



UNIVERZITET U NIŠU
EKONOMSKI FAKULTET
Časopis "EKONOMSKE TEME"
Godina izlaza XLVIII, br. 3, 2010., str. 467-479
Adresa: Trg kralja Aleksandra Ujedinitelja 11, 18000 Niš
Tel: +381 18 528 601 Fax: +381 18 4523 268

PREDUZETNIČKO PONAŠANJE KOD MLADIH – REZULTATI ISTRAŽIVANJA U SRBIJI

Prof. dr Dejan Đorđević*
Doc. dr Dragan Čočkalović*
Dr Srdan Bogetić**

***Rezime:** Prema iskustvima razvijenih zemalja, mladi koji prvi put počinju sopstveni biznis predstavljaju veoma značajnu kategoriju za razvoj klime preduzetništva na nivou nacionalne ekonomije. U Srbiji nije dovoljno razvijen ambijent u kojem mladi mogu biti podstaknuti za pokretanje sopstvenog biznisa. Kao jedno od rešenja nameće se ohrabrivanje i edukacija mladih za pokretanje i vođenje sopstvenog biznisa. Stimulisanje preduzetničkog ponašanja kod mladih posebno dobija na značaju u zemljama u tranziciji, koje se susreću sa tranzitornom recesijom. Autori u ovom radu analiziraju neophodnost primene savremenog koncepta preduzetništva na tržištu Srbije, sa posebnim osvrtom na ulogu mladih i mogućnost njihovog uključivanja u preduzetničke aktivnosti. Iznose se, takođe, i kompariraju rezultati dva istraživanja sprovedena 2008. i 2009. godine u Srbiji među studentima. Tema je bila: preduzetništvo i preduzetničko ponašanje mladih.*

***Cljučne reči:** preduzetništvo, mladi preduzetnici, mala i srednja preduzeća, konkurentnost, znanje*

1. Uvod

Preduzetništvo je u savremenom smislu kontinualni kreativni proces implementiranja inovacija u organizaciju [12] u funkciji uspešnog poslovanja i rešavanja problema potrošača i društva. Savremena organizacija mora svoje poslovanje da bazira na preduzetničkom konceptu ponašanja. Da bi postojeće preduzeće bilo sposobno da sistemski preduzima inovacije, ono

* Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin", E-mail: djole@rocketmail.com, cole@tfzr.uns.ac.rs

** Beogradska poslovna škola – Visoka škola strukovnih studija, E-mail: sbogetic@yahoo.com

UDK 005.961:005.914.3, Pregledni rad

Primljeno: 09.04.2010. Prihvaćeno: 08.09.2010.

mora da stvori odgovarajuću organizacionu strukturu koja zaposlenima dozvoljava da se preduzetnički ponašaju, odnosno da uspostavi takav sistem veza i odnosa koji će omogućiti fokusiranje na preduzetničko ponašanje.

Preduzetničko ponašanje u savremenoj organizaciji se ne povezuje isključivo za jedno lice i njegove sposobnosti i iskustvo, već se sve više oslanja na timski rad. U tom smislu razvijen je model korporativnog preduzetništva [8, 24, 25], koji potencira timski rad, čiji su članovi motivisani da rade na postizanju uspeha i prihvatanju rizika. Velika preduzeća moraju da podstiču preduzetništvo, da bi prebrodila teškoće sa kojima se suočavaju dok uče kako da rade sa partnerima ili saveznicima.

Draker [13, str. 82] smatra da svaka velika kompanija mora da bude u stanju da istovremeno radi tri bitne stvari – da unapređuje, da proširuje i da inovira. Draker naglašava da on još uvek ne poznaje takvu kompaniju, ali da postoji veliki broj kompanija koji radi na tome.

Za većinu razvijenih zemalja u svetu karakteristični su sledeći principi po kojima funkcioniše tržište rada, posebno kada su u pitanju mladi i njihovo zapošljavanje: nezaposlenost mladih je veća nego nezaposlenost odraslih, a stope su najmanje dvostruko veće; povećanje stepena formalnog obrazovanja mladih je sve značajnije, a ovaj trend će se nastaviti i u budućnosti; mladi ljudi se pribojavaju braka, zbog pitanja socijalne sigurnosti, pa se odlučuju da stupe u brak u kasnijim godinama života; učešće žena u zapošljavanju je sve izrazitije; programi tržišta rada za mlade generalno imaju malu stopu povraćaja.[3, str. 1]

Državne administracije razvijenih zemalja pokušavaju da iznađu nova rešenja u vezi sa zapošljavanjem mladih, pri čemu se posebno ističe razvijanje preduzetničkih sposobnosti kod mladih i samozapošljavanje kao mogućnost za pojedinca da definiše sopstveni model poslovanja i razvoja. Vlade razvijenih zemalja na samozapošljavanje gledaju kao na meru koja omogućava rešavanje pitanja siromaštva i zapošljavanja mladih, pa u tom smislu pomažu razvoj malog biznisa. Potvrda za ove akcije je obično zasnovana na većem broju potencijalnih koristi, od kojih se ističu: preduzetništvo promovise inovativnost i kreiranje novih radnih mesta; preduzetništvo i pokretanje sopstvenog biznisa ima direktan uticaj na povećanje zapošljavanja po osnovu kreiranja novih radnih mesta u samom startu ili u bliskoj budućnosti; nove male firme povećavaju stepen konkurentnosti na nivou nacionalne privrede, čime stvaraju dobrobit za potrošače; mladi preduzetnici mogu fleksibilno da odgovaraju na zahteve tržišta, posebno sa stanovišta primene novih tehnologija i praćenja trendova

Preduzetničko ponašanje kod mladih – rezultati istraživanja u Srbiji

na tržištu; veći obim samozapošljavanja mladih ljudi omogućava veće samopouzdanje mladih, kao i socijalnu dobrobit. [3, str. 5]

Veći je broj studija koje se bave problematikom motivacije [21], namera [9] – elemenata koji na različite načine upliću na preduzetničko ponašanje i započinjanje biznisa [14, 16, 22], odnosno preduzetništva kod mladih i studenata [6, 16] i samozapošljavanje [18]. Ovaj dijapazon još se širi, uzimajući u obzir vremensku (istorijsku), ali i prostornu (geografsku [7]) dimenziju. Istraživanja čiji se rezultati prezentuju u ovom radu, oslanja se na jedan deo njih (studija).

2. Analiza konkurentne sposobnosti domaćih preduzeća

Konkurentna pozicija srpskih preduzeća po osnovu renomea na svetskom tržištu je izuzetno nepovoljna. Domaća preduzeća uglavnom nisu ulagala adekvatne poslovne napore u formulisanje renomea, kao elementa koji utiče na tržišnu poziciju preduzeća i njegovu konkurentnu sposobnost. Prema globalnom indeksu konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma [23], Srbija je 2009. godinu završila na 93 mestu od ukupno 133 zemlje za koje se indeks prati (**Tabela 1**). Ispred Srbije su Slovenija, Crna Gora, Hrvatska, Makedonija, Mađarska, Rumunija, Bugarska, pa i države poput Paname i Kazahstana. U regionu je samo BiH iza Srbije, na 109 mestu.

Tabela 1: Rangiranje zemlja zapadnog Balkana prema konkurentnosti u 2009. godini [23]

Zemlja	Mesto
Slovenija	37
Crna Gora	62
Hrvatska	72
Makedonija	84
Srbija	93
BiH	109

Zastarela tehnologija, slab kvalitet, neatraktivno pakovanje i visoke cene glavni su razlozi zbog kojih srpski proizvodi ne mogu da pariraju čak ni onima u okruženju. Najmanje je konkurentna prerađivačka industrija, metalska proizvodnja i elektronika, gde godinama nema tehnološke obnove. Poslovni ljudi smatraju da su za povećanje konkurentnosti neophodne carinske i poreske olakšice, smanjenje državnih nameta, kao i cene električne energije, gasa i goriva. Neophodno je podizanje nivoa tehnološke opremljenosti, jer je prosečna starost mašina u Srbiji 30 godina. U odnosu na region, to je kašnjenje od 12 godina. Privreda Srbije tehnološki zaostaje za Evropskom Unijom 29,5 godina. Ovo je utvrđeno na reprezentativnom uzorku od 154 malih, srednjih i velikih preduzeća u okviru šest privrednih

grana sa sličnim proizvodnim programima [1]. Poređenje je rađeno sa tekstilnom, prehrambenom, farmaceutskom, mašinskom i hemijskom industrijom, kao i industrijom građevinskog materijala. Za kriterijum je uzeta Austrija, jer je sa približno sličnim prirodnim, društvenim i populacionim karakteristikama u odnosu na Srbiju. Najviše zaostaju preduzeća iz oblasti tekstila (35 godina), zatim preduzeća iz mašinske industrije (34,5 godina). Najmanje zaostaju farmaceutska preduzeća sa kašnjenjem od 21 godinu. Regionalno posmatrano, oprema, alati i druga proizvodna sredstava najviše zaostaju u regionu južne Srbije (41 godinu), a najbolje stanje je u Bačkoj (zaostajanje od 18,5 godina). U Beogradu zaostajanje iznosi 20,5 godina.

Prema podacima Svetske banke, tržište Republike Srbije je takođe loše ocenjeno. Naime, Svetska banka je po sedmi put za redom objavila izveštaj *Doing Business*, čiji je cilj rangiranje zemalja po kvalitetu poslovnog okruženja. Za razliku od slični izveštaja koji ocenjuju propise, *Doing Business* ocenjuje poslovnu praksu (Tabela 2).

Tabela 2: Rangiranje zemalja zapadnog Balkana prema izveštaju Svetske banke za 2009. [19]

Država	BiH	CRO	MK	MNE	SRB	SLO
Ukupan indeks	116	103	32	71	88	53
Započinjanje posla	160	101	6	85	73	26
Građevinska dozvola	136	144	137	160	174	59
Zapošljavanje	111	163	58	46	94	162
Registracija imovine	139	109	63	130	105	108
Dobijanje kredita	61	61	43	43	4	87
Zaštita investitora	93	132	20	27	73	20
Plaćanje poreza	128	39	26	145	137	84
Trgovina preko granice	63	96	62	47	69	84
Sprovođenje ugovora	124	45	64	138	97	60
Zatvaranje posla	63	82	115	44	102	40

U poslednjih pet godina, 80% rasta srpske privrede je zasnovano na poslovanju tri sektora – finansijama, trgovini i telekomunikacijama, a kako se radi o uslugama, nema direktnog izvoza iz ovih sektora. Sličan trend se beleži i u drugim zemljama u razvoju. Da bi se podstakao izvoz, neophodne su direktne investicije u proizvodni sektor. U odnosu na zemlje Centralne i Istočne Evrope, Srbija je zemlja sa najmanjim učešćem stranih direktnih investicija. Srbija se nalazi daleko iza Rumunije, Poljske i Bugarske, koje spadaju u deset najprivlačnijih lokacija za investicije.

Preduzetničko ponašanje kod mladih – rezultati istraživanja u Srbiji

Prema podacima međunarodne organizacije za standardizaciju, u 2008. godini u Republici Srbiji je bila 2091 organizacija koja je uvela sistem upravljanja kvalitetom prema zahtevima međunarodnih standarda ISO 9000 (prema izveštaju ISO organizacije za 2008. godinu [15]). Bez obzira na trend rasta broja organizacija koje imaju uveden sistem kvaliteta i razvoja pokreta za kvalitet u domaćoj privredi, opšti rezultati su još uvek nezadovoljavajući. Rezultati jednog istraživanja, koje se bavilo analizom konkurentnosti domaćih preduzeća (maj-jun 2007. godine, tržište Republike Srbije), ukazuju na sledeće:

- Kao glavne prepreke u razvoju konkurentnosti domaćih preduzeća analizirani ispitanici su naveli: nedostatak znanja – 24,8%, zastarela oprema i tehnologija – 24,1%, neadekvatna upotreba savremenih metoda i tehnika menadžmenta – 16,54%, nedovoljno podsticajni poslovni ambijent – 8,27%, nedostatak finansijskog kapitala – 8,27%. internacionalizacija poslovanja domaćih preduzeća – 2,34%.
- Kao neophodne elemente za razvoj konkurentne sposobnosti domaćih preduzeća, analizirani ispitanici uočavaju: permanentno usavršavanje znanja rukovodstava i zaposlenih – 20,74%, standardizacija kvaliteta poslovanja – 20%, razvoj preduzetničke kulture u poslovnom okruženju – 17%, ulaganje u razvoj nacionalnih brendova – 14,8%, razvoj koncepta korporativnog preduzetništva organizacije – 8,88%. [20]

3. Analiza uslova za razvoj preduzetništva u Republici Srbiji

Za uspešnu transformaciju privrede od planske ka tržišnoj posebno je bitno jačanje privatnog sektora i njegov budući razvoj. Razvoj sektora malih i srednjih preduzeća (MSP) je veoma bitan za privatizaciju, jer omogućava ubrzanje privatizacije – MSP predstavljaju autohtoni privatni sektor, pa samim tim omogućavaju razvoj domaćeg privatnog kapitala.[10]

Razvoj sektora MSP predstavlja jedan od bitnih prioriteta domaće ekonomije. Vlada Republike Srbije je usvojila Strategiju razvoja konkurentnosti i inovativnosti MSP za period 2008. – 2013. godine. Pomenuta strategija treba da doprinese daljem jačanju i efikasnom korišćenju razvojnih potencijala sektora MSP, što će se pozitivno odraziti na ekonomski rast Republike Srbije. Takvo usmerenje treba da doprinese povećanju konkurentnosti i izvoza, daljem jačanju inovacionih kapaciteta preduzeća, dinamičnom razvoju zaposlenosti i ravnomernijem regionalnom razvoju.

U Republici Srbiji mala i srednja preduzeća učestvuju u ukupnom broju preduzeća sa 99,8%, sa 65,5% u zaposlenosti, sa 67,6% u prometu, a

sa oko 36% u bruto domaćem proizvodu. U ukupnom izvozu sektor MSP učestvuje sa 50,2%, u uvoz sa 64% i sa 51,2% u investicijama u nefinansijskom sektoru. Mikro preduzeća dominiraju u sektoru MSP sa učešćem od 95,6% ukupnog broja i zapošljavaju skoro 50% ukupnog broja zaposlenih.[2]

Prema podacima iz prošle godine (2009.), u Republici Srbiji je od daljeg poslovanja odustalo skoro 40.000 malih privrednika, od toga 3.455 privrednih društava i 34.909 preduzetničkih radnji. Razlog za povlačenje iz biznisa preduzetnici nalaze u mnogobrojnim opterećenjima države, sporoj naplati potraživanja, nedostatku povoljnih kredita i visokim kamatama. Prema anketi Nacionalne agencije za regionalni razvoj, za preduzetnike glavni problem predstavlja na prvom mestu nedostatak sredstava, a zatim administrativne prepreke. U praksi dolazi do situacije da domaći preduzetnici imaju problem sa likvidnošću i nemogućnosti naplate svojih potraživanja, a obaveze prema državi, sa druge strane, moraju biti ispunjene u određenom roku. Kao rezultat dolazi do njihove prezaduženost kod banaka i kasnijem propadanju.

U funkciji podrške pokretanju sopstvenog biznisa Vlada Republike Srbije je usvojila Program za povoljno kreditiranje početnika. Planirani iznos za start-up kreditiranje je 2,2 milijarde dinara. U periodu od 2007. do 2009. godine preko konkursa Ministarstva za ekonomiju i regionalni razvoj, Nacionalnog službe za zapošljavanje i Fonda za razvoj otvoreno je 6625 novih preduzeća i zaposleno 21121 radnika, što ukazuje na opravdanost finansiranja ovog programa. Takođe, preduzetnici preko Fonda za razvoj mogu konkurisati za start up kredite u iznosu od 500 hiljada do 1,3 miliona dinara, sa kamatnom stopom od 2,5% na godišnjem nivou i rokom otplate od 3 do 5 godina sa periodom počeka od godinu dana.

Prema podacima Nacionalne službe za zapošljavanje (NSZ) u februaru je registrovano 767.418 nezaposlenih lica, što predstavlja porast za 16.000 lica odnosu na januar ove godine. Podaci NSZ iz 2009. godine ukazuju da mladi čine 26,7% od ukupnog broja prijavljenih na evidenciji, od toga najveću grupu čine mladi od 25 do 29 godina, njih 94.380, a zatim oni od 20 do 24 godine, kojih je 78.640. Ovi podaci o nezaposlenosti ukazuju na činjenicu da finansijska sredstva koja nudi Vlada Republike Srbije nisu dovoljna da obuhvate sva lica kojima su neophodna. Ovo se posebno odnosi na mlade koji predstavljaju najznačajniji resurs društva.

Nažalost, mladi nemaju dovoljno poslovnog iskustva i domaća preduzeća ih teško zapošljavaju. Zato je Vlada Republike Srbije rešila da finansijski potpomogne bespovratnim sredstvima ona preduzeća koja zaposle određeni broj nezaposlena lica, kao i da pokrene program zapošljavanja

mladih “Prva šansa 2010”. Naime, ovaj program ima cilj da omogući mladim nezaposlenim licima volontersku praksu od tri meseca u preduzeću, kao i mogućnost zapošljavanja radi stručnog osposobljavanja pripravnika u trajanju od narednih 12 meseci.

4. Istraživanje stavova mladih ispitanika o pokretanju sopstvenog biznisa

Istraživanje “Analiza stavova i mišljenja mladih u vezi sa pokretanjem sopstvenog biznisa” izvršeno je u periodu od 15. septembra do 24. decembra 2009. godine, na uzorku od 520 studenata koji su se profilisali ka menadžmentu. Slično istraživanje rađeno je i godinu dana ranije (2008. godine) sa sličnim obimom (506) i strukturom uzorka ispitanika. Njegovi rezultati ovde se koriste kao relevantni za kompariranje i kompletiranje slike o istraživanoj problematici.

Rezultati istraživanja iz 2009. ukazuju na činjenicu da najveći broj studenata 80,73% ima želju za pokretanjem sopstvenog biznisa. Kao razlog za nepokretanje sopstvenog biznisa anketirani studenti navode da nemaju pravu ideju (78,42%), što ukazuje da je u sklopu promovisanja razvoja koncepta preduzetništva na fakultetima i visokim školama neophodno insistirati kod studenta na razvijanju preduzetničkih veština.

Anketirani studenti su u najvećoj meri (60,38%) okrenuti sopstvenim sredstvima u funkciji pokretanje sopstvenog biznisa. Razlog ovakvom stavu studenta može se posmatrati kao posledica nedovoljnog poverenja u banke i druge institucije koje nude finansijska sredstva za pokretanje biznisa. U prilog ovoj konstataciji ide i stav anketiranih studenata (53,74%) da start-up krediti poslovnih banaka nisu povoljni. Naime, studenti smatraju da su start-up krediti poslovnih banaka opterećeni visokim kamatnim stopama (80,38%) i dugim procesom za dobijanje sredstava (14,42%). Podaci koji su dobijeni u istraživanju rađenom 2008. godine pokazuju da studenti (54,03%) nisu zadovoljni uslovima start-up kredita, a kao najznačajniji razlog navode visoke kamatne stope (33,79%).

Istraživanje rađeno 2009. godine pokazalo je da više od pola anketiranih studenata (53,18%) nije informisano o postojanju podsticajnih sredstava za pokretanje sopstvenog biznisa. Međutim, prema podacima istraživanja, čak 54,44% ispitanih studenata je zainteresovano da postanu korisnici ovih sredstava. Zato se kao imperativ javlja potreba za stalnim informisanjem mladih putem medija, kao i javnim prezentacijama na fakultetima i visokim školama o ovoj problematici, kako bi dobili sve neophodne informacije o kreditima i potrebnim uslovima. U ove promotivne aktivnosti neophodno je da se uključi Privredna komora Srbije, Privredna

komora Beograda, Nacionalna agencija za regionalni razvoj, Ministarstvo za sport i omladinu i druge institucije koje za cilj imaju podršku zapošljavanju mladih i njihovo osposobljavanje za pokretanje sopstvenog biznisa.

Ispitivani studenti su naveli da im od znanja najviše nedostaju: strani jezici (21,62%), osnove preduzetništva i malog biznisa (20,66%) i osnove menadžmenta (17,37%). Podaci, takođe, pokazuju da mladi shvataju da im je za uspešno vođenje biznisa osim bazičnih znanja, neophodno i poznavanje poslovnog komuniciranja (13,32%). Naime, za uspešnog poslovnog čoveka od presudnog je značaja umeće komuniciranja unutar preduzeća, ali i sa poslovnim partnerima.

Prema mišljenju studenata (88,08%) u Republici Srbiji trenutno ne postoji odgovarajući ambijent koji stimuliše mlade za pokretanje sopstvenog biznisa. Kao razloge za ovaj stav, studenti su naveli sledeća ograničenja: preveliki porezi, nestabilna politička i privredna situacija i duga i komplikovana procedura registracije. Studenti su u istraživanju rađenom 2008. godine izrazili nezadovoljstvo (78,70%) ambijentom za podsticanje mladih za pokretanje sopstvenog biznisa. Najznačajniji faktori koji ih sputavaju u pokretanju sopstvenog biznisa su isti kao i novom (ponovljenom) istraživanju, samo je redosled zamenjen (**Tabela 3**). Na osnovu podataka dobijenih iz ova dva istraživanja može se videti da kao preduslov za unapređenje sektora MSP jeste stvaranje adekvatnog ambijenta koji će stimulisati kreiranje novih i razvoj postojećih MSP. Međutim, za kreiranje adekvatnog ambijenta su neophodna tri elementa: zakoni/propisi, institucije i udruženja preduzetnika. U tom smislu, neophodan je konsenzus između države i njenih institucija i samih udruženja u cilju stvaranja adekvatnog ambijenta.

Tabela 3: Ograničenja koja sputavaju mlade kod pokretanja sopstvenog biznisa (sastavni su deo ambijenta)

Ograničenja	Istraživanje iz 2009. (u %)	Istraživanje iz 2008. (u %)
Preveliki porezi	35,52	10,02
Nestabilna politička i privredna situacija	29,92	36,54
Duga i komplikovana procedura registracije	21,62	13,75

Najveći broj anketiranih u istraživanju 2009. godine, čak 88,08%, smatra da država treba da ima ključnu ulogu u stimulanju mladih za pokretanjem sopstvenog biznisa. Ispitanici kao ključne načine podrške države izdvajaju: promovisanje koncepta mladih kao preduzetnika i povoljne kredite. Ovakav stav podržava i 90,78% ispitanih studenata u istraživanju

Preduzetničko ponašanje kod mladih – rezultati istraživanja u Srbiji

rađenom 2008. godine – načini podrške su isti, samo je prioritet drugačiji (Tabela 4).

Tabela 4: Načini podrške države kod pokretanja sopstvenog biznisa

Način	Istraživanje iz 2009. (u %)	Istraživanje iz 2008. (u %)
Promovisanje koncepta mladih kao preduzetnika	25,38	26,86
Povoljni krediti	23,08	13,14
Regulisanje tržišta	16,15	14,71
Zakoni/propisi vezani za mlade kao preduzetnike	14,42	11,76
Edukacija i razvoj novih poslovnih centara	10,38	15,10

Razvijene zemlje, pa i Evropska unija imaju posebne programe za stimulisanje koncepta mladih kao preduzetnika. U sklopu tih programa postoji saradnja između više institucija, a rezultat je praktična osposobljenost mladih za upravljanje preduzećem. Ovo za naše mlade koji nemaju to iskustvo predstavlja otežavajući momenat i u tom pravcu se mora raditi.

5. Pravci razvoja preduzetničkog ponašanja na tržištu Republike Srbije

Nada globalne ekonomije sadržana je u tome da omogući regijama da donesu bogatstvo iz ostatka sveta. Ovo od regija zahteva da budu opremljene visoko obrazovanim i disciplinovanim ljudima koje vodi vizionarski lider, sposoban da komunicira sa ostatkom sveta.[17, str. 256] Neke od tih regija su ostrvo Hainan (jug Kine, provincija Guandong), Vankuver i Britanska Kolumbija (Kanada), Estonija, Ho Ši Min Siti (Vijetnam), Primorska i ostrvo Sahalin (Rusija), Sao Paolo (Brazil), Kjušu (Japan).

Američki profesor marketinga indijskog porekla, Mahajan, autor svetskog marketing bestselera “Rešenje za 86%” kaže: “Država ne stvara poslovne prilike. Preduzetnici stvaraju prilike. Šta god da država radi, mora da stimuliše preduzetništvo. Na ovom izuzetno konkurentnom tržištu, važno je koji preduzetnik ima bolju ideju, ko zna da je bolje realizuje. Preduzetništvo nije monopol Francuza, Nemaca, Amerikanaca, Kineza i Indijaca. Regija zapadnog Balkana je puna preduzetnika. Problem je u tome što su države zapadnog Balkana male države. Pred njima je izazov kako dalje rasti. Za dalji rast moraju da imaju globalnu viziju, moraju da se osvrnu na čitav ostali svet i da potraže prilike na globalnom nivou.”.[4]

Srbija ima sve preduslove da u bliskoj budućnosti postane jedna od takvih regija, pod uslovom da domaći privrednici najhitnije izmene poslovnu filozofiju. Vlasnici kapitala i izvršno rukovodstvo su ti koji treba da

uspostave nove elemente konkurentnosti u domaćim preduzećima. Neophodno je da se prevaziđene politike i tehnike upravljanja napuste i da se prihvate moderne upravljačke tehnike, kao i da se uči iz iskustava kako globalnih lidera, tako i preduzeća koja dolaze iz novoindustrijalizovanih zemlja, a koja su izuzetno uspešna na globalnom tržištu.

Prema nekim shvatanjima [11], konkurentnost na duže staze se ne povećava subvencijama industriji, ni povoljnim deviznim kursom, ni pozitivnim trgovinskim bilansom, ni niskom stopom inflacije. Konkurentnost se unapređuje po osnovu unapređivanja produktivnosti poslovanja. Uloga države u svemu tome jeste da stvori jednake uslove za sve igrače na tržištu, da zaštiti ideje, inovacije, imovinu, da pomogne tamo gde je to u interesu cele grupacije, a ne pojedinačne firme, kao i da unapred ne određuje dobitnike i gubitnike. Pitanje stalnog povećanja produktivnosti poslovanja domaćih preduzeća i stvaranja jednakih uslova za sve poslovne subjekte jesu suštinski i dugoročni pokazatelji za izlazak iz krize, prevashodno iz tranzitorne recesije.

U procesu razvoja preduzetničkog ponašanja u Republici Srbiji neophodno je da se ide u nekoliko pravca unapređenja poslovnog ambijenta u cilju lakšeg poslovanja postojećih i budućih preduzetnika. Ovo obuhvata nekoliko elemenata:

- kreiranje zakonskog okvira za brži i lakši proces poslovanja preduzetnika, kao i za mlade preduzetnike,
- postojanje strategije za razvoj koncepta preduzetništva kod mladih,
- kreditnu podršku mladima za pokretanje sopstvenog biznisa,
- stimulatívne mere za implementaciju sistema upravljanja kvalitetom (pojedinačno i grupno), integrisanih menadžment sistema, u cilju razvoja konkurentnosti domaćih MSP,
- aktivniju ulogu Univerziteta u pomoći preduzetnicima,
- pokretanje više poslovnih inkubatora i poslovnih centara,
- veće angažovanje udruženja preduzetnika u cilju promovisanja koncepta preduzetništva kod mladih,
- promovisanje preduzetničkog koncepta kao načina prevazilaženja problema u tranzicionoj recesiji.

Važno je istaći da se pitanjem razvoja preduzetničkog ponašanja moraju baviti više interesnih grupa kao što su: država kroz njene institucije i ministarstva, zatim Univerziteti, udruženja preduzetnika, kao i mediji koji na svoj način mogu da pozitivno utiču na stvaranje odgovarajućeg ambijenta za pokretanje malog biznisa.

6. Zaključak

Ekonomija preduzetništva predstavlja realnost u globalnoj privredi, gde se broj konkurenata svakim danom povećava. Globalna ekonomija pretpostavlja nesigurnost. Takođe pruža ogromne mogućnosti organizacijama i pojedincima koji su dovoljno hrabri i dovoljno agilni da se prilagode. Adižes [5, str. 187] dobro uočava činjenicu da uspeh dolazi iznutra. Ako smo jaki iznutra, možemo rešavati svaki spoljni problem i prihvatiti ga kao zgodnu priliku. Ako smo iznutra slabi, onda će svaka spoljašnja prilika biti shvaćena kao problem. Nacionalna privreda, koja podržava preduzetnički duh, stvara uslove za povećanje produktivnosti kroz investiranje u individualnu sposobnost pojedinca u društvu, kao i svake firme, bez obzira na oblik organizacije i karakter vlasništva. Interesovanje kod mladih za pokretanje sopstvenog biznisa raste svuda u svetu.

Domaća preduzeća su tokom poslednjih desetak godina bila nedovoljno konkurentna na međunarodnom tržištu, a efekti svetske ekonomske krize su samo pojačali pitanje loše konkurentske sposobnosti domaćih preduzeća. Domaća preduzeća kao konkurente nemaju samo preduzeća iz razvijenih zemlja, prevashodno iz zemlja EU, već i iz novoindustrijalizovanih zemlja, poput Kine, Indije, Brazila, Meksika, Turske, itd. Domaća preduzeća moraju da jasnije osmisle sopstvenu strategiju razvoja, pogotovu u skladu sa evropskim i globalnim integracionim tokovima, a primena savremenih metoda i tehnika menadžmenta, poput integrisanih menadžment sistema, marketinga odnosa i korporativne društvene odgovornosti, predstavlja osnovnu pretpostavku uspešnog tržišnog razvoja.

Rezultati navedenog istraživanja ukazuju na činjenicu da država mora da ima ključnu ulogu u ovoj oblasti na domaćem tržištu kroz donošenje određenih dokumenta koji imaju za cilj promovisanje koncepta mladih kao preduzetnika. U te projekte je neophodno uključiti Univerzitete, Privrednu komoru Srbije i njene Regionalne komore, resorna Ministarstva i udruženja preduzetnika.

Literatura

1. ***, Privreda Srbije tehnološki zaostala 29,5% godina, Poslovni Magazin, 15. Jul 2009., dostupno na adresi: <http://www.poslovnimagazin.biz/magazin/privreda-srbije-tehnoloski-zaostala-295-godina-30-1970> (poslednji put posećeno 23.02.2010.).
2. ***, Strategija razvoja konkurentnosti i inovativnosti MSP za period 2008-2013. godine, Službeni glasnik RS, br.55/05, 71/05-ispavka, 101/07 i 65/08, Beograd, 2008.

3. ***, Youth Unemployment: The Policy Agenda, Promotional Activities, ILO, <http://www.ilo.org/public/english/region/ampro/cinterfor/temas/youth/news/youth1.htm> (poslednji put posećeno 15.03. 2010.)
4. ***, Zemlje u razvoju novi marketinški eldorado, Novac, Ringier, Beograd, 11.07.2009. str. 8-9.
5. Adižes I., Upravljanje promenama, Adižes, Novi Sad, 2006.
6. Berglund H., Wennberg K., Creativity among entrepreneurship students: comparing engineering and business education, Int. J. Cont. Engineering Education and Lifelong Learning, Vol. 16, No. 5, 2006.
7. Bhandari N.C., Intention for Entrepreneurship among Students in India, Journal of Entrepreneurship, vol 15, 2006. pp. 169-179.
8. Block Z., MacMillan I.C., Corporate Venturing, Harvard Business School Press, Boston, MA. 1993.
9. Crant M.J., The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions, Journal of Small Business Management, 34, 1996. pp. 42-49.
10. Đorđević D., Anđelković M., Bogetić S., Proces tranzicije i domaća privreda, KAS, Beograd, 2002.
11. Đorđević D., Anđelković M., Bogetić S., Unapređivanje konkurentnosti domaće privrede, KAS, Beograd, 2003.
12. Drucker P., Inovacije i preduzetništvo – Praksa i principi, Grmeč, Beograd, 1996.
13. Drucker P., Upravljanje u novom društvu, Adižes, Novi Sad, 2005.
14. Gartner W.B., Who is an entrepreneur? Is the Wrong Question, American Journal of Small Business, 12, 1988. pp.11-22.
15. ISO (ed.) The ISO Survey 2008, http://www.onac.org.co/portal/images/stories/ISO_Survey2008.pdf (poslednji put posećeno 15.03.2010.)
16. Johannisson B., Landström H., Rosenberg J., University training for entrepreneurship – an action frame of reference, European Journal of Engineering Education, Vol. 23, 1998. pp.477-496.
17. Kenichi O., Nova globalna pozornica, Mate, Zagreb, 2007.
18. Kolvereid L., Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions, Entrepreneurship Theory and Practice, 20, 1996. pp. 23-31.
19. Paunović M., Poslovanje u Srbiji, Fokus – kvartalni izveštaj o institucionalnim reformama, Centar za liberalno-demokratske studije, Beograd, oktobar 2009.
20. Sajfert Z., Bešić C., Petrović N., Uloga korporativnog preduzetništva u procesu unapređenja kvaliteta poslovanja domaćih preduzeća, JUSK Međunarodna konvencija o kvalitetu/YUSQ 2008, “Kvalitetom ka evropskim i svetskim integracijama”, Beograd, 27.-29.05.2008., International journal “Total Quality Management & Excellence” no.1-2, vol. 36 2008. str. 259-260.
21. Scheinberg S., MacMillan I., An eleven country study of the motivations to start a business, Frontiers of Entrepreneurship Research, 1988.
22. Scherer R.F., Brodzinski J.D., Entrepreneur career selection and gender: A socialization approach, Journal of Small Business Management, 28, 1990. pp. 37-44.

Preduzetničko ponašanje kod mladih – rezultati istraživanja u Srbiji

23. Schwab, K. (ed.), The Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, 08.09.2009. dostupno na adresi: <http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf> (poslednji put posećeno 23.02. 2010.)
24. Zahra S.A., Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship, Journal of Business Venturing, Vol. 6, 1991. pp. 259-85.
25. Zahra S.S., Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: a taxonomy approach, Journal of Business Venturing, Vol. 8, 1993. pp. 319-40.

THE YOUTH'S ENTERPRISING BEHAVIOUR –THE RESEARCH RESULTS FROM SERBIA

Abstract: According to some experiences of developed countries, the young who start their own business for the first time, represent a very important category for development of enterprise climate on national economy level. The ambience where young people can be stimulated to start their own business is not developed enough in Serbia. Possible solutions can be education and encouragement of the young to start and perform their own business. Stimulating enterprising behaviour of the young is especially important in transitional countries which are faced with recession. The authors of this paper are analysing the necessity of implementing a modern enterprise concept on the territory of the Republic of Serbia with a special attention to the role of young people and the opportunities of their involvement in enterprise activities. The results of two researches, carried out in 2008 and 2009 among Serbian students are compared and shown here. The theme has been: enterprise and enterprising behaviour of the young.

Keywords: enterprise, young entrepreneurs, small and medium size enterprises, competitiveness, knowledge.