

EKONOMSKI, SOCIOLOŠKI I PSIHOLOŠKI ASPEKTI PONAŠANJA PREDUZETNIKA PRILIKOM POKRETANJA PREDUZETNIČKOG PODUHVA, KORIŠTENJEM RAZLIČITIH PREDUZETNIČKIH STRATEGIJA ULASKA NA TRŽIŠTE

Mr.sc. Emir Šahman, doktorant, e- mail: emir1976@live.de

tel. +387 61 473 826

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, Bosna i Hercegovina

Sažetak: Preduzetništvo možemo definisati kao skup raznovrsnih sposobnosti, faktora i funkcija koje posjeduje i koristi preduzetnik prilikom obavljanja svoje preduzetničke aktivnosti. To se najčešće odnosi na organizovanje, koordiniranje, nadzor, upravljanje i rukovođenje procesima rada, poslovima i akcijama. Ekonomski preduslovi za pokretanje preduzetničkog poduhvata kao i razvoj preduzetništva su: vlasništvo, kapital, konkurencija, tržišna struktura i preduzetnička organizacija. Poslovno okruženje uvažava isto tako i sociološke i političke faktore koji imaju snažan uticaj na razvoj preduzetništva a najvažniji su: procesi tranzicije društva, posljedice ratnih razaranja, nedefinisanost imovinsko-pravnih odnosa, nerazvijena tržišta, spoljno - trgovinski debalans, nedostatak kapitala, nizak nivo poslovne kulture i dr. Psihološki faktori koji utiču na pokretanje preduzetničkog poduhvata su: lične karakteristike preduzetnika, okolnosti životnog puta i faktori okruženja. Karakteristike dobrog preduzetnika su: nezavisnost, samopouzdanje, spremnost na rizik, prilagodljivost, sposobnost učenja, i upornost. Za preduzetnike je vrlo važno da njeguju strateški način upravljanja preduzećem, i da koriste najbolju moguću strategiju ulaska na tržište u zavisnosti od situacije u kojoj se njihovo preduzeće nalazi. Anketiranjem preduzetnika različite starosne dobi i stručne spreme koji rade u BiH ili Austriji, te analizom njihovih odgovora došli smo do zaključaka koji su glavni razlozi za pokretanje preduzetničkog poduhvata.

Ključne riječi: preduzetništvo, faktori za pokretanje biznisa, tržište, preduzetničke strategije, aspekti poslovanja

ECONOMIC, SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF BEHAVIOR ENTREPRENEURS WHEN LAUNCHING A BUSINESS VENTURE, USING DIFFERENT ENTREPRENEURIAL MARKET ENTRY STRATEGIES

Abstract: Entrepreneurship can be defined as a collection of diverse abilities, factors and functions of the entrepreneur and used in the performance of their entrepreneurial activities. That is usually the organization, coordination, supervision, administration and management of work processes, activities and actions. The economic preconditions for starting entrepreneurial ventures and entrepreneurship development are: ownership, capital, competition, market structure and entrepreneurial organization. The business environment also takes into account the sociological and political factors that have a strong impact on the development of entrepreneurship and the most important are the processes of social transition, the consequences of war, lack of definition of property-legal relations, underdeveloped markets, foreign - trade imbalance, lack of capital, low level of business culture and others. Psychological factors influencing the launching of entrepreneurial ventures are: the personal characteristics of entrepreneurs, the circumstances of life time and environmental factors. Characteristics of a good entrepreneur are: independence, self-confidence, willingness to take risks, flexibility, ability to learn, and perseverance. For entrepreneurs, it is very important to

foster the strategic management of companies, and to use the best possible strategy for entering the market depending on the circumstances in which their business is located. The polling of entrepreneurs of all ages and qualifications working in BiH and Austria, and the analysis of their responses we have come to conclusions which are the main reasons for starting entrepreneurial ventures.

Keywords: entrepreneurship, factors for starting a business, market, entrepreneurial strategies, aspects of business

Uvod

Ponekad se javlja mišljenje da je preduzetništvo čisto ekonomski fenomen, što je pogrešno jer ono predstavlja multidimenzionalni fenomen uključujući sociološke, psihološke ili političke aspekte koji pridonosi poboljšanju načina ponašanja preduzetnika u formiranju kao i jačanju poslovnih inicijativa. Na ovaj način se postiže i ukupni privredni razvoj i prosperitet.

Prije započinjanja preduzetničkog poduhvata preduzetnik se informiše o okruženju, dobavljačima, kupcima, konkurenciji, i vrši informisanje iz internih izvora te na osnovu svih saznanja kreira poslovni plan u kojem opisuje svoju poslovnu viziju.

Na osnovu praćenja tržišnih kretanja preduzetnik nastoji da strateški pristupa i ulazi na neko tržište odabirom prihvatljive strategije. Postoje tri principa, tj. strategije ulaska na tržište: strategija inovativnosti, strategija imitacije i strategija neuhvatljivosti.

1. Pojam preduzetništva i preduzetnika

Pojam preduzetništva možemo pronaći u etimološkoj osnovi riječi: preduzeti, preduzimati znači prihvatiti se nečega, pristupiti ostvarenju nečega, odnosno, početi nešto raditi. Preduzetništvo možemo definisati kao proces stvaranja nove vrijednosti u kojem preduzetnik na jednom mjestu skuplja sva sredstva potrebna za realizaciju poslovne prilike, preuzimajući pri tom rizik gubitka novca, vremena ili nekog oblika vrijednosti proizvoda ili usluge.

Preduzetnici su inovatori¹⁷⁸, smatraju promjenu obaveznom i zdravom. Resurs ne postoji dok čovjek ne iznađe način korištenja neke prirodne pojave i tako joj podari ekonomsku vrijednost. Inovacija postaje specifičnim instrumentom preduzetništva kojim resursi dobivaju nove sposobnosti stvaranja bogatstva, i sredstvo kojim preduzetnici koriste promjene kao povoljne prilike za neki drugi posao ili uslužnu djelatnost. Preduzetništvo nije ni nauka ni umjetnost, već praksa temeljena na znanju koja počiva na potrebi stalnih promjena privredne aktivnosti kao temeljnog preduslova ukupnog društvenog razvitka. Preduzetnik je spreman na rizik i maksimalan napor; pronalazi uspješne poslovne ideje, mjesto na tržištu, tehnologije i proizvode, te ih brzo i na vrijeme realizira. Preduzetnik brzo pronalazi kadrove, kapital i organizaciju. Preduzetnik je osoba svjesna svojih talenata, znanja i mogućnosti. On je proizvod interakcije svojih urođenih sklonosti, kućnoga odgoja, obiteljske tradicije i okoline u kojoj se razvija, kvalitete obrazovnog sistema, historijskih, kulturnih, civilizacijskih tekovina, razvijenosti privrede i demokratije, preduzetničke klime i uvjeta za bujanje slobodnog preduzetništva.¹⁷⁹

Preduzetnici su obično jake osobe, izuzetno sposobne i talentirane. Oni su obično prvi ljudi u preduzeću pa su kao takvi glavni nosioci svih tehnoloških inovacija.

¹⁷⁸Shumpeter (1883 – 1950)

¹⁷⁹Prema Kuvačić, N.: Test poduzetničkih sklonosti, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet & Veleučilište u Splitu, Split, 1998.

2. Preduzetnik i menadžer

Preduzetnik označava pojedinca koji obavlja preduzetničke aktivnosti. To je osoba koja zna i hoće se prihvatiti nečega u pravo vrijeme, snalažljiva je i vješta u praktičnoj provedbi ideja. U svakodnevnom životu pojam preduzetnika može se shvatiti kao sinonim za vlasnika firme, nekad za menadžera, nekad za poslovnog čovjeka. No između ova dva pojma važno je uočiti razliku:

- Preduzetnik (njem. Unternehmer, engl. entrepreneur) - vlasnik-rukovodilac, osoba koja je pripravna, spremna realizirati svoje originalne preduzetničke ideje i pri tome se izložiti visokim rizicima i neizvjesnosti u pogledu konačnih dobiti ili gubitka.
- Menadžer - djelatnik profesionalni stručnjak za neko od područja poslovne aktivnosti, proizvodne, trgovačke ili uslužne, upravljač preduzetnikove firme.

Gifford Pinchot opisuje preduzetnike (intrapreneure) kao one koji preuzimaju neposrednu odgovornost za stvaranje inovacije bilo koje vrste unutar organizacije. Intrapreneur može biti kreator ili izumitelj, ali on je uvijek onaj sanjar koji smišlja kako neku ideju pretvoriti u profitabilnu realnost.

Kao što iz menadžmenta proizilaze menadžeri, tako iz preduzetništva proizlaze preduzetnici koji imaju svoje osobine. Preduzetnici su u prvom redu poslovno kreativni, inovativni, dinamični ljudi koji su sposobni brzo uočiti pojave, probleme i mogućnosti. Za preduzetnika nije dovoljno da bude dobar menadžer, nego i dobar lider. Preduzetnik ne obavlja samo zadatke već postavlja zadatke. U toku obavljanja poslovnih aktivnosti i poduhvata mora znati dobivati, ali i gubiti. Preduzetnik je nemiran duh koji se ne zadovoljava postignutim.

3. Karakterne osobine i tipovi preduzetnika

Najčešće i najvažnije osobine preduzetnika su:

1. preuzimanje rizika i nezavisnost,
2. unutrašnji centar kontrole, - vjeruju da imaju veliki uticaj na ono što im se događa, a da je rezultat sreće nazivamo spoljnim centrom kontrole,
3. živjeti od uzbuđenja,
4. samoinicijativnost i samopouzdanje,
5. prilagodljivost i upornost,
6. dvosmislenost, - odnosi se na dilemu izbora,
7. obrasci prepoznavanja, - širok pogled na problem i hvatanje u koštac sa problemima,
8. mala potreba za pomoć,
9. „ono pravo“, - odnosi se na osobine preduzetnika.

Bitne osobine preduzetnika su inicijativnost, inovativnost, dinamičnost i smjelost. Možemo reći da su se na osnovu raznih istraživanja iskristalizirale osnovne karakteristike preduzetnika:¹⁸⁰

- potreba za postignućem i uspjehom,
- kreativnost i inicijativa,
- preuzimanje rizika, povjerenje u sebe i smjelost,
- potreba za nezavisnošću i autonomijom
- motivacija, energija, angažman.

¹⁸⁰Čovo, P., Održivo poduzetništvo, Sveučilište u Zadru, Zadar 2007. str 7.,

U životu iposlovnoj praksi možemo reći da imamo određene tipove preduzetnika i to:

1. preduzetnik koji samostalno radi,
2. stvaralac tima, stvara veće preduzeće,
3. nezavisni inovator, tradicionalni inovator,
4. multiplikator pristupa, neko ko kreira dobar poslovni pristup i stvara profit,
5. eksploator veličine, smanjuje troškove sa povećanjem obima aktivnosti,
6. agregator kapitala, ulaže veliki kapital,
7. stručnjak za kupovinu i prodaju preduzeća uz ostvarenje profita,
8. konglomerator, kupnjom akcija u jednom preduzeću koristi za kupnju akcija u drugom,
9. sposoban manipulator vrijednosti, kada od par uzajamno povezanih poslova stvori kombinaciju veće vrijednosti.

P. Sikavica je oslanjajući se na M. Zuberbüchlera preduzetnike podijelio u četiri grupe. Svaki tip preduzetnika se veže za pojedine faze razvitka kompanije.¹⁸¹

1. Preduzetnik – Pionir – nastupa u fazi stvaranja kompanije.
2. Preduzetnik – Maher – nastupa u drugoj fazi rasta kompanije. Preduzetnik je dobar kao izvršilac, ali mu je slabost nedostatak vizije, inovacija i ideja.
3. Preduzetnik – Strateg – nastupa u trećoj fazi rasta kompanije kada dolazi do diferencijacije. Preduzetnik ne može kontrolisati poslovanje cijele kompanije, pa je sklon decentralizaciji kompanije na strategijske, profitne i poslovne centre.
4. Preduzetnik – Trener – nastupa u IV fazi razvoja kompanije, tj. u fazi konsolidacije.

Preduzetnici se prema dimenzijama inovativnosti – riziku mogu podijeliti na tipove:¹⁸²

1. Preduzetnik – Hazarder,
2. Preduzetnik – Sanjar,
3. Preduzetnik – Pravi Preduzetnik i
4. Preduzetnik – Konsolidator

4. Balkanski (Bosanski) tip preduzetnika

Pored nabrojanih tipova preduzetnika, a uvažavajući naprijed pobrojane karakterne osobine i psihološke osobine preduzetnika možemo reći da se profilise tzv. balkanski tip preduzetnika.¹⁸³ Iako je područje Balkana obuhvaćeno procesima evropskih integracija i globalnih procesa, na njemu ipak postoje brojne specifičnosti poslovanja, posebno u tzv. tranzicijskim zemljama.

Te specifičnosti ogledaju se, prije svega, u dugotrajnoj izolovanosti i porobljenosti nekih naroda, u snažnom prisustvu tradicije, u izmiješanosti kultura, vjera (razmjene, istočnog i zapadnog hrišćanstva i islama) itd.

Imajući sve to u vidu, moguće je govoriti i o posebnom profilu tzv. balkanskog preduzetnika, pri čemu, ipak, treba imati u vidu značajne razlike između pojedinih balkanskih država i društava, zbog čega je sve teže govoriti o nekom jedinstvenom profilu, mada su razlike u odnosu na zapadnoevropski profil i te kako vidljive. Treba napomenuti da postoje i mnogi preduzetnici koji se po svojim osobinama i ponašanju ni po čemu ne razlikuju od najboljih

¹⁸¹ Zuberbüchler, M., Wer sind die erfolgreichen Unternehmer, Management Zeitschrift 58, Zürich, 1989., str.9-11

¹⁸² Čizmić, E., Crnkić, K., Strateško preduzetništvo, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2012, str.89.

¹⁸³ Tomić, D., Zakonitost profesionalizacijemenadžmenta, doktorska disertacija, Subotica, Ekonomski fakultet, 2006.

evropskih i svjetskih preduzetnika i menadžera. Ali nažalost, oni još uvijek ne predstavljaju većinu.

Možemo navesti nekoliko bitnih manjkavosti balkanskih (bosanskih) preduzetnika koje treba što prije otkloniti.¹⁸⁴

1. Nedostatak vizije i jasne perspektive šta činiti u turbulentnom poslovnom okruženju,
2. Pogrešno ili potpuno zanemareno praćenje tokova novca u većini naših preduzeća,
3. Nepostojanje prakse izrade poslovnih planova preduzeća,
4. Nerazvijenost marketinškog pristupa u poslovanju,
5. Ne postoje tradicija, znanje i vještine brzog donošenja važnih odluka,
6. Izraženo nepovjerenje prema svim oblicima poslovne saradnje, naročito sa strancima,
7. Etički standardi poslovanja i lično poštenje nisu na pretjerano visokom nivou,
8. Nepovoljna je starosna struktura preduzetnika, tj. na Balkanu nema puno mladih preduzetnika, tj. onih u uzrastu do trideset godina, većina su pedesetogodišnjaci i stariji,
9. Mentalna inertnost i odbojnost prema daljem obrazovanju i cjeloživotnom učenju;
10. Uporna orijentacija na čekanje nekakve eksterne pomoći (postoji velika sklonost prema čekanju da neko drugi odredi naše razvojne prioritete),
11. Nerazumijevanje i sporo prihvatanje ekoloških kriterijuma poslovanja.

5. Ekonomski, sociološki i politički preduslovi za razvoj preduzetništva

Ekonomski preduslovi za pokretanje i razvoj preduzetništva su:

- Vlasništvo, - veza između čovjeka i prirode i postoje tri temeljna oblika vlasništva: zajedničko, društveno i privatno.
- Kapital - u općem značenju zajedno sa radom i zemljom predstavlja osnovni input. To je preduslov za započinjanje bilo kakve preduzetničke poslovne aktivnosti. „Kapital je ključ koji otvara vrata: ako ide naprijed, svi putevi su otvoreni...” (Molijer)
- Konkurencija – označava niz uslova za ponašanje preduzetničkih organizacija u sferi razmjene prilikom formiranja tržišne cijene, a razlikujemo potpunu, nepotpunu i monopolističku konkurenciju .
- Tržišna struktura – označava strukturiranje tržišta prema različitim kriterijima.
- Preduzeće – predstavlja organizacioni oblik funkcioniranja preduzetništva

Preduzetništvo je po P. Druckeru sociokulturni fenomenom koji bitno zavisi od društvene strukture i etičkog sistema. Odlučujući je obrazovni nivo stanovništva i njegova mobilnost, nepostojanje diskriminacije u slojnim grupama, nacionalnim zajednicama, konfesionalnoj i spoljnoj osnovi.

Politički uslovi razvoja preduzetništva su: demokratizacija, liberalizam, pluralizam, slobode i druge vrijednosti. To je spoljni okvir preduzetništva. Država svojom pravnom regulativom i ekonomsko razvojnom politikom mora poticati i pomagati u osiguravanju političkih uslova.

Najvažnije karakteristike okruženja koje imaju svoj snažan uticaj na razvoj preduzetništva su: proces tranzicije društva, posljedice ratnog razaranja, nestabilnost ekonomskog sistema, malo i nerazvijeno tržište, neizgrađene tržišne i finansijske institucije, spoljno - trgovinski debalans, nizak nivo poslovne kulture, nelikvidnost preduzeća i banaka.

¹⁸⁴Kolaković, M.: Poduzetništvo i ekonomizacija, Zagreb, Sinergija, str. 28-29

6. Uticajni faktori na pokretanje preduzetničkog poduhvata

Faktori koje posjeduje ili je stekao preduzetnik a koji imaju najveći uticaj na preduzetništvo su lične karakteristike, okolnosti životnog puta i faktori okruženja u kojima posluje.

Kao lične karakteristike preduzetnika izdvajaju se slijedeće osobine i to:

- potreba za postignućem, - preuzimanje lične odgovornosti da bi se ostvarili zadati ciljevi,
- unutrašnji skup kontrole, - težnja da se sopstvenim radom kontroliše sudbina preduzetnika,
- visoka tolerancija nejasnoće, - znači da je pojedinac sposoban da radi i u neizvjesnim situacijama,
- red rođenja, - djeca kojima je više posvećeno pažnje u djetinjstvu, jedinci i prvorodena djeca imaju više šanse da postanu preduzetnici,
- zanimanje roditelja, - najčešće djeca čiji su roditelji, jedno ili oba, preduzetnici imaju veće šanse da to i sami postanu,
- nivo obrazovanja, - preduzetnici teže što boljem obrazovanju,
- starost, -raspon od kada pojedinci postaju preduzetnici je od 22-40, danas je to i do 55g.
- radno iskustvo, - prethodno radno iskustvo značajno je za odluku o postanku preduzetnika.

Veliku vjerovatnoću da će neko postati preduzetnik najčešće imaju one osobe koje imaju:

- nezadovoljavajuće radno okruženje, napuštanje posla i započinjanje ličnog poslovnog poduhvata,
- negativno iskustvo, dobijeni otkaz, razvod braka,
- razvoj karijere, završetak studija, vojnog roka,
- ljudi od pozitivnog uticaja, pojedinci koji podstiču osobe da započnu sopstveni posao.

Faktori iz okruženja mogu takođe da stimulišu i destimulišu preduzetništvo, adekvatno finansiranje, tehnički sposobna radna snaga, uticaj vlade, uslovi života i dr. Da bi jedan poslovni čovjek bio inovator potrebno je dosta kreativnosti, a malo stručnosti. Da bi bio preduzetnik potrebno je mnogo kreativnosti i inovativnosti i mnogo stručnosti i poznavanja posla.

7. Preduzetničke strategije ulaska na tržište

Preduzetnici su prilikom pokretanja poslovnog poduhvata razvili nekoliko različitih tipova preduzetničkih strategija:

- strategija potpunog planiranja,
- strategija kritične tačke,
- oportunistička strategija,
- reaktivistička strategija,
- rutina (navika).

Preduzetnik koji koristi strategiju potpunog planiranja planira unaprijed i aktivno strukturiira situaciju. Karakteristika strategije kritične tačke je da započinje sa najtežom, najnejasnijom i najvažnijom tačkom u planu. Akcije se sprovode na osnovu te tačke, tog polazišta i ništa se drugo ne preduzima. Tek nakon rešavanja prve kritične tačke moguće je preduzeti sljedeće korake.

Oportunistička strategija počinje sa nekim oblikom planiranja. Međutim, kada se šansa pojavi u okruženju, preduzetnik odstupa od plana i pokušava da iskoristi postojeću šansu. Karakteristika reaktivističke strategije je da preduzetnik reaguje u skladu sa situacijom. Akcije nisu planirane i ne koristi se proaktivan pristup informacijama. Rutina je unapređenje poslovanja preduzeća, zato što se stvari obavljaju na način na koji su se obavljale i prije.

Po P. Druckeru postoje četiri specifične preduzetničke strategije:¹⁸⁵

- Biti prvi, ali istovremeno i najbolji,
- Pogoditi ih tamo gdje ne očekuju,
- Pronalaženje i osvajanje specijalizovanih "ekoloških niša",
- Promjena ekonomskih karakteristika proizvoda, tržišta ili privredne grane.

8. Analiza ponašanja preduzetnika – glavni razlozi zbog kojih neko postaje preduzetnik i pokreće preduzetnički poduhvat - anketa

Istraživanje sa pitanjem koji su bili glavni razlozi za pokretanje preduzetničkog poduhvata je obuhvatilo ukupno 80 preduzetnika i to 54 preduzetnika i preduzeća iz BiH te 36 sa područja BiH koji svoju djelatnost obavljaju van granica BiH u Austriji ili EU.¹⁸⁶

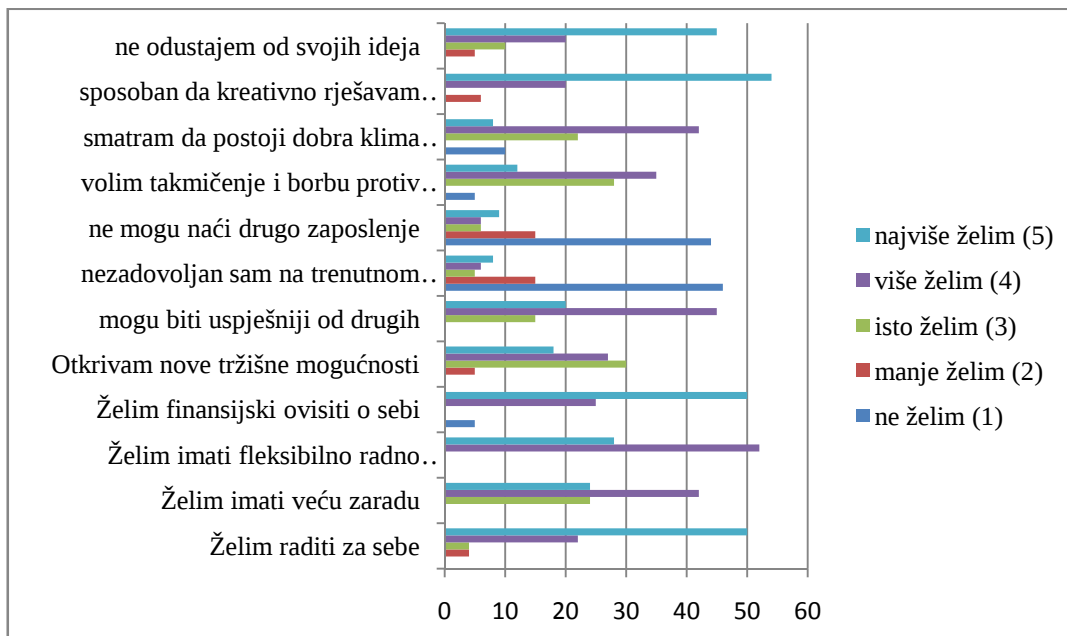
Tabela 1. Glavni razlozi zbog kojih se neko počinje baviti preduzetništvom, tj. postaje preduzetnik

	ne želim (1)	manje želim (2)	isto želim (3)	više želim (4)	najviše želim (5)
Želim raditi za sebe	0	4	4	22	50
Želim imati veću zaradu	0	0	24	42	24
Želim imati fleksibilno radno vrijeme	0	0	0	52	28
Želim finansijski ovisiti o sebi	5	0	0	25	50
Otkrivam nove tržišne mogućnosti	0	5	30	27	18
mogu biti uspješniji od drugih	0	0	15	45	20
nezadovoljan sam na trenutnom poslu	46	15	5	6	8
ne mogu naći drugo zaposlenje	44	15	6	6	9
volim takmičenje i borbu protiv konkurencije	5	0	28	35	12
smatram da postoji dobra klima za biznis	10	0	22	42	8
sposoban da kreativno rješavam probleme	0	6	0	20	54
ne odustajem od svojih ideja	0	5	10	20	45

Grafikon 1. Glavni razlozi zbog kojih se neko počinje baviti preduzetništvom, tj. postaje preduzetnik

¹⁸⁵Dostić, M., Preduzetništvo i menadžment u malom biznisu. Sarajevo: 1996, str 158

¹⁸⁶Šahman, E. (2014): Magistrski rad, Finansijski i tržišni aspekti poslovanja preduzetničkih organizacija – komparativna analiza poslovanja u BiH u odnosu na Austriju, Sarajevo, Ekonomski fakultet u Sarajevu, str.121-128.



ZAKLJUČAK

Iako je preduzetništvo od krucijalnog značaja, pogotovo za zemlje koje teže pristupanju EU, tako i u Bosni i Hercegovini ono je prilično zanemareno. U BiH je država tradicionalno preuzimala odgovornost i veliku zaposlenost osiguravala putem velikih industrijskih ili poljoprivrednih kombinata i preduzeća. Više faktora, kao što su postratna kriza, nedovršena privatizacija i neriješeni imovinsko-pravni odnosi, povećanje konkurencije, doveli su do pada proizvodnje i zaposlenosti a samim tim i propadanja velikog broja preduzeća. Prilagođavanje jedne zastarjele i spore komunističke ekonomije novim tržišnim principima svjetske ekonomije je stvorilo porast stope nezaposlenosti i gubitak značajnog broja radnih mjesta.

Stanovništvo u BiH u svojoj percepciji ima vrlo nizak stepen preduzetničke aktivnosti i trenutno je kod ljudi popularnija opcija „biti zaposlenik - po mogućnosti na Budžetu nekog nivoa vlasti“ u odnosu na preduzetnika. To se nalazi u podsvijesti ljudi kao posljedica straha od neuspjeha preduzetničkoga poduhvata i nedovoljno spremnosti za preuzimanje rizika.

Preduzetništvom označavamo aktivnosti pojedinaca koje oni sami izvode kako bi zadovoljili tržišne potrebe i pri tome uz lično preuzimanje rizika postigli što veći finansijski uspjeh. Funkcija preduzetništva objedinjuje sposobnosti preduzetnika da predviđa, inovira, uči i svjesno prihvata i kontroliše rizik. Preduzetnik je osoba koja sagledava mogućnosti koje drugi poslovni rukovodioci ili ne vide, ili ih ne interesuju. Razvoj preduzetničke aktivnosti je sinergija između talenta, tehnologije, kapitala koji mora da bude stalno prisutan kako bi se realizovale ideje i know-how koja predstavlja sponu koja povezuje talenat, tehnologiju i kapital.

Analizom istraživanja i ankete koja je sprovedena na grupi preduzetnika možemo zaključiti da prilikom postavljenog pitanja za preduzetnike koji su glavni razlozi zašto su se počeli baviti preduzetništvom, dobili smo odgovore da se preduzetnici u najvećoj mjeri odlučuju za pokretanje biznisa zbog toga što žele raditi za sebe, tj biti svoj gazda (62,5%), finansijski

ovisiti o sebi, jer su sposobni za kreativno rješavanje problema (67,5%), jer ne odustaju od svojih ideja (56,25%), itd. Veliki broj ispitanika je odgovorio da se preduzetnik postaje i pokreće preduzetnički poduhvat zato što oni smatraju da mogu biti uspješniji od drugih, te žele imati fleksibilno radno vrijeme i veću zaradu. Takođe možemo zaključiti da se preduzetnik ne postaje zbog toga što se ne može naći neko drugo ili bolje zaposlenje, kao ni to zbog toga što je neko nezadovoljan na svom sadašnjem poslu. Većina tih budućih preduzetnika imaju posao i relativno su zadovoljni sa svojim statusom, ali smatraju da vrijede više, da se smiju uz kontrolisani rizik upustiti u poslovnu avanturu i na kraju uspjeti u nastojanju da budu svoj gazda. Oni žele sami odlučivati o svojim finansijama, slobodnom vremenu i svojim budućim poslovnim poduhvatima koristeći svoja prije stečena znanja i iskustva kako bi postigli što bolji poslovni uspjeh.

LITERATURA

- [1] Božić V., Ekonomika biznisa, drugo dopunjeno izdanje, BIGZ, Beograd, 2002.
- [2] Čizmić, E., Crnkić, K., Strateško preduzetništvo, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2012, str.89.
- [3] Čovo, P., Održivo poduzetništvo, Sveučilište u Zadru, Zadar 2007. str 7.,
- [4] Dostić, M., Preduzetništvo i menadžment u malom biznisu. Sarajevo: 1996, str 158.
- [5] Ilić, M., Ekonomika industrije, Ekonomski fakultet - Institut za ekonomska istraživanja, Kragujevac, 2001.
- [6] Kolaković, M.: Poduzetništvo u ekonomiji znanja, Zagreb, Sinergija, str. 28-29
- [7] Kuvačić, N.: Test poduzetničkih sklonosti, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet & Veleučilište u Splitu, Split, 1998.
- [8] Petković V., Preduzetništvo, VPŠ, Čačak, 2006.
- [9] Šahman, E. (2014): Magistarski rad, Finansijski i tržišni aspekti poslovanja preduzetničkih organizacija – komparativna analiza poslovanja BiH u odnosu na Austriju, Sarajevo, Ekonomski fakultet u Sarajevu, str.121-128.
- [10] Tomić, D., Zakovitosti profesionalizacije menadžmenta, doktorska disertacija, Subotica, Ekonomski fakultet, 2006.
- [11] Zuberbüchler, M., Wer sind die erfolgreichen Unternehmer, Management Zeitschrift 58, Zürich, 1989., str.9-11

BAZE PODATAKA I INTERNET STRANICE:

- [12] Global Entrepreneurship Monitor: www.gemconsortium.org.
- [13] <http://www.wikipedia.com>
- [14] <http://www.poslovniforum.hr/managment>
- [15] <http://www.de.scribd.com>.
- [16] <http://www.fmrpo.gov.ba>.
- [17] <http://www.gea.ba>
- [18] <http://www.fbihvlada.gov.ba>
- [19] www.investinaustria.at
- [20] <http://www.advantageaustria.org/>