.org/bai2007/proceedings/Papers/2007bai7059.doc>
14. Galvão, A., Mascarenhas, C., Rodrigues, R., Marques, C., & Leal, C. (2017). A quadruple helix model of entrepreneurship, innovation and stages of economic development. *Review of International Business and Strategy*, 27 (2), 261–282.
15. Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 696–706.
16. Genera, C. (2005). Nature vs. Nurture. *Region Focus*, 17–20.
17. Global Entrepreneurship Monitor. (2015). *GEM 2014 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research.
18. Hjalager, A. M. (1997). Innovation Patterns in Sustainable Tourism. *Tourism Management*, 35–41.
19. Jegdić, V., Škrbić, I., & Milošević, S. (2013). Specifičnosti planiranja održivog turizma. *Tims Acta*, 7, 153–162.
20. Kayne, J. (2000). Rural Entrepreneurship Initiative September. *Second Minnesota Academy working session* (p. 8). Rochester, Minnesota: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
21. Kisić-Zajčenko, S. (2017). Nezaposlenost mladih i preduzetništvo. *Ekonomika preduzeća*, 65 (1-2), 203–215.
22. Kuratko, D., & Hodgetts, R. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Ohio: Thomson South-Western.
23. Laukkanen M., N. H. (2003). Local developers as virtual entrepreneurs – Do difficult surroundings need initiating interventions? *Entrepreneurship and Regional Development*, 309–331.
24. Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13 (8), 787–798.
25. Lyons, T. (2002). Building social capital for rural enterprise development: Three case studies in the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 193–216.

26. Lyons, T. (2003). Policies for creating an entrepreneurial region. *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Entrepreneurs conference proceedings*. Kansas City: Center for the Study of Rural America, Federal Reserve of Kansas City.
27. Müller, S. (2012). *Do rural regions benefit from entrepreneurship?* Retrieved 2014 йил 16-1 from www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk: http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel_rural_regions_benefit
28. Mancino, A., & Rapone, F. (2009). Entrepreneurship in Wine Tourism Development: The Case of the Southern Italian Region of Campania. *Internacional Conference on Tourism Development and Management*. Kos, Greece.
29. Markov, S. (2010). Seoski turizam – preduzetnička aktivnost u seoskim područjima iz sociološke perspektive. *Turizam*, 42–44.
30. Miljević, M. (2007). *Metodologija naučnog rada*. Pale: Filozofski fakultet, Univerzitet u Istočnom Sarajevu.
31. Moore, C. (1986). Understanding Entrepreneurial Behavior: A Definition and Model. *Academy of Management Best Papers Proceedings* (pp. 66–70). Chicago: Academy of Management.
32. Moroz, P., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a Process: Toward Harmonizing Multiple Perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 781–818.
33. Morris, M., & Lewis, S. (1995). The determinants of entrepreneurial activity: Implications for marketing. *European Journal of Marketing*, 31–48.
34. Nieuwenhuizen, C. (2003). The Nature and Development of Entrepreneurship. In N. G., & H. J., *Entrepreneurship: A Sout African Perspective* (pp. 4–22). Pretoria: Van Schaik.
35. Okolić, M. (2007). *Sistem za podršku razvoju malih i srednjih preduzeća*. Banja Luka: Fakultet poslovne ekonomije, Panevropski univerzitet Apeiron.
36. Pejanović, R., & Njegovan, Z. (2010). Preduzetništvo kao razvojni resurs (agro)privrede Republike Srbije. *AGROEKONOMIKA*, 5–15.
37. Penezić, N. (2009). *Preduzetništvo, savremeni pristup*. Novi Sad.
38. Petrin, T. (1994). Entrepreneurship as an economic force in rural development. *Seventh FAO/REU International Rural Development Summer School*. Herrsching, Germany.
39. Peverelli, P. J., & Song, J. (2012). *Chinese entrepreneurship: A social capital approach*. Berlin, Heidelberg: Springer.
40. Popović, B. (2009). Contribution of Small and Medium Sized Enterprises in Republic Serbia. *Journal of Agricultural Sciences*, 63–80.

41. Radosavljević, G., & Borisavljević, K. (2003). *Inovacije kao faktor razvojapreduzetništva u turizmu*. Retrieved 13 йил 2013-4 from nde.ekof.bg.ac.rs:
http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ad=rja&ved=0CCYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnde.ekof.bg.ac.rs%2Fvesti%2F2011%2Fpalic%2FRadosavljevic%2520Borisavljevic.doc&ei=h bNnUuuxGITXswbVhoGoCg&usg=AFQjCNGg04Rxfd_rqG9YDa8OKx sQuGGIPQ&sig2=aU3Ad
42. Radović, D., & Radović, B. (2007). Preduzetništvo, poslovno okruženje i nezaposlenost u funkciji smanjenja regionalnih razlika u Srbiji. *Ekonomski vidici*, 147–161.
43. Sherief, S. (2008 йил 23-1). *Entrepreneurship as an economic force in rural development*. Retrieved 2013 йил 22-5 from www.AfricaEconomicAnalysis.org:
http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural_entrepreneurship.html
44. Thomas, R. (2005). *Fostering SMEs and entrepreneurship development in support of alternative tourism in Bulgaria*. Retrieved 14 йил 2013-5 from www.oecd.org: www.oecd.org/cfe/tourism/40239549.pdf
45. Timmons, A., & Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (7th ed)*. New York: McGraw-Hill.
46. Vukmirović, N. (2005). Modeli podrške razvoju ženskog preduzetništva. *Industrija*, 1–18.
47. Wickham, P. A. (2004). *Strategic Entrepreneurship(3rd ed)*. London: Pearson

Ovaj rad je primljen **14.12.2018.**, a na sastanku redakcije časopisa prihvaćen za štampu **07.02.2019.** godine.