



Андреа БУЧАЛИНА МАТИЋ

Факултет друштвених наука
Београд, Србија

КОНТАКТ: andrea.bucalina@fdn.edu.rs

УДК:
005.1:005.5
330.82

Врста рада:
ПРЕГЛЕДНИ НАУЧНИ РАД

Примљен: 1. 9. 2022. ✓
Прихваћен: 14. 10. 2022. ✓



Биљана ПЕЈОВИЋ

Факултет друштвених наука
Београд, Србија

КОНТАКТ: biljana.pejovic@fdn.edu.rs

ТЕОРИЈСКА КОНЦЕПТУЕЛИЗАЦИЈА ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Апстракт: Предузетништво не треба повезивати само са одређеном организационом целином, формом, власничком структуром или фазом животног циклуса предузећа, јер је присутно свуда где постоји иницијатива за увођење иновација и преузимање ризика као нових изазова и могућности. У овом раду представљен је историјски развој предузетништва, значење термина и различити теоријски приступи, у зависности од периода посматрања као и аутора који су се бавили предузетништом. Ради целовитог разумевања појма предузетништва као пословне активности указује се на постулате класичних економских школа и савремене мисли о предузетништву. Такође, представљени су начини извршења предузетничке активности некад и сад. Закључује се да предузетништво одавно представља нови сектор савремене привреде, нову економску категорију која доводи до стварања и примене нових стратегија у пословању и пласирање нових производа и услуга на постојећа или нова тржишта.

Кључне речи: ПРЕДУЗЕТНИШТВО, ПРЕДУЗЕТНИК, КЛАСИЧНЕ ЕКОНОМСКЕ ШКОЛЕ, НОВИ ПРИСТУПИ ПРЕДУЗЕТНИШТВУ, КАРАКТЕРИСТИКЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА.

Развој мисли о предузетништву

Предузетништво се посматра као нови економски сектор савремене економије, а предузетници као креатори нових радних места.

Историјски развој предузетништва датира још из древних времена, о чему сведоче бројни примери старих цивилизација. У прилог томе да је предузетништво старо скоро колико и цивилизација говоре списи старих цивилизација као што су египатска, кинеска, вавилонска. Такође, неки облици предузетничке активности су били присутни и у античко доба. Предузетничке активности спровођене у том периоду односиле су се, углавном, на трговину и пословање новцем.

Уколико се посматра развојни пут предузетништва може се приметити да су различита разумевања појма предузетништво. Виђења термина предузетништво разликовало се у зависности од аутора који су се бавили том тематиком.

Зарад лакшег тумачења развоја економске мисли о предузетништву у овом раду биће посматрано предузетништво са аспекта класичних економских школа и савремене мисли о предузетништву.

Класичне економске школе чине:

француска,
енглеска,
немачка,
америчка и
аустријска школа.

Француска школа. Када је реч о представницима француске школе који су се бавили појмом предузетништво истичу се Ричард Кантилон (*Richard Cantillon*) и Жан Баптист Сеј (*Jean-Baptiste Say*).

Ришард Кантилон се сматра првим теоретичарем који се бавио предузетништвом као процесом и предузетником као носиоцем тог процеса.

У свом делу *Essai sur la Nature du Commerce en Général* (1775) – код нас преведено под насловом „Општа расправа о природи трговине“ – први пут помиње термине предузетништво и предузетник. Кантилон је дефинисао предузетника као особу која купује средства производње по одређеним ценама, затим комбинује та иста средства производње и на основу те комбинације производи нов производ. Најзначајнија карактеристика у наведеном процесу, а односи се на предузетника, је спремност да преузме финансијски ризик. (Krumina, 2017)

Према Кантилону друштво су чиниле три групе људи. У прву групу сврста-

вао је земљопоседнике или власнике капитала, у другу предузетнике, а у трећу људе који примају плату. На основу наведене поделе у друштву може се закључити да је правио јасну разлику између власника капитала и предузетника, јер по наведеном аутору предузетници су она група људи која започиње пословни подухват, а да при том нису сигурни у исход тог подухвата. (Cantillon, 2001)

Развоју сопствене теорије о предузетништву Кантилону је помогло искуство које је стекао кроз рад јер је и сам био предузетник. У својим радовима није заступао меркантилистичку идеју да је новац богатство, наглашавао је значај функције, а не личности предузетника и његова теорија је изразито на страни понуде. За теорију Кантилона кажу да је уско дефинисана, али да је широко примењива. (Brown & Thornton, 2013)

Други значајан француски теоретичар је Жан Баптист Сеј који је своје виђење термина предузетник изградио на основу дефинисања изнетог од стране Ричарда Кантилона. Сеј је дефинисао предузетника као особу која подстиче друге људе да буду креативни, иновативни, али и продуктивни. (Krumina, 2017)

Сеј као најзначајнију карактеристику предузетника наводи његову способност да проналази и комбинује факторе производње, али и да премешта ресурсе из мање продуктивних у више продуктивне области које имају шире пословне могућности.

Жан Баптист Сеј је поделио привреду на три категорије, и то креатори научног сазнања, они који та знања примењују у конкретним областима, и непосредни произвођачи одређених производа/услуга. Према наведеној категоризацији предузетници по својим карактеристикама припадају другој категорији, односно особама који конкретна знања примењују у конкретним областима. (Авлијаш, 2010: 6)

У својим радовима Сеј наводи да предузетник има централну координациону улогу и у производњи, и у дистрибуцији. Предузетника као носиоца активности представља као координатора, лидера и менаџера. Први је теоретичар који наглашава менаџерску улогу предузетника. Предузетништво дефинише као супериорну врсту рада која одржава привреду у континуираном покрету што доводи до просперитета унутар државе. (Mirjam van Praag, 2005)

Енглеска школа. У периоду када су француски економисти и теоретичари постављали темеље предузетништва које изучавамо данас и наводили да је предузетништво значајно за економски развој, енглески економисти томе нису придавали велики значај. За енглеске економисте у том периоду највећи значај за економски развој су имали капиталисти, односно власници капитала. Према енглеским теоретичарима и економистима предузетник је био пасивни капиталиста. (Авлијаш, 2010)

Најистакнутији представник енглеске школе предузетништва је Џон Стјуарт Мил (*John Stuart Mill*). Он је дефинисао предузетника као особу која преузима ризик и управља пословањем. (Krumina, 2017) Управо то преузимање ризика,

Мил је навео као најзначајнију карактеристику која прави разлику између менаџера и предузетника.

Немачка школа надовезује се на француску школу предузетништва. Најистакнутији представници немачке школе су Јохан Хајнрих фон Тинен (Johann Heinrich von Thünen) и Ханс Карл Фридрих фон Манголд (Hans Carl Friedrich von Mangoldt). Њени представници прихватили су ставове француских теоретичара да је предузетник иноватор који је спреман да преузме ризик.

Манголд је препознао два типа предузетника: предузетника иноватора и предузетника опортунисту. Први троши више времена на развој посла, док се други брже прилагођава променљивим условима и захтевима потрошача. (Јовановић-Божинов, Живковић, Ланговић и Вељковић, 2004) Он је сматрао да је преузимање ризика темељ предузетништва. Такође је навео да се предузетнички приход дели на: премију за преузимање пословног ризика, предузетничке камате и плате и предузетничку ренту (накнаду за уложена властита средства).

Манголд је теорију предузетништва повезао с производњом и на основу тог повезивања навео да постоје две врсте производње и то производња по наруџбини и производња за тржиште. По овом аутору производња по наруџбини смањује ризик, док неизвесност расте с дужиим периодом крајње производње. (Шкртић, Микић, 2011: 87)

Америчка школа. Развој предузетништва у Америци темељи се на немачкој школи предузетништва. Немачка школа предузетништва је основа за развој предузетништва у Америци из разлога што се велики број америчких економиста школовао у Немачкој. Амоса Вокер (*Amasa Walker*) се сматра првим америчким економским теоретичарем који је увео термин предузетништво у америчку економску мисао и теорију. Вокер је дефинисао предузетника као креатора економског богатства који је усредсређен на процес производње. То је особа која проналази адекватну комбинацију капитала и рада и преузима различите улоге. Према Вокеру предузетник је поседовао техничке вештине, али и комерцијално и административно знање. Као још једну од значајних карактеристика навео је да предузетник преузима одговорност, обликује, усмерава производњу, али и организује и контролише производни процес. (Исто)

Други најзначајнији представник америчке школе предузетништва био је Амасин син – Франсис Амоса Вокер. Најпознатија дела наведеног економисте везују се за економске теорије о платама и профиту. Поред теорије о платама и ценама, Вокер млађи био је и заговорник капитализма и аутор теорије предузетника и предузетничког профита као његове „плате“ за успешан рад.

Франсис Вокер је класификовао предузетнике у четири типа: (1) веома надарене особе које имају способност предвиђања будућности, мотивисања и вођења; (2) талентоване особе које су природне вође; (3) мудре и одлучне особе, релативно успешне и упорне особе које се поприлично добро сналазе

у пословању; и (4) неуспешне особе, односно особе које су промашиле занимање. (Шкртић и Микић, 2011: 88)

Поред двојице Вокера, представници америчке школе су и Фредерик Бернард Хавлеи (*Frederick Barnard Hawley*) и Џон Бејтс Кларк (*John Bates Clark*). Вокерови и Хавлеи описивали су предузетнике као особе које су способне, марљиве, које поседују добре организационе способности имају таленат и веома су марљиве и предане послу, док је Кларк у својим делима наводио да постоји јасна разлика између предузетника и власника капитала. Такође, заступао је мишљење да је ризик у пословању био само на страни власника капитала, а да је предузетништво као активност један од начина решавања извесних поремећаја који се догађају у економији и привреди једне земље. Сматрао је да резултат предузетничких активности које се спроводе као реакција на поремећаје у економији и привреди, не доводе до значајнијих промена, већ да само имају сврху да успоставе статичко стање, односно стање које се карактерише одсуством промена. (Јовановић-Божинов, Живковић, Ланговић и Вељковић, 2004)

Такође значајан представник америчке школе је Френк Најт (*Frank Knight*). Према њему предузетник је појединац који је спреман да прихвати ризик и неизвесност стварајући на тај начин профита. У својим радовима наводи да профит није резултат ризика већ неизвесности. (Обрадовић, Пејовић, 2012)

Аустријска школа. Један од најистакнутијих представника ове школе и неокласичне економске мисли је Јозеф Шумпетер (*Joseph Schumpeter*), који се сматра творцем теорије иновативности у којој је нагласио да је предузетник носилац иновације. Предузетник је према овој теорији имао задатак да пронађе нове изворе средстава, уведе нове начине производње производа и услуга, створи нов производ и открива нова тржишта. Критичаре наведене теорије су сматрали да је све наведено могуће применити када је реч о великом предузећу, док су сматрали да је за мала предузећа исплативије да се прилагоде потребама тржишта. (Krumina, 2017)

Шумпетер у својим делима наводи да је предузетништво покретач промена у економији једне земље и да подстиче развој нових производа или услуга. Он дефинише предузетништво као пословну активност извођења иновација, док за предузетника каже да је носилац тих иновација. За Шумпетера иновације су кључне јер економски напредак произилази из креације, а не прилагођавања. Иновације подразумевају нове производе и услуге, нова тржишта, нове начине рада, нове начине управљања, долазак до нових сировина и материјала и њихова употреба и нов начин организације. Тврди да је предузетништво „процес деструктивне креације”, јер стварањем нових подухвата истовремено долази до разарања и уништења постојећег окружења. Исти аутор прави јасну разлику између менаџера и предузетника. (Schumpeter, 1996)

Шумпетер је први почео да заговара динамичку теорију предузетништва, где наводи да је предузетништво катализатор који спречава статичност у

привреди једне земље и који тиме иницира и одржава процес развоја. Он је први теоретичар који је човека ставио у центар процеса економског развоја. Сматра да су предузетници појединци који су мотивисани снагом воље.¹

Један од значајнијих аустријских економиста који су дали допринос развоју предузетништва је Израел Кирзнер (Israel Kirzner), који је као кључну карактеристику предузетника навео способност да уочи прилику за размену. Способност уочавања прилике проистиче из велике инфоормисаности предузетника и познавања тржишта. Кирзнер наводи да предузетник долази до профита не на основу ресурса са којим располаже, већ на основу посредовања као трговца. (Обрадовић, Пејовић, 2012)

Поред способности уочавања прилика на тржишту Кирзнер сматра да је и опрезност основни квалитет предузетника. Према наведеном економисти предузетништво није само још један фактор производње, оно не укључује трошкове ресурса неопходне за добијање услуга, земљишта, рада или капитала, већ је бесплатно. Такође сматра да је предузетничка свест нешто што се не може научити као што могу да се науче технике управљања.²

Савремена економска мисао о предузетништву

За разлику од традиционалних схватања предузетништва, где се за предузетништво наводи да представља комбиновање ресурса на нов начин, савремена схватања иду корак даље и наглашавају значај креирања ресурса, а не само комбинацију на нов начин.

Савремена мисао о предузетништву истичу неизвесност, време и брзину промена као најзначајније карактеристике. Поред наведених карактеристика ништа мање значајне су и флексибилност и адаптивност које имају основу у информационим технологијама.

У савременим теоријама као основа новог производа који је резултат предузетничког процеса наводе се квалитет, дизајн и сервис. Савремени предузетнички процес заговара идеју реструктурирања великих предузећа и стварање нове форме организационе структуре предузећа. Савремено пословање карактерише интернационализацију економских процеса, промене у процесу рада и напуштање идеје о економији великог обима.

Предузетништво као пословна активност заступа став да предузетник ради у своје име и за свој рачун уз балансирање ризика и зараде. За разлику од ра-

1 Theories of Entrepreneurship <https://ecestudy.files.wordpress.com/2015/02/theories-of-entrepreneurship.pdf> (приступљено 15.07.2021.)

2 AUSTRIAN ECONOMICS AND KIRZNERIAN ENTREPRENEURSHIP <http://www.quebecoislibre.org/05/051215-2.htm> (приступљено 10.04.2020.)

нијих теорија, савремене теорије се скоро уопште не баве детерминисањем појма предузетник и јасним одређењем које су то саставне активности предузетничког подухвата. Више су оријентисане на то да се у моделе одлучивања уврсте претпоставке да су појединици хетерогени са аспекта личних карактеристика, односно предузетничких способности и склоности ка преузимању ризика.

Најистакнутији представници савремених мисли о предузетништву су Питер Дракер (*Peter Drucker*), Вилијам Бајгрев (*William Bygrave*) и Џефри Тимонс (*Jeffry Timmons*).

Дракер своје виђење предузетништва заснива на Шумпетеров виђењу нарочито у аспекту иновативности. Наведени аутор акцентује оријентацију на промене при чему наводи да је основа тих промена иновација. За Дракера предузетници највећи акценат стављају на могућности, а не на ризик. Исти сматра да се предузетништво не заснива на карактеристикама које предузетник добија рођењем, нити да је то резултат креативног процеса већ да предузетништво стварају и обликују рад, труд и напор. (Drucker, 2005)

Бајгрев сваки нови пословни подухват или унапређен постојећи подухват назива предузетничким. Такође, наводи да само револуционарне и радикалне промене могу да створе нова тржишта. За овог аутора иновација није предуслов предузетништва. Исти наводи да предузетник је тај који треба да уочи и препозна могућност у окружењу и искористи је. (Короман, 2016)

Модерну дефиницију предузетништва дао је и Џефри Тимонс описујући предузетништво као способност креирања и стварања визије практично ни из чега. Предузетништво представља креативан људски чин и примену енергије за иницирање и изградњу предузећа. Према Тимонсу предузетничка визија подразумијева жељу за преузимање прорачунатих ризика, личних и финансијских, те предузимање свих могућих напора ради смањења могућности пропадања. Предузетништво је начин разумевања, расуђивања и деловања када су повољне прилике уочене, уз холистички приступ и балансирано лидерство са циљем стварања и присвајања вредности. (Timmons & Spinelli, 2009)

У односу на ране теорије, савремене теорије предузетништва су у већој мери фокусиране на ко су особе чији је избор предузетнички подухват као и зашто то чине и каквог утицаја то може имати на укупну ефикасност система. У складу са свим виђењима савременог предузетништва и развојем технологије све више предузетника послује путем интернета, те стога прави се разлика између виртуелних предузетника, пројектних лидера и мрежних брокера.

Предузетништво некада и сада

Предузетничке активности које су се обављале у периоду од XI. до XIII века биле су усмерене на активности у области трговине, банкарства и то у сегменту кредитно мењачких послова, и поморству. Такође, у наведеном периоду активности су биле усмерене на извођење јавних радова, мостова, изградњу путева, војних и других објеката. Уколико се посматра крај XIV века, предузетничке активности су се односиле на породична удружења која су се формирала на одређено време, а која су се такође бавила пословима у области трговине. Током XV века долази до раздвајања привредне активности и пословне имовине предузетника од његове приватне имовине. За овај период је карактеристично да се оснивају предузећа која су слична по карактеристикама предузећима која су данас заступљена на тржишту. Током XVII века долази до пораста значаја међународне и прекоморске активности. У наведеном периоду указује се на значај и повезаност термина ризик и неизвесност са термином предузетништво. (Лајовић, 2006)

Сматра се да су француски теоретичари дали највећи допринос у дефинисању појма предузетништва у научном и стручном смислу и то током XVIII. века. Предузетништво као пословна активност је заступљена у привредама различитог степена развијености, али се ипак предузетништво везује за транзиционе привреде.

На самом почетку дефинисања предузетништва владало је мишљење да власник капитала и предузетник није иста особа, следеће виђење било је усмерено ка томе да је носилац предузетничког подухвата искључиво власник капитала.

Ка теоријском одређењу

Појмовно одређење предузетништва као пословне активности се разликује у зависности од временског периода посматрања и у зависности од гледишта различитих аутора. Без обзира на временски период и ауторе, заједничко за сва појмовна одређења је да предузетништво подразумева увођење иновација у производни процес.

Дејвид Меклеланд (*David McClelland*) наводи да се предузетништво поистовећује са потребом за постигнућем и да су предузетничке активности различите од осталих активности и да им је једна од главних карактеристика прихватање ризика. (McClelland, 1961)

Килстром (*Richard Kihlstrom*) и Лафонт (*Jean-Jacques Laffont*) предузетништво дефинишу кроз предузетничку акцију и спремност преузимања ризи-

ка и суочавања са несигурношћу. (Kihlstrom, Laffont, 1979)

Дени Милер (Danny Miller) за предузетништво каже да представља комбинацију иновативности, преузимања ризика и проактивност. (Miller, 1983: 770-791)

Хауард Стивенсон (Howard Stevenson) и *Карлос Жарило (Carlos Jarillo)* дефинишу предузетништво као процес у ком појединац, односно предузетник, било самостално или у оквиру постојеће компаније трага за новим шансама. (Stevenson, Jarillo, 1990: 17-27)

Џонатан Екарт (Jonathan Eckhardt) и *Скот Шен (Scott Shane)* описују предузетништво као пословни процес идентификовања, процене и искоришћавања могућности за покретање пословног подухвата, обезбеђивање неопходних ресурса и развој и примена стратегије која ће се примењивати у покретању и развоју предузетничког подухвата. (Eckhardt, Shane, 2003: 333-349)

Према *Доналду Куратку (Donald Kuratko)* и *Ричарду Хоџетсу (Richard Hodgetts)* предузетништво представља динамичан процес у чијем фокусу су визија, промена и стварање. (Kuratko, Hodgetts, 2004)

Малколм Харпер (Malcolm Harper) за предузетништво наводи да представља један од чинилаца раста економија земаља које су у развоју (Harper, 1991: 7-12), а са његовим ставом о предузетништво поклапа се и став *Зузане Бриксове (Zuzana Brixiová)* која наводи да предузетништво значајно утиче на економије земаља у развоју. (Brixiova, 2013: 183-194)

Ијрленд (Duane Ireland), *Хит (Michael Hitt)* и *Сирмон (David Sirmon)* за предузетништво кажу да представља социјални процес у ком појединци и њихови тимови препознају и долазе до јединствених ресурса које користе за искоришћавање још увек не искоришћених могућности на тржишту. (Ireland, Hitt, Sirmon, 2003)

Према дефиницији Европске комисије (*Commission of the European Communities*, 2003) предузетништво представља начин размишљања и процес стварања и развоја економске активности комбиновањем ризика, креативности и иновација у оквиру нове или постојеће организације. (Ahmad, Seymour, 2008)

Предузетништво је предмет разматрања и значајног проучавања од стране бројних теоретичара уназад четири деценије.

Као истраживачко поље у академским круговима предузетништво се појавило 1974. године када је *Карл Веспер (Karl Vesper)* саставио групу заинтересованих са Академије за менаџмент како би заједно са њима покушао да реши питање раста националне привреде. Након тога, 1979. године, администрација Владе за економски развој САД је истакла да су мала предузећа креирала 90% нових послова. Наведено је представљало доказ да је предузетништво мотор економског раста. Као што је већ речено различито тумачење термина предузетништво произилази услед различитог гледишта од стране аутора. У даљем тексту биће наведена нека од посматрања термина предузетништво. Једно од

посматрања поистовећује предузетништво са иновацијама, шпекулацијама и комбиновањем ресурса потребних за производни или услужни процес, друго везује термин предузетништво за преузимање ризика и остваривање профита, треће ставља акценат на способност предузетника да уочи и искористи до сада неискоришћене ресурсе и шансе. (Короман, 2016: 147-149)

Дракер дефинисањем предузетника дефинише и предузетништво при чему наводи да предузетник увек тражи промене, одговара на њих и искоришћава их као могућност.

Дефиниција Европске комисије предузетништва каже да предузетништво представља способност појединца да идеје претвори у акцију, уз помоћ креативности, иновативности, преузимања ризика. (Бучалина-Матић, Милановић, Врцељ, 2016: 486)

Предузетништво као пословна активност подразумева уочавање, процену и искоришћавање могућности зарад стварања новог производа, услуге, производног процеса, нове организационе структуре, тржишта. (Shane, Venkataraman, 2000: 218)

Предузетништво постоји када предузетници имају различите идеје о релативној вредности ресурса, односно када ресурси прелазе из инпута у аутпуте. Према овим ауторима предузетништво се базира на различитости уверења о вредности ресурса. (Alvarez, Busenitz, 2001: 756)

Предузетништво као активност посматра се као предузетнички фактор, предузетничка функција, предузетничка иницијатива, предузетничко понашање и предузетнички дух. Као предузетнички фактор подразумева нове факторе у производњи који се разликују од оних који су до тог тренутка коришћени као што су земља, рад, капитал. Као предузетничка функција односи се на уочавање и искоришћавање могућности у окружењу. Предузетничко понашање односи се на искоришћавање иновација уз преузимање ризика и проактивност. Предузетничка иницијатива представља концеп стварања, преузимања ризика, поновне изградње или увођења иновација унутар или ван постојећег предузећа. Предузетнички дух наглашава истраживање, претрагу и иновације, за разлику од експлоатација пословних могућности које се односе на менаџере. Значај предузетништва за економију огледа се у све већој заинтересованости академске и пословне заједнице за разјашњавање термина предузетништво.³

Предузетништво је процес у ком појединац самостално или унутар постојећег предузећа уочава и искоришћава могућности из окружења без обзира да ли располаже средствима неопходним за реализацију уочене могућности. (Stevenson, Jarillo, 1990: 12-27)

Предузетништво као фактор раста и покретач развоја присутно је и има велики значај у привредама различитог нивоа и степена развоја. Ипак највећи

3 Cuervo, A., Ribeiro, D., Roig, S. Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction, <https://www.uv.es/bcjuaveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf> (приступљено 10.04.2021.)

утицај предузетништва на напред наведено учљив је у привредама које су у транзицији.

Предузетништво се може дефинисати као иновативан и динамичан процес креирања, организовања и развоја одређеног пословног подухвата са циљем стварања нове вредности у променљивом окружењу. Као такво, подразумева уочавање и искоришћавање могућности из окружења како би се решили одређени проблеми присутни на тржишту или грани у којој послују. (Јовановић-Божинов, Живковић, Ланговић, Вељковић, 2004: 12)

Предузетништво као пословна активност утиче на успешно решење проблема који се открију у потрошњи, утиче на смањење незапослености, а уједно представља пут за откривање и развој нових тржишта. На основу свега наведеног може се рећи да предузетништво представља нови сектор савремене привреде.

Све наведено указује на то да се за предузетништво може рећи да представља нову економску категорију која доводи до стварања и примене нових стратегија у пословању и пласирање нових производа и услуга на нова или постојећа тржишта.

Карактеристике предузетништва

Суштина предузетништва се огледа и доказује кроз економски и пословни контекст. Иако влада мишљење да је предузетништво карактеристично за мала и средња предузећа, ипак је присутно и у великим предузећима. Такође, предузетништво не треба везати за одређену организациону структуру, форму, одређену власничку структуру и фазу животног циклуса предузећа, јер је присутно свуда где постоји иницијатива за увођењем иновација, преузимања и гледања на ризика и неизвесност као на изазов и могућност.

Предузетништво је другачије од свих других пословних активности јер га условљава, акцентује и захтева променљиво окружење и из разлога што је на тржишту масовна промена хетерогених производа и услуга. Да би предузетнички подухват био успешан неопходно је да идеја за пословни подухват буде идентификовани захтев потрошача на тржишту. Поред тога неопходно је извршити и детаљну анализу спољњег и унутрашњег окружења.

Као пословна активност предузетништво представља експлоатацију уочених могућности са тржишта у комбинацији са креативношћу и иновативношћу предузетника.

Предузетништво је заступљено у свим врстама и областима пословања. Наведено означава да је предузетништво присутно у традиционалним врстама посла или високо технолошким пословима, да је присутно у предузећима свих величина, свим власничким структурама и профитним и непрофитним предузећима. Неке од карактеристика које морају да поседују особе да би

се могле окарактерисати као предузетници су да посао покрећу из сопствених идеја, да следе интуицију приликом уочавања могућности из окружења, прихватају ризик, неизвесност као изазов, раде познате ствари на другачији начин, користе нове идеје у постојећем пословању и процесу рада, потпуно су посвећени послу који обављају при чему као главну награду за обављени посао постављао нови циљ. (Исто: 14)

Најзначајније карактеристике предузетничког подухвата су иновативност, проактивност, аутономија, неизвесност и преузимање ризика. (Петковић, 2018)

Иновативности подразумева спремност предузећа да константно и континуирано уводи нове методе и технике у сам предузетнички подухват. Резултат наведеног су нови производи и услуге.

Конкурентна агресивност је интензитет напора фирме да надмаши ривале и карактерише је снажна офанзивна позиција или агресивни одговори на претње конкурентским. Аутономија се односи на независну акцију коју предузимају предузетнички лидери или тимови усмјерени на доношење новог подухвата и његово остваривање.

Проактивност као карактеристика подразумева став који предузеће има у односу на конкуренте. Односи се на промену постојећег стања и планирање реакција на промене пре него се што уопште дође до промене у окружењу. Наведено говори да предузетничко предузеће не реагује на промену када се она већ догоди, већ пре него се што се догоди.

Преузимање ризика односи се на склоност предузећа да предузима смеле акције, као што су улазак на нова непозната тржишта, улагање у активности чији исход није познат. Преузимање ризика заправо представља склоност предузећа да улаже у активности које су мање познате, али које омогућавају искоришћавање могућности из окружења.

Аутономија је кључна димензија предузетничке оријентације и подразумева независне акције чији је циљ покретање новог пословног подухвата и постизање успеха са истим. (Исто)

Предузетништво се развило захваљујући појединцима који су напустили сигурне послове како би промовисали нове идеје и подухвате на тржишту.

Конкурентска агресивност представља спровођење одређених активности од стране предузећа са циљем надмашивања конкуренције. Конкурентска агресивност се може испољити као офанзивна реакција када се желе престићи конкуренти, реактивна реакција када предузеће тежи да одржи конкурентску предност или агресивни улазак на тржиште које је идентификовано од стране конкурента. (Lumpkin, Dess, 2001: 429-451)

Поред напред наведених карактеристика, предузеће које има тежњу да се назове предузетничким мора бити способно да подстиче и одржава атмосферу која прихвата промене и фокусира се на потрошаче, подстиче, подржава и награђују оне који уочавају пословне могућности које резултирају новим пословањем.

Фактори који утичу на развој предузетништва

Фактори који утичу на развој предузетништва деле се на: факторе екстерног окружења и факторе интерног окружења.

Фактори из екстерног окружења који могу да утичу на развој предузетништва могу бити: социо-културни, економски, правно-политички и техничко-технолошки.

Социо-културно окружење се посматра као скуп социјалних и културних фактора који утичу на развој предузетништва. Социо-културно окружење може имати позитиван, али и негативан утицај. Са социо-културног теоријског аспекта склоност ка предузетништву резултат је социјалних, културних, идеолошких, религиозних и друштвених односа и институција.

Друштвено, односно социолошко окружење представља окружење у ком особа расте, обликује основна уверења, вредности и норме.

Друштво у коме живимо обликује наша веровања, вредности и норме. Култура је најфундаменталнија детерминанта жеља и понашања појединца. Проучавањем културе покушава се разумети како се култура одражава на појединце и друштво у целини. Карактеристике које чине човека као личност и културно биће су вредности, које су смисао његовог живота, норме и правила по којима се понаша, свест и самосвест о сопственим границама и могућностима. (Тањевић, 2013: 77)

Култура која цени и практикује сигурност у свим областима друштвеног живота, није подстицајна за предузетништво. Поред наведеног може се рећи и да култура где је заступљено избегавање ризика и такође није подстицајна.

Економско окружење као фактор развоја предузетништва представља скуп карактеристика опште привредне ситуације у друштву. Под економским факторима посматра се стопа привредног раста, кретање реалног дохотка, инфлација, каматна стопа, однос потрошње и штедње, инвестициона активности. Предузетници су обично у ситуацији да се прилагођавају економском окружењу. Прилагођавање може бити пасивно или активно. Пасивно прилагођавање значи да предузеће дели судбину привреде као целине, док активно прилагођавање представља покушај коришћења шанси за остваривање надпросечних резултата. (Канцир, Ђурица, 2011: 63)

Политичко-правно окружење у ширем смислу чини правно и политичко окружење. Правно окружење представља законодавни оквир деловања привредног субјекта, док политичко окружење је више израз неформалних утицаја различитих друштвених група на привредни живот. Правно окружење односи се на остваривање утицаја на државне и остале друштвено-политичке структуре у смислу адаптирања регулативе потребама привредног субјекта. Политичко окружење односи се на проналажење могућности да се промене

у структури политичког окружења и његовог утицаја искористе на адекватан начин, али без негативних репрекусија на друштво као целину. (Исто: 66)

Институционални оквир у Србији покрива најважнији аспект деловања предузетника и предузећа, формално је уређен законима и прописима уз надзор поштовања истих и уз обезбеђивање институционалне подршке за развој предузетништва, са фокусом на оне форме које доприносе равномернијем регионалном развоју и већој конкурентности привреде Србије.⁴

Техничко-технолошки фактори су веома значајни за покретање и развој предузетничког подухвата. У оквиру ових фактора посматра се развој науке, технике и технологије, отвореност и доступност технолошких информација, организованост и развијеност научно-истраживачког рада који треба да обезбеди стручни и научни потенцијал, континуирано образовање како би се било у складу са променама у технологији, управљању, организацији и другим областима битним за развој предузетништва.

Фактори интерног карактера. Када се говори о личним карактеристикама и потенцијалу предузетника као факторима који утичу на покретање, али и успешност предузетничког подухвата може се наићи на различита размишљања. Одређени аутори заступају став да неке особе на лакши начин долазе до предузетничке идеје, а касније и њене реализације, неки од њих сматрају да се предузетници рађају, други да се предузетник постаје током времена на основу знања и искуства које стиче временом. Иако су различита мишљења и ставовима аутора који се баве овом тематиком, слажу се у једном, а то је да потенцијал предузетника искључиво зависи од његових карактеристика.

Савремене теорије указују на то да успешност предузетник зависи од потенцијала предузетника пре свега посматраног са субјективног становишта, које чине две међусобно повезане компоненте, психичке и образовне особине. (Котлица, 2002: 13)

Психичке особине користе предузетнику како би изабрао врсту и начин предузетничког подухвата, а образовне особине му омогућавају да одабрани предузетнички подухват на успешан начин реализује.

Неке од особина које би требало да поседује сваки предузетник су успешност у решавању проблема, спремност да прихвати ризик, друштвена комуникативност, реалност у процењивању, оријентисаност на будућност, учовање тренутног стања, радна посвећеност, склоност ка сарадњи и отпорност на стресове. (Пенезић, 2008: 31)

Већина данашњих предузетника покреће предузетничких подухват по сопственом осећају и заступању става да имају способности неопходне за успешно пословање. Неретко се исти сусрећу са проблемима које не могу успешно

⁴ Стратегија за подршку развоја малих и средњих предузећа, предузетништва и конкурентности за период од 2015. до 2020. године; <http://www.privreda.gov.rs/wp-content/uploads/2015/06/Strategija-mala-i-srednja-preduzeca.pdf> (приступљено 11.03.2021.)

да реше што даље води негативном исходу пословања. Разлог немогућности решења проблема често се може наћи у неприкладном психичком потенцијалу предузетника.

Закључак

Као истраживачко поље у академским круговима предузетништво се појавило 1974. године када је Карл Веспер саставио групу заинтересованих са Академије за менаџмент како би заједно са њима покушао да реши питање раста националне привреде.

Предузетништво одавно представља нови сектор савремене привреде, нову економску категорију која доводи до стварања и примене нових стратегија у пословању и пласирање нових производа и услуга на нова или постојећа тржишта.

Предузетништво као пословна активност се огледа и доказује кроз економски и пословни контекст. Предузетништво не треба везати за одређену организациону структуру, форму, одређену власничку структуру и фазу животног циклуса предузећа, јер је присутно свуда где постоји иницијатива за увођењем иновација, преузимања и гледања на ризик и неизвесност као на изазов и могућност.



ЛИТЕРАТУРА



1. Авлијаш, Р. (2010): Предузетништво; Београд/Лозница: Универзитет Сингидунум/Младост Груп.
2. Бучалина-Матић, А; Милановић, В. и Врцел, Н. (2016): Предузетништво, маркетинг и предузетнички маркетинг, *International scientific conferenc – ERAZ 2016: Knowledge based sustainable economic development*, стр. 486.
3. Drucker, P. (2005): Управљање у новом друштву; Нови Сад.
4. Eckhardt, J.T. & Shane, S.A. (2003): Opportunities and entrepreneurship, *Journal of Management*, 29, pp. 333-349.
5. Ireland, R. D; Hitt, M A. & Sirmon, D G. (2003): A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions; *Journal of Management*.
6. Јовановић-Божинов, М; Живковић, М; Ланговић, А. и Вељковић, Д. (2004): Предузетништво; Београд: Мегатренд универзитет примењених наука.
7. Канцир, Р. и Ђурица, М. (2011): Маркетинг; Београд: Београдска пословна школа.
8. Cantillon, R. (2001): *Essay on the Nature of Commerce in General*; Transaction Publishers.
9. Kihlstrom, R.E. & Laffont, J.J. (1979): General equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion, *Journal of Political Economy*, 87, pp.719-748.
10. Короман, Б. (2016): Дискурс о предузетништву, *7TH INTERNATIONAL RESEARCH-EXPERT CONFERENCE BUSINESS DEVELOPMENT 2015 Economic Policy and Small & Medium Enterprises*, Економски факултет у Сарајеву, Универзитет у Сарајеву, год. 2, бр. 1.
11. Котлица, С. (2002): *Основи предузетништва*; Београд: Виша пословна школа.
12. Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2004): *Entrepreneurship Theory, Process, Practice*; Mason: OH: Thomson South-Western.
13. Лајовић, Д. (2006): Предузетништом у породични бизнис; Подгорица: Графо Црна Гора.
14. McClelland, D.C. (1961): *The achieving society*; Princeton, NJ: Van Nostrand.
15. Miller, D. (1983): The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, 29, pp.770-791.
16. Обрадовић, С. и Пејовић, Љ. (2012): Млади предузетници (приручник из предузетништва за ученике средњих стручних школа); Подгорица: Центар за стручно образовање.
17. Пенезић, Н. (2008): Предузетништво – савремени приступ, Нови Сад: Академска књига.
18. Петковић, С. (2018): Предузетничка оријентација и пословне перформансе; Бања Лука: Универзитет у Бања Луци, Економски факултет.
19. Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990): A paradigm of entrepreneurship research: Entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, 11, pp. 17-27.
20. Тањевић, Н. (2013): Социологија; Београд: Висока школа за пословну економију и предузетништво.

21. Timmons, J. A. & Spinelli, S. Jr. (2009): New Venture Creation, *Entrepreneurship for the 21st Century*, 8th ed. McGraw-Hill/Irwin.
22. Harper, M. (1991): Enterprise Development in Poorer Nations, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), pp.7-12.
23. Шкртић, М. и Микић, М. (2011): Подузетништво; Загреб: Синергија накладништво.
24. Schumpeter, J.A. (1996): *History of Economic Analysis: With a New Introduction*; Edited from Manuscript by Elisabeth Boody Schumpeter, New Introduction by MarkPerlman, Oxford University Press.

ВЕБОГРАФИЈА:

1. Alvarez, S.A. & Busenitz, L.W. (2001): The entrepreneurship of resource-based theory, *Journal of Management*, 27, 756; https://www.researchgate.net/publication/228264534_The_Entrepreneurship_of_Resource-Based_Theory
2. Ahmad, N. & Seymour, R. G. (2008): DEFINING ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection, OECD Statistics Working Paper; <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/39651330.pdf>
3. Brixiova, Z. (2013): Modeling productive entrepreneurship in developing countries, *Small Business Economics*, 41(1),183–194. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9410-z>
4. Brown, C. & Thornton, M, (2013): How Entrepreneurship Theory Created Economics, *The Quarterly Journal of Austrian Economics* 16, No. 4, pp. 402-404; https://mises-media.s3.amazonaws.com/cjgae16_4_2.pdf?file=1&type=document
5. Krumina, M. (2017): Theoretical aspects of entrepreneurship, *75th Conference Human resources and social policy Riga*, University of Latvia;
6. https://www.bvef.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/projekti/evf/konferences/75.konference/
7. Cuervo, A; Ribeiro, D. & Roig, S: Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective, *Introduction*; <https://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf> Hazans_ENG/Theoretical_aspects_of_entrepreneurship_Krumina.pdf
8. Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001): Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 429-451; https://www.utdallas.edu/~ggd021000/2001_Linking%20Two%20Dimensions%20of%20Entrepreneurial%20Orientation%20to%20Firm%20Performance.pdf
9. Mirjam van Praag, C. (2005): *Successful Entrepreneurship: Confronting Economic Theory with Empirical Practice*, Edward Elgar Publishing, pp. 14-15; http://www.unicaen.fr/ufr/eco/espaceprof/script1/script2/identification//bonnet_jean/Entrepreneuriatmaster1/2Entrepreneurlittecocomplement/4GrandsauteursVPraag.pdf
10. Shane, S.A. & Venkataraman, S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25, 218; <https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>

ОСТАЛИ ИЗВОРИ:

1. *AUSTRIAN ECONOMICS AND KIRZNERIAN ENTREPRENEURSHIP* <http://www.quebecoislibre.org/05/051215-2.htm>
2. *New World Encyclopedia*; http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Francis_Amasa_Walker
3. Стратегија за подршку развоја малих и средњих предузећа, предузетништва и конкурентности за период од 2015. до 2020. године; <http://www.privreda.gov.rs/wp-content/uploads/2015/06/Strategija-mala-i-srednja-preduzeca.pdf>
4. *Theories of Entrepreneurship*; <https://ecestudy.files.wordpress.com/2015/02/theories-of-entrepreneurship.pdf>

THEORETICAL CONCEPTUALIZATION OF ENTREPRENEURSHIP

Abstract: Entrepreneurship should not be associated only with a certain organizational unit, form, ownership structure or phase of the company's life cycle, because it is present wherever there is an initiative to introduce innovations and take risks as new challenges and opportunities. This paper presents the historical development of entrepreneurship, the meaning of the term and different theoretical approaches, depending on the period of observation, as well as the authors who dealt with entrepreneurship. In order to fully understand the concept of entrepreneurship as a business activity, the postulates of classical economic schools and contemporary thoughts on entrepreneurship are pointed out. The ways of performing entrepreneurial activity, then and now, are also presented. It is concluded that entrepreneurship has long been a new sector of the modern economy, a new economic category that leads to the creation and application of new strategies in business and the marketing of new products and services to existing or new markets.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEUR, CLASSIC ECONOMIC SCHOOLS, NEW APPROACHES TO ENTREPRENEURSHIP, CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURSHIP.