



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Др Ђурђица Вукајловић¹

Универзитет Привредна академија

Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад

Др Милан Стаматовић

Универзитет Метрополитан, Факултет за менаџмент, Београд

Др Бранко Љутић

Универзитет Привредна академија

Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад

АНАЛИЗА ЗНАЊА И СПОСОБНОСТИ ПРЕДУЗЕТНИКА У УСЛОВИМА САВРЕМЕНОГ ПОСЛОВАЊА

Апстракт

Да би предузеће у савременим условима пословања остварило конкурентску предност неопходно је да развија предузетнички дух. Људи са својим знањима и вештинама главни су носиоци развоја предузетничких идеја и иновација. Предмет истраживања на узорку од 433 испитника, био је утврђивање знања испитаника о предузетништву као и одређивање предузетничких карактеристика, при чему се настојало доћи до података о условљености знања и предузетничких карактеристика испитаника у односу на пол, године старости, ниво образовања и радни стаж. Резултати су показали да не постоји довољан ниво знања испитаника о предузетништву, као и да радни стаж утиче на знање о неопходности одређених предузетничких активности у пословању. Испитаници су показали предузетничке карактеристике у смислу преузимања ризика, отворености за новине, слушање идеја и истрајности у сопственим идејама. Ипак не испољавају предузетнички карактер у погледу слушања купчевих захтева и решавању проблема када до њих дође.

Кључне речи: *Предузетник, знање, способности, карактеристике.*

ANALYSIS OF KNOWLEDGE AND SKILLS OF ENTREPRENEURS IN CONDITIONS OF NEW WAY OF DOING BUSINESS

Abstract

To achieve competitive advantage for company in contemporary business, it is necessary to develop an entrepreneurial spirit. People with their knowledge and skills are the main carriers of entrepreneurial ideas and innovations. Primary research on a sample of 433 respondents had goal to determine the level of knowledge about entrepreneurship and the entrepreneurial characteristics in sample, where we tried to get information about the interdependence of knowledge and entrepreneurial characteristics in relation to gender, age, education level and

¹ djurdjicaznic@gmail.com

work experience. The results showed that there is no sufficient level of knowledge of respondents about entrepreneurship, and work experience affect on knowledge about necessity of certain entrepreneurial activities in the business. Respondents showed entrepreneurial characteristics in terms of take over risk, innovation in business, listening other ideas and perseverance in their own ideas. But do not show the entrepreneurial character in terms of listening to customers' requests and resolving problems when they arise.

Key words: *Entrepreneur, knowledge, skills, characteristics.*

Увод

Успешност пословања предузећа у савременим условима привређивања, зависи од различитости у односу на конкуренцију. Револуционарни проналасци данас су ретки, а једна потреба може да се задовољи на различите начине, производима велико броја произвођача. Променљиво окружење захтева да се на основу тражње купаца модификују производи, да се константно налази шта је то што купци траже, оно што ће предузеће одвојити од конкуренције и довести га у врх привредне гране.

Уколико се предузеће налази у врху, није загарантовано да ће се ту и задржати. Са најбољом опремом и финансијским средствима, предузеће може изгубити конкурентску предност, ако не постоји ресурс који је један од најбитнијих фактора успеха у савременом друштву, а то је људски фактор. Константно би требала да се развија култура и дух, који ће да одговарају предузетничкој оријентацији, а који подразумевају укључивање свих запослених у правцу иновативних решења. У савременој привреди основа успешног пословања, поготово у глобалним оквирима, јесте стварање повољне климе у организацији која форсира предузетничко понашање, иновативност, флексибилност и креирање стратегије која подржава овакво понашање.

Предузетништво и предузетник

Предузетништво се дефинише као способност да се на основу креативне делатности и ограничених производних могућности формира одређена ефикасна економска делатност. Предузетништво је динамичан процес стварања увећане вредности. Вредност стварају појединци који преузимају највећи ризик у смислу капитала, времена и/или каријере. Предузетништво је процес стварања нечег новог улагањем неопходног времена и напора, под претпоставком постојања пратећих финансијских, физичких и друштвених ризика и уз прихватање одговарајућих награда у новчаном, личном задовољству и независности (Hirsch, Peters, Shepherd, 2005).

У последњих неколико година, мала и средња предузећа су структуре које у највећој мери континуелно остварују профит и показују највећи ниво пословне ефикасности. Ово је дефинитивно подржано карактеристикама ових предузећа,

као што су: виталност, флексибилност, могућност специјализације, лакши менаџмент, могућност већег и бржег инвестирања, боље извозне могућности, лакше иновирање и офанзивнији предузетнички дух (Вемић, Стаматовић, 2010) .

Главне карактеристике предузетника могу се огледати у следећем (Parker, 2004): самопоуздање и мулти вештине, сусретање лицем у лице са потешкоћама и обесхрабрујућим околностима, иновативне вештине, резултатски оријентисани, прихватање ризика и укупна посвећеност.

Успех, у било ком послу, зависи поред поседовања самог бизниса или средстава за покретање посла, и од нивоа едукације и талента. Без талента за музику тешко да неко може бити добар професор музике. Без такта и талента за трговину тешко да се може успети у трговачком позиву. Али поседовање талента потребног за позив не значи и предуслов за богатство и добар предузетнички посао. Постоје музичари са невероватним талентом, а ипак су сиромашни, не остваре богатство. Постоје и трговци са добрим факултетима и осећајем за сарадњу са људима, који ипак пропадну. Спортисти, без обзира на таленат, уколико не тренирају, не могу да постигну врхунски резултат (Wattles, 1999).

Кључна питања у истраживању предузетничке когниције су следећа: Зашто неки људи постају предузетници, а други не?; Како то да неки људи препознају прилику, а други са истим искуством и количином информација не препознају?; Зашто неки људи претварају своје идеје у пословне прилике, а други само констатирају да су се и они тога сетили?; Зашто се неки људи задовољавају неким проналаском и не истражују даље?; Шта предузетници раде, како и када то раде? (Стаматовић, Миливојевић, 2010). Добар део истраживања која се баве психологијом предузетника базира се на искуствима малих предузећа у Америци. Међутим, чини се да постоји општа сагласност у погледу неопходних личних особина. Две су кључне неопходности: унутрашња тежња за контролом и велика потреба за достигнућем. Прва особина је уобичајена код научника и инжењера, али је потреба за високим нивоима достигнућа мање уобичајена. Предузетници су типично мотивисани великом потребом за достигнућем, више него општом жељом за успехом. Овакво понашање је повезано са умереним преузимањем ризика, али не и са неразумним ризиковањем.

Образовање и искуство – долажење до идеја и решења

Ниво образовања предузетника не одваја их од других научника и инжењера. Потенцијални образовани предузетници имају битну тенденцију ка остварењу виших нивоа продуктивности у односу на њихове колеге мањег нивоа образовања, мерену у терминима објављених чланака или гарантованих патената. Бројни модели креативног процеса могу бити од помоћи онима који се требају бавити иновацијама у предузетништву. Потврђен и практичан процес за тестирање начина доживљаја ствари укључује три главне фазе (Moris, 2005): разумевање прилике, сакупљање идеја и планирање акције.

Фундаментални проблем у едукацији предузетништва је да ли се предузетништво може научити. Наиме, могуће је усмерити предузетнике да идентификују могућности, али је тешко научити их уметношћу креирања могућности.

Образовање игра важну улогу у ставовима, вештинама, и културној основи када се почиње са основним нивоом. Едукација у предузетништву даје комбинацију експерименталног учења, изградње вештина, и предности у начину размишљања (Закић, Стаматовић, Стевовић, 2012).

Иновације и идеје као основа предузетничког посла

Економски напредак у савременим условима подразумева континуирану комерцијалну велоризацију иновација независно од тога да ли се имају у виду једноставна побољшања производа и процеса, или се пак ради о дисруптивним научним и технолошким проналасцима (Цветановић, Младеновић, Николић, 2011).

Интелектуална својина је појам који се користи да опише разне врсте иновација, менталних активности, и креативних или уметничких напора. Интелектуална својина, било да је у власништву или у поседу, представља нешто што има контролу над коришћењем. Да би се имала права вредност, интелектуална својина мора имати комерцијалну вредност и мора производити адекватну ексклузиву да би дала бизнису конкурентску предност (Verma, 2002).

Велики број људи приликом започињања посла сматра да је добра идеја основа за започињање бизниса. Те “генијалне” идеје углавном остају само идеје које када би се оствариле омогућавају зараду у скромним цифрама, без икаквог знања или искуства о области у којој се та “генијална” идеја треба остварити. За успешног предузетника важни су (Slater, 2003):

- Знање – која и колика су тржишта, ко су купци, њихове потребе, које су технологије потребне за остварење идеје, неке делатности и сл.,
- Сам предузетник – његово искуство, страст, упорност, истрајност, рад и сл.,
- Идеја – сан, циљ, неискоришћене тржишне прилике.

Савремено предузетништво се појављује као динамична развојна комбинација идеја, талента, капитала, знања и ризика. Оно је нови социокултурни феномен који омогућује остварење способности људи у економској сфери. Стога је исходите предузетничке функције људски капитал, јер је у стварности сваки човек потенцијални предузетник.

Предузетник је покретач подухвата промена и развика, носилац иновација. Он не треба и сам бити иноватор, али је он одлучујући у томе како ће се што боље искористити иновације, повећати конкурентност од иновације, смањити ризик, откривати и рационалније користити економски потенцијали. Једном примењена иновација проширује се, користе је и други, у истом облику или је надограђују. Управо из тог разлога намеће се потреба за креативно понашање предузећа и иновирање као услов трајне економске успешности и развоја предузећа. Најбољи гарант успеха предузећа је развој редузетничке климе у предузећу.

Иновације могу да се крећу у правцу (Закић, Стаматовић, Цветановић, 2009): иновације производа/услуга, иновације процеса, иновације пословних процеса, иновације менаџмента, иновације организација и иновације пословних модела.

За развој предузећа, иновација је кључ у процесу пословања који почиње инвенцијом нових производа или система и завршава се задовољавањем потреба одређене популације корисника. Иновације се могу посматрати као комерцијализација неког производа или процеса. Кључни сет иницијаних питања су: како је иновативна активност иницирана, који је облик процеса којим су проналазачи враћени у процес прављења успешних производа и како су иновације потом распринуте корз економију. Интуитивно, иновације се виде као резултат успешне технолошке примене нових научних технологија (Ђорђевић, 2012).

У пословању предузетници могу да се понашају на различите начине у односу на проактивност у иновирању, увођењу и реализације нових идеја. Тако се предузетници могу понашати као (Art, 2002): конформисти, имитатори, најбољи од најбољих и катализатори иновација.

Бити успешан предузетник значи наћи се на линији катализатора иновација или бар на линији најбољи од најбољих. Без обзира на тренутни успех, предузетник не сме да се опусти и да тај успех олако схвати. Стратегија развоја мора да се прати, стално ослушкује тржиште и креира будућност. Некада предузетници могу бити и успешни као имитатори, уколико имитацијом онога што већ постоји пронађу тржишта која нису “опслужена” и на тај начин добију бенефит нових тржишних ниша. Предузетници никада нису конформисти, њиховој природи не одговара “ушушканост” на једном тржишном сегменту, са одређеним бројем купаца, с обзиром да та стратегија не отвара шансе за иновирањем и пословним успехом. Сама природа конформиста је различита од природе предузетника, који преузимају ризике и траже нове пословне шансе, мењајући будућност и потребе потрошача.

Методологија истраживања

Предмет анализе истраживања је био утврђивање знања испитаника о предузетништву као и одређивање предузетничких карактеристика, при чему се настојало доћи до података о условљености знања и предузетничких карактеристика испитаника у односу на пол, године старости, ниво образовања и радни стаж.

Истраживање је реализовано као трансверзална студија, емпиријског карактера. Приликом прикупљања података коришћена је нестандардизована истраживачка техника – анкетање. Истраживањем на узорку примењен је инструмент технике анкетања – упитник. Помоћу њега, у писаној форми се проценила тренутна ситуација у погледу знања и предузетничких карактеристика испитаника. Прикупљени подаци обрађени су дескриптивном и компаративном статистиком.

Истраживање је спроведено у предузећима на територији АП Војводине и Београда. Испитивање се спроводило личним давањем упитника, слањем поштом као и електронским путем. Узорак је случајан, а критеријум је био да су испитаници запослени (без обзира на пол, године старости, функцију коју обављају, радни стаж и сл.), при чему је акценат на запослене, а не на предузећа, њихове карактеристике и успешност пословања.

Истраживањем је обухваћено 450 испитаника, а враћено 433 валидно испуњених упитника који су узети у обзир приликом обраде података. У узорку је нешто више жена од мушкараца (за 1,6%), а највише је оних старосне доби од 31-

40 година. У погледу нивоа образовања, највећи број испитаника је са завршеном основном или средњом школом (47,1%), док је највише оних (28,9%) који имају преко 15 година радног стажа (Табела 1.). Узорак је дакле обухватио приближно исти број испитаника оба пола, при чему је у највећем проценту оних у зрелој радној доби, са завршеном основном или средњом школом.

Табела 1. Карактеристике узорка обухваћене популације

КАРАКТЕРИСТИКЕ УЗОРКА	ФРЕКВЕНЦИЈЕ УЗОРКА	
	Апсолутне фреквенције	Релативне фреквенције
ПОЛ ИСПИТАНИКА		
Мушкарци	213	49,2%
Жене	220	50,8%
СТАРОСТ ИСПИТАНИКА		
20-30	138	31,9%
31-40	141	32,6%
41-50	114	26,3%
Преко 51	40	9,2%
НИВО ОБРАЗОВАЊА		
Основна или средња школа	204	47,1%
Виша школа	104	24,0%
Факултетско образовање	125	28,9%
ГОДИНЕ РАДНОГ СТАЖА		
До 1 године	38	8,8%
Од 2 до 5	106	24,5%
Од 6 до 10	91	21,0%
Од 11 до 15	73	16,9%
Преко 15	125	28,9%

Резултати истраживања и дискусија

У обухваћеној популацији 75,5% испитаника у узорку је предузетника погрешно дефинисало као лице које ради, ради стицања добити и лице које има своје приватан бизнис, док је свега 24,5% испитаника исправно дефинисало предузетника као лице које уводи иновације и побољшања у своје пословање. Овакво дефинисање предузетника у великом је последица Закона о регистрацији привредних субјеката ². Предузетник као појам користи се за физичко лице које обавља неку делатност ради стицања добити. Из тог се закључује да сви власници малих и средњих прдузећа који самостално обављају делатност су предузетници.

С друге стране у обухваћеној популацији већина испитаника сматра да је за добро пословање предузетнику потребна само идеја, добар имаркетинг и довољно финансијских средстава (58%), док је мање од половине (42%) исправно одгово-

² Закон о привредним друштвима, „Сл. Гласник РС“, бр.36/2011 и 99/2011 Чл. 83

рило да је предузетнику потребна идеја и бизнис план (који у себи носи све кораке започињања пословања, реализације идеје, приходе, расходе, маркетинг и сл.). Ипак, у обухваћеној популацији највећи број испитаника (78,5%) сматра да стално мора да се ради на унапређењу пословања, иновирању производа и услуга, што представља основу предузетништва.

На основу резултата дескриптивне статистике може се закључити да знање испитаника о предузетништву није на високом нивоу. Међутим, предузетник поред знања као основе, мора да има неке одреднице личних карактеристика неопходних за започињање предузетничког посла. Из тог разлога су испитаницима надаље попуњене карактеристике предузетника и тражено је од њих да дају свој став у погледу одређених тврдњи које осликавају предузетника (Табела 2.).

Табела 2. Одговори испитаника у погледу предузетничких карактеристике

КАРАКТЕРИСТИКЕ ПРЕДУЗЕТНИКА	Релативне фреквенције (%)	
	ДА	НЕ
Некада је добро ступити у акцију чак и ако нема чрстих доказа за успех	85,2	14,8
Верујем у изреку да је купац увек у праву	44,6	55,4
Не волим да слушам туђе идеје, сматрам да не постоји оно што није пронађено	20,6	79,4
Некада се држим својих идеја и планова, чак и ако се дрги не слажу са њима	69,7	30,3
Упуштам се само у послове у којима имам довољно искуства	47,8	52,2
Када наступе проблеми тражим помоћ надређених	67,4	32,6
Радознала сам особа, отворена за новине	82,2	17,8

У посматраном узорку испитаници су у највећем проценту показали предузетничке карактеристике у погледу:

- Спремности за прихватање ризика (85,2% испитаника);
- Слушању туђих идеја, и ставу да увек има нешто ново што се може пронаћи (79,4% испитаника);
- Ситурност у себе, своје идеје и планове, чак и ако се други не слажу са њима (69,7% испитаника);
- Упуштање у послове у којима испитаник и нема довољно искуства (52,2% испитаника);
- Радозналости и отворености за новине (82,2% испитаника).

Испитаници нису показали предузетничке карактеристике у погледу:

- Изреке да је купац увек у праву, иако се све предузетничке активности крећу у правцу задовољавања потреба купаца (55,4% испитаника);
- Самосталног решавања проблема (67,4 посто испитаника тражи помоћ надређених када проблеми наступе).

Из резултата дескриптивне статистике може се закључити да знање испитаника о предузетништву није на завидном нивоу, а ипак исказују предузетничке карактеристике у погледу највећег броја предузетничких одредница. Не искази-

вање предузетничког карактера у погледу стављања купца у средиште пословања, ка коме све предузетничке активности треба да буду усмерене, су нешто сто се може научити. С друге стране, самостално решавање проблема, не зависи само од предузетника као личности, већ и од слободе у пословању коју предузетник има од стране надређених. Едукацијом и давањем веће слободе запосленима, могу се превазићи ова два недостатка исказана код испитаника.

Компаративном статистиком се настојало доћи до разлика у одговорима испитаника, различитих карактеристика. Наиме употребом χ^2 теста независних узорака, утврдила са међусобна повезаност између независних варијабли (ниво образовања, године радног стажа, пол испитаника и старости) у погледу њиховог знања о предузетништву и предузетничких карактеристика. Као ниво значајности грешке узета је вредност 0,05 (Табела 3.).

Табела 3. Компаративна статистика³

ЗНАЊЕ О ПРЕДУЗЕТНИШТВУ	Ниво образовања испитаника	Године радног стажа	Пол испитаника	Старост испитаника
Појмовно одређење предузетника	0,006*	0,257	0,089	0,058
Константност у активности иновирања ради остваривања конкурентске предности	0,228	0,068	0,841	0,173
Неопходност добре идеје и бизнис плана као предуслова за добар предузетнички посао	0,339	0,048*	0,302	0,480
ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ				
Спремност за преузимање ризика, када нема чврстих доказа за успех	0,363	0,726	0,495	0,058
Веровање да је купац увек у праву	0,292	0,582	0,708	0,178
Спремност за слушањем туђих идеја	0,087	0,410	0,139	0,164
Истрајност у својим идејама и плановима, чак и када се други не слажу са њима.	0,915	0,124	0,763	0,479
Упуштање само у послове у којима постоји довољно искуство	0,004*	0,071	0,541	0,103
Тражење помоћи надређених, када наступе проблеми	0,080	0,393	0,048*	0,201
Радозналост, отвореност за новине	0,008*	0,430	0,124	0,398

³ Вредности означене * показују да постоји статистички значајна разлика између варијабли

На основу резултата може се закључити:

- постоји статистички значајна разлика (значајност грешке 0,006) код појмовног одређења предузетника у односу на ниво образовања, што указује да се еукацијом може утицати на предузетничке карактеристике, те да оне нису само таленат који појединци поседују;
- постоји статистички значајна разлика код испитаника различитих година радног стажа у погледу неопходности постојања идеје и бизнис плана за започињање предузетничког посла (значајност грешке 0,048), што указује да се искуством стиче неопходно знање и вештине за предузетнички посао;
- постоји статистички значајна разлика у упуштању у послове у којима постоји довољно искуства код испитаника различитог нивоа образовања (значајност грешке 0,004), што указује да ниво образовања у многоме утиче на спремност упуштања у послове у којима се нема искуства, с једне стране образовање значи већу сигурност, а с друге може да представља проблем, јер образована особа може у већој мери да сагледа ризик у пословању;
- код испитаника различитог пола постоји статистички значајна разлика у погледу тражења помоћи надређених када проблеми настану (значајност грешке 0,048), резултати су показали да жене више траже помоћ надређених када проблеми наступе. Разлог овоме треба тражити у природи индивидуе, али и у страху, положају у предузећу и односу надређених;
- ниво образовања утиче на разлике у радозналости и отворености за новине код испитаника у обухваћеној популацији (значајност грешке 0,008), наиме образовање отвара значајне хоризонте посматрања пословања и могућности иновирања и побољшања.

Закључак

Предузетништво представља покретачку снагу друштва и омогућује остваривање конкуретске предности предузећа. Без обзира на финансиску снагу и опрему, предузеће тешко може да оствари трајни напредак и успех у пословању уколико не располаже најбитнијим ресурсом, а то је људски ресурс са својим знањима и идејама. Данашња економска реалност је уздрмана великом економском и финансијском кризом које се рефлектује у свим социјалним сегментима. Већина зна како, где и зашто је криза почела, али нико не зна када ће се завршити и које ће имати последице (Ануфријев, Вукајловић, Стаматовић, 2011). Баш из тог разлога неопходно је да предузећа иду у правцу стварања предузетничке климе и образовањем запослених да подстичу предузетничко размишљање.

На основу истраживања се може закључити да испитаници немају довољан ниво знања о предузетништву и да се разлике у знању значајно испољавају у односу на ниво образовања, док се у односу на године радног стажа, пол и године живота значајно не разликује одговори у дефинисања предузетништва. Такође највећи део обухваћене популације не препознаје идеју и бизнис план као најбитније факто-

торе остваривања конкурентске предности у предузетничком пословању, при чему одговори значајно варирају у односу на радни стаж испитаника. С друге стране испитаници су свесни значаја иновативних активности у остваривању конкурентске предности. На основу овога може се закључити да од нивоа образовања зависи и знање о предузетништву, а да се кроз искуство стиче знање о ономе шта је за предузетништво значајно.

Испитаници без обзира на ниво образовања, године радног стажа, пол и године живота су спремни на преузимање ризика, такође су спремни да слушају туђе идеје и сматрају да има оно што још није пронађено. Држе се својих идеја и планова, чак и када се други не слажу са њима. Испитаници се у највећем проценту упуштају у послове у којима немају довољно искуства, с тим да постоји значајна разлика код испитаника различитог образовног нивоа. Испитаници су радознали и отворени за новине, мада и овде постоји значајна разлика у одговорима испитаника различитог нивоа образовања.

Испитаници у највећем проценту не верују да је купац увек у праву, иако је купац извор идеја према којем су усмерене све предузетничке активности. Такође испитаници у случају проблема траже помоћ надређених, при чему се одговори значајно разликују код испитаника мушког и женског пола (жене у већем проценту траже помоћ надређених).

На основу истраживање може се закључити да постоји потреба за већом едукацијом о предузетништву и активностима које су неопходне да би се остварио успех у предузетничком пословању. Такође, неопходно је ставити купца у центар пажње и усмеравати активности у односу на његове жеље. Када наступе проблеми у пословању неопходно је запосленима остављати већу слободу да их решавају, самим тим што проблем може да доведе до нове идеје и унапређења пословања.

За предузетништво веома је значајна едукација, али исто тако неопходно је да се развија предузетнички дух (да се даје могућност појединцима да исказују своје идеје и решавају проблеме). Битно је да особа поседује одређене карактеристике неопходне за предузетнички посао (прихватање ризика, спремност и отвореност за нове идеје, веровање у себе и своје идеје, радозналост). Без обзира на величину и привредну делатност предузећа, неопходно је развијати предузетничко понашање. Предузетништво није само облик пословања малих и средњих предузећа, већ неопходност сваког привредног субјеката које послује у променљивом окружењу. Образовањем и развијањем предузетничких карактеристикама могуће је подстицати предузетничко понашање појединаца у предузећима, а самим тим и утицати повећање нивоа конкурентске предности.

Литература

1. Ануфријев, А., Вукајловић, Ђ., Стаматовић, М. (2011): *Neoliberal Capitalism Through the Curtain of the Economic Crisis*, FACTA UNIVERSITATIS, Economics and Organization, Vol 8, N^o4, pp 447-463.
2. Art, T. (2002): *Invent Business Opportunities No One Else Can Imagine*, Career Press, Franklin Lakes – Canada.
3. Berman, B. (2002): *From Ideas to Assets - Investing Wisely in Intellectual Property*, John Wiley & Sons, United States of America.

4. Вемић, М., Стаматовић, М. (2010): The Importance of Private Investors in the Financing of Rural Entrepreneurship in Serbia, *Megatrend Reviv*, Vol. 7 (1), pp. 295-308 .
5. Ђорђевић, Б. (2012): Еволуција и развој иновативне организације, *Економика*, I-III 2012, број 1, стр. 11-20.
6. Закић, Н., Стаматовић, М., Цветановић, С. (2009): Типологија иновација у предузећима, *Теме*, бр. 2, 73-97.
7. Закић, Н., Стаматовић, М., Стевовић, С. (2012): Necessity of entrepreneurship education: A research among entrepreneurs and potential entrepreneurs in Serbia, *African Journal of Business Management*, Vol 6 (9), pp. 3172-3180.
8. Hirsch, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A.(2005): *Entrepreneurship*, McGraw-Hill, United States of America.
9. Moris, H. M. (2005): *The first time manager: the first steps to a brilliant management career*, Kogan Page, London.
10. Parker, C. S. (2004): *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, Cambridge University Press, New York.
11. Slater, R.(2003): *29 Leadership Secrets from Jack Welch*, McGraw-Hill, USA
12. Wattles, W. D. (1999): *The Science of Getting Rich*, Rebecca Fine Olympia, United States of America.
13. Стаматовић, М., Миливојевић, Т. (2010): Правци развоја и централна питања предузетничке когниције, *Економика*, специјално издање, стр.17-34.
14. Hirsch, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A.(2005): *Entrepreneurship*, McGraw-Hill, United States of America.
15. Цветановић, С., Младеновић, И., Николић, М. (2011): Теоријске основе концепта иновационог капацитета привреде, *Економика*, X-XII 2011, број 4, стр 14-24.