

ТМГ. XXXVIII	Бр. 1	Стр. 433-445	Ниш	јануар - март	2014.
--------------	-------	--------------	-----	---------------	-------

UDK 334.012.6:338.24.021.8(497.16)

Оригиналан научни рад

Примљено: 26. 11. 2012.

Ревидирана верзија: 20. 6. 2013.

Одобрено за штампу: 18. 2. 2014.

Горан Теранић

Универзитет Црне Горе

Студијски програм за социологију

Филозофски факултет

Никшић

ИСТРАЖИВАЊЕ МОТИВА ОСНИВАЊА ПРЕДУЗЕЋА КОД ПРЕДУЗЕТНИКА У ЦРНОЈ ГОРИ

Апстракт

Последњих двадесет година предузетништво игра све значајнију улогу у постсоцијалистичким друштвима, те као такво завређује и већу пажњу социолошке науке. Формирање и развој нових фирми представљају комплексан процес на који утичу бројни фактори. Мотиви који подстичу појединце на оснивање предузећа сматрају се веома важним у овом процесу. Консултујући релевантна истраживања, како наша, тако и инострана, издвојили смо кључне мотиве за оснивање малих и средњих предузећа у постсоцијалистичким друштвима. Према резултатима нашег истраживања, далеко најзаступљенији примарни мотив за оснивање предузећа у Црној Гори је незапосленост.

Кључне речи: предузетништво, мала и средња предузећа, мотиви оснивање предузећа, предузетничке особине

BUSINESS START-UP MOTIVES OF ENTREPRENEURS IN MONTENEGRO

Abstract

In the past twenty years entrepreneurship has had an increasing impact on the post-socialist societies. Therefore, it warrants greater attention from sociological scholars. Setup and development of new businesses is a complex process determined by multiple factors. The motives that drive individuals to start their own companies are considered very important for this process. Referring to the relevant research, both

ceranicgoran@yahoo.com

domestic and international, this paper attempts to determine the key motives for the setup of small and medium-sized businesses in the post-socialist countries. According to the results, the most important start-up motive in Montenegro is unemployment.

Key words: entrepreneurship, small and medium-sized businesses, start-up motives, entrepreneurial features

УВОД

Интересовање за предузетништво у Црној Гори се јавља крајем 80-их и почетком 90-их година прошлог вијека као резултат суштинских системских промјена које се дешавају у том периоду. Процес постсоцијалистичке трансформације започет је уставним измјенама и стављањем ван снаге Закона о удруженом раду, те доношењем савезних Закона о предузећима (1988) и Закона о друштвеном капиталу (1989). Овим законима укинут је монопол друштвене својине и омогућено оснивање и дјеловање приватних фирми у практично свим областима привреде и непривреде. О том процесу говори велики број регистрација нових, најчешће малих и средњих приватних фирми (МСП). Нови приватни предузетници несумњиво постају најекспанзивнија групација постсоцијалистичког периода.

Предузетништво је снажно везано за мала и средња предузећа, што је главни развојни покретач не само земаља у транзицији, него и развијених тржишних економија. Значај малих и средњих предузећа у развијеним тржишним привредама најбоље илуструје примјер Европске уније, у којој од око 20 милиона предузећа чак 99% чине мала и средња предузећа, која креирају око 75 милиона радних мјеста. Такође, мала и средња предузећа учествују са 70% у укупном промету, односно 60% у бруто друштвеном производу Европске уније (Дирекција за развој малих и средњих предузећа, 2011).

У Црној Гори мала и средња предузећа чине 99,8% свих предузећа, од којих су већина микропредузећа (87,8%) (Дирекција за развој малих и средњих предузећа, 2010). У њима је запослено 61,83% укупног броја радника и учествују са 31% у укупном извозу. Учешће малих и средњих предузећа у бруто друштвеном производу Црне Горе показује тенденцију раста, од 2001. до 2003. оно се повећало за 24,19%. У 2001. је износило 34,6%, 2002. 46,25%, а 2003. учешће малих и средњих предузећа у БДП Црне Горе је износило 58,79% (Дирекција за развој малих и средњих предузећа, 2006, стр. 28).¹

¹ Подаци о учешћу МСП у БДП Црне Горе нијесу расположиви за каснији период због непостојања званичних података.

Све већа експанзија предузетништва у многим земљама је иницирала научне расправе које се тичу фактора који подстичу његов развој. Формирање и развој нових фирми је један комплексан процес и фактори који су повезани са њим могу се препознати темељним истраживањем на микронивоу фирми и оснивача фирме. Почетни мотиви оснивања предузећа се сматрају веома битним у овом процесу. Утврђивање мотива нам омогућује да потпуније сагледамо ниво „предузетничке усмјерености“ којом појединци располажу. Разумијевање мотивационих фактора може бити корисно за предузетнике и креаторе укупног привредног амбијента у циљу реализовања успјешних подухвата у овој области.

Како у литератури не постоји сагласност о томе који фактори условљавају одлуке о уласку појединаца у предузетништво, били смо у дилеми које факторе да тестирамо као релевантне за обликовање предузетничких мотива на овом простору. Ослањајући се на резултате других истраживача (Shapiro and Sokol, 1982; Feeser and Dugan, 1989; Szarucki, 2009) направили смо разлику између *push* и *pull* предузетника. Термини *push* и *pull* означавају предузетнике у смислу њихове почетне мотивације да започну бизнис. Према теорији постављања циљева, ако неки људи имају боље резултате од других, пред тога што су једнаки по знању и способностима, то је вјероватно узроковано различитом мотивацијом (Latham and Locke, 1991). *Push* предузетници су на неки начин принуђени да се укључе у предузетничку дјелатност, јер нијесу задовољни тренутним послом или је на то утицао неки други разлог. Њихово укључивање у предузетнички бизнис не мора да буде повезано са њиховим предузетничким склоностима. *Pull* предузетници се укључују у предузетништво због изазова која та дјелатност пружа и остваривања потенцијалног успјеха који је везан за нови бизнис.

С тога се може очекивати да ће *pull* предузетници имати боље предузетничке атрибуте и потенцијале, а самим тим и остварене резултате у тој области од *push* предузетника. Имајући ово у виду, очекујемо да ће се и у нашем истраживању показати слични резултати.

ПРЕГЛЕД ЛИТЕРАТУРЕ О МОТИВИМА ПРЕДУЗЕТНИКА

Да бисмо употпунили слику могућих фактора који подстичу појединце на започињање бизниса, одлучили смо да направимо преглед оних истраживања у којима се анализира овај феномен. Према Дикинсу и Витему (Deakins and Whittam) (2000), мотивација која подстиче предузетнике је повезана са позитивним или негативним факторима. Примјер позитивног подстицаја за започињање бизниса је жеља да се буде независан, сам свој газда, успјешан у послу, док су негативни мотиве везани за нелагодност или дискриминацију на алтернативном послу. Код негативног подстицаја започињање соп-

ственог бизниса се не јавља као примарани избор већ је изазван, нпр. недостатком алтернативних могућности запослења, лошим примањима на другом запослењу и сл. Суштински, мотиви за започињање бизниса, како смо у уводу већ нагласили, могу се подијелити на pull (вући) и push (гурати) утицаје. Pull би били позитивни подстицаји који покрећу предузетнике, а push негативни (Shapiro and Sokol, 1982; Feeser and Dugan, 1989; Szarucki, 2009). Неки људе, дакле, на започињање сопственог бизниса бивају позитивно подстакнути, као што је нпр. реализација властите идеје за коју вјерују да ће је успјешно остварити, док са друге стране постоје они које је егзистенцијална нужда приморала на оснивање фирме. Пријетња губитком посла, као и немогућност запослења сматрају се једним од најзначајнијих негативних мотива. Ово се посебно може очекивати као јак мотив у постсоцијалистичким друштвима у којима су губитак сталног запослења и незапосленост масовне појава. Финансијски подстицај се сматра једним од најбитнијих мотива за покретање бизниса, међутим Даглас и Шеперд (Douglas and Shepherd) (2002) у свом истраживању су утврдили да је то један од најмање битних мотива када је у питању укључивање у нови бизнис. Историја породичног бизниса се обично види као битан мотивациони разлог да неко постане предузетник, да настави бизнис као традицију. Ово је вјероватно један од најлакших начина да се постане предузетник, пошто знање које се добија од старијих чланова породице може да буде јако корисно. Брунакер (Brunaker) (1999) истиче процес социјализације, односно предавања бизниса члановима породице друге генерације, гдје их уче бизнис вјештинама и подстичу да наставе породичну традицију. Жеља да се искористи могућност је типичан позитиван подстицај и он се описује као покушај појединца да се испуни рупа на тржишту тиме што ће да понуди потребан производ или услугу (Schumpeter, 1992). Барон (Baron) (2004) тврди да идентификација потенцијалне економске могућности може бити веома важан прелиминарни корак у предузетничком развоју. Он даље објашњава да започињање овог бизниса има корјене у вјеровању да је особа открила могућност коју нико до тада није идентификовао и као резултат тога може да просперира пошто је прва ушла у тај кутак тржишта (Szarucki, 2009).

МЕТОД

Будући да у постсоцијалистичком црногорском друштву ова тема није била предмет значајније пажње истраживача (у Србији види: Болчић, 1994, 2002), а да се ради о вишедимензионалном феномену, сматрали смо да би мјешовити модел, састављен од фактора који су се у досадашњим истраживањима показали као релевантни за обликовање предузетничких мотива, могао бити најплодоноснији.

Узимајући у обзир наведена истраживања у којима су анализирани подстицајни фактори за отпочињање предузетничког бизниса, настојали смо утврдити израженост следећих покретачких мотива код испитаних предузетника: *незапосленост* или *немогућност проналажења другог прихватљивог посла* који спадају у групу објективних околности које су их могле подстаћи да се баве предузетништвом, настојање да се што потпуније искористе властити потенцијали (*боље коришћење властитих способности*), материјални разлози који према неким истраживањима нијесу најзначајнији мотив истинских предузетника (*очекују да ће тако боље зарађивати*), *посједују капитал који се тако најбоље може искористити* или једноставно желе да наставе посао којим су се бавили њихови родитељи (*настављање породичне традиције у бављењу приватним послом*). Испитаници су рангирали значај мотива за отпочињање сопственог бизниса на скали од један до три, при чему је један имао најјачи интензитет.

Узорак

С обзиром на хетерогеност популације, сматрали смо да је оправдано узети стратификовани случајни узорак. Стратификација је извршена према броју запослених у предузећу и врсти дјелатности. Примарна јединица избора су биле фирме које смо бирали случајним путем са списка фирми направљеног по задатом критеријуму. Коришћени су спискови: МОНСТАТ-а, Фонда ПИО, Фонда за здравствено осигурање и Пореске управе. Истраживањем је обухваћено 313 испитаника. Полазећи од операционалне дефиниције предузетника као власника – оснивача фирми, који не руководе фирмом, као и власника-руководилаца фирме истовремено, сви испитаници се могу сматрати предузетницима. Истраживање је спроведено у октобру и новембру 2009. године.

Иструменти истраживања

Подаци су прикупљани путем упитника и скале Ликертовог типа. Питања су углавном била затвореног типа. Упитник је попуњаван појединачно.

Скала Ликертовог типа је коришћена да би се утврдиле личне особине предузетника у нашем узорку. На темељу постојећих упитника и налаза из литературе, конструисан је Упитник предузетничких склоности. Овај упитник је преузет из објављених истраживања (Миљковић-Кречар, 2008) и коригован како би у потпуности задовољио основне задатке који се тичу испитивања предузетничких особина. Скале на којима упитник теоретски почива конструисане су користећи Тест општих предузетничких склоности (General Enterprising Tendency Test, Caird, 1988) и Кохов упитник (Koh, 1996). Комбинацијом два упитника добијено је 7 скала с различитим бројем тврдњи. Овим тврдњама су придодате нове, од којих су неке преузете из посто-

јећих скала – Скале толеранције на неизвјесност (Measure of Ambiguity Tolerance, Norton, 1975), Скале самопоуздања (Миљковић, Рајевац, 2001). Упитник се састоји од следећих седам скала: „мотив постигнућа“, „потреба за независношћу“, „толеранција на неизвјесност“, „иновативност“, „спремност на преузимање ризика“, „локус контроле“ и „самопоуздање“. Скала садржи 65 тврдњи, а процјењује се на петостепеној скали Ликертовог типа.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Незапосленост као мотив оснивања сопственог бизниса навело је 59,5% испитаника. Међутим, оно што је овдје посебно важно истаћи је да чак 39,2% наших предузетника то наводи као први разлог за оснивање властитог предузећа. Незапосленост је у односу на остале могуће разлоге, како видимо у табели бр. 1, као примарни мотив навело убједљиво највише испитаника. Транзициони период, кроз који још увијек пролази наше друштво, рефлектује се на губитак сигурности посла, која се сматрала највећим постигнућем социјалистичких и нетржишних привреда. Умјесто тога, кретања и промјене на тржишту рада током 90-их година утицале су да многи запослени остану без посла не само као технолошки него и као економски вишкови рада. Истовремено, смањиле су се и могућности за ново запошљавање. Због тога, самозапошљавање постаје главни извор новог запошљавања, који истовремено доприноси и смањењу незапослености у многим земљама. Бројна истраживања су показала да, како опада укупна запосленост (све мање послова на тржишту рада), тако расте самозапошљавање (Stanworth, Granger & Blyth, 1989).

Ако овоме додамо и 40,5% испитаника који су као разлог навели *немогућност налажења другог прихватљивог запослења*, онда је сасвим јасно да је економска нужност основни мотив њиховог покретања бизниса. Овакви одговори показују да је велики број активних предузетника у Црној Гори кренуо у мали бизнис не због повољних услова привређивања и свог предузетничког потенцијала и мотива, већ једноставно из егзистенцијалне нужде. Овдје се оправдано поставља питање компетентности ове групације предузетника. Наиме, успјешно бављење предузетничком активношћу захтијева посједовање одговарајућих знања и способности. Међутим, већина оних који су остали без посла „потиче“ из предузећа која су била у дугогодишњој кризи. У таквим предузећима се, по правилу, није поклањала превелика пажња ажурирању знања и вјештина запослених. Уколико пођемо од Маистера (Maister) (2003) да се знање које се не иновира годишње амортизује барем за 10%, долазимо до закључка да су знања и вјештине многих таквих предузетника застарјели и мало употребљиви. Овакви проблеми се јављају и код појединаца који су дуже времена незапослени, а таквих је у Црној Гори највише. Дуже од годину дана на посао у Црној Гори чека 55% незапослених

(Институт за стратешке студије, 2008). Такође, поред тога што немају довољно знања и искуства у предузетничким активностима, већина ових предузетника нема навику да самостално одлучују и организује посао. Због тога и ову чињеницу треба посматрати у контексту недовољног степена развијености сектора малих предузећа и неискоришћености прилика које он пружа.

Табела 1. Разлози започињања предузетничке дјелатности
Table 1. What are the main reasons you started an entrepreneurial activity?

МОГУЋИ РАЗЛОЗИ	Први разлог	Други разлог	Трећи разлог	Укупно
Незапосленост	39,2%	8,5%	11,8%	59,5%
Немогућност налажења другог прихватљивог запослења	6,9%	20,3%	13,4%	40,5%
Очекују да ће тако боље искористити властите способности	23,4%	20,1%	18,1%	61,5%
Очекују да ће тако боље зарађивати	20,6%	32,0%	20,9%	73,5%
Посједују капитал који се тако може најбоље искористити	5,6%	7,2%	11,4%	24,2%
Хтјели би наставити породичну традицију у бављењу приватним послом	3,9%	2,9%	7,2%	14,1%

Овако велики проценат предузетника који се из економске нужде (*незапосленост и немогућност налажења другог прихватљивог запослења*) определијелио за покретање властитог бизниса још више добија на значају ако га упоредимо са бројем предузетника који је у Србији почетком деведесетих година из истог разлога започео предузетничку дјелатност. Према истраживању професора Болчића из 1994. Године, свега 16% предузетника је покренуло сопствени бизнис из егзистенцијалне нужде (Болчић, 1994, стр. 125), и то у условима санкција, рата и макроекономске нестабилности. Анализирано са овог аспекта, гдје је чак 46,1% испитаних предузетника егзистенцијалну нужност навело као примарни разлог уласка у предузетништво, видимо да је ситуација у Црној Гори на овом плану знатно неповољнија. Ако узмемо у обзир претпоставку да испитаници, који су доминантно вођени овим мотивом улазили у предузетнички посао, имају знатно мање изражене особине које карактеришу успјешне предузетнике, онда од њих тешко можемо очекивати да буду носиоци будућег развоја предузетничке дјелатности.

Да су овакве претпоставке оправдане, показују нам и подаци презентирани у Табели бр. 2. Примјећујемо да појединци који су незапосленост истакли као основни мотив заснивања предузетничког биз-

ниса у много мањој мјери имају изражене оне особине за које су бројна истраживања утврдила да карактеришу предузетнике (Caird, 1991; Koh, 1996). Статистичка значајност се показала код свих особина, с тим да је за *мотив постигнућа* (Spearmanov $r = -0,175$; ниво значајности 0,002), *потреба за независношћу* (Spearmanov $r = -0,167$; ниво значајности 0,003), *локус контроле* (Spearmanov $r = -0,190$; ниво значајности 0,001) и *самопоуздање* (Spearmanov $r = -0,262$; ниво значајности 0,000) на нивоу $p < 0,01$, док је за *иновативност* (Spearmanov $r = -0,114$; ниво значајности 0,046), *склоност ризику* (Spearmanov $r = -0,146$; ниво значајности 0,011), и *толеранцију на неизвјесност* (Spearmanov $r = -0,144$; ниво значајности 0,012) на нивоу $p < 0,05$. Да нијесмо погријешили када смо *незапосленост* и *немогућност налажења другог прихватљивог запослења* сврстали у исту категорију мотива, показују нам добијени резултати. Негативна корелација се јавила и између мотива *немогућност налажења другог прихватљивог запослења* и готово свих испитиваних особина, с тим да овдје немамо изражену статистику значајност као што је то био случај са *незапосленошћу*.

Табела 2. Израженост предузетничких особина с обзиром на мотив оснивања предузећа

Table 2: Prominence of entrepreneurial features in relation to the start-up motives

	Незапосленост	Немогућност налажења другог прихватљивог запослења	Најбоље искоришћавање властитих способности	Очекивање да ће се тако најбоље зарађивати	Најбољи начин искоришћавања капитала који се посједује	Породична традиција
Мотив постигнућа	-,175* ,002 305	-,097 ,090 305	,227** ,000 303	,013 ,827 305	,019 ,735 305	,008 ,888 305
Потреба за независношћу	-,167** ,003 305	-,030 ,599 305	,139* ,015 303	,061 ,288 305	,002 ,978 305	,079 ,170 305
Иновативност	-,114* ,046 305	-,052 ,362 305	,267** ,000 303	-,025 ,666 305	,023 ,686 305	,050 ,382 305
Склоност ризику	-,146* ,011 305	-,032 ,574 305	,256** ,000 303	,093 ,104 305	-,003 ,954 305	,062 ,279 305
Локус контроле	-,190** ,001 305	-,060 ,296 305	,270** ,000 303	,034 ,559 305	-,062 ,280 305	-,045 ,437 305
Самопоуздање	-,262** ,000 305	-,118* ,039 305	,344** ,000 303	-,013 ,815 305	,056 ,332 305	,037 ,519 305
Толеранција на неизвјесност	-,144* ,012 305	,018 ,748 305	,256** ,000 303	,005 ,932 305	-,043 ,458 305	,036 ,528 305**

Спирманов коефицијент – * корелација на нивоу значајности 0,05; ** корелација на нивоу значајности 0,01

Важно је навести да није само ниво изражености предузетничких особина фактор који диференцира испитанике с обзиром на мотиве заснивања сопственог бизниса, већ се и ниво образовања показао као веома битан, и то на нивоу статистичке значајности $p < 0,01$. Испитаници са завршеном средњом четворогодишњом школом су у 50,4% случајева незапосленост навели као први разлог за отпочињање предузетничког посла, док је овај мотив истакло 28,8% испитаника са факултетом, магистратуром или докторатом. Ово нас наводи на констатацију да предузетници који су незапосленост навели као основни разлог покретања сопственог бизниса не само да имају слабије изражене мјерене предузетничке особине, него имају и нижи ниво образовања, такође веома битну компоненту за успјешно развијање предузетничке дјелатности.

Економска нужност, а посебно незапосленост се показала као мотив који у значајној мјери утиче и на врсту дјелатности за коју ће се предузетници определијелити. Предузетници који своја предузећа заснивају у сфери трговине или услуга, а таквих је највише, знатно чешће наводе незапосленост као основни разлог уласка у бизнис него што је то случај са онима који сопствени посао започињу у сфери грађевинских послова, производње или новчаних трансакција. Разлика се и овдје показала статистички значајном, и то на нивоу $p < 0,01$. Преферирање трговине и неких услужних дјелатности у процесима оснивања предузећа код ове групације предузетника настаје из више разлога: потребно је мање капитала за покретање бизниса, потребе за строгим стандардима и процедурама пословања нијесу изражене као у случају производње, мањи су пословни ризици, а веће могућности за сиву економију и сл. Производња, са друге стране, тражи већи степен квалификације кадрова, адекватан и конкурентан ниво технологије и опреме, а самим тим и већи обим улагања, што ови предузетници нијесу у стању да реализују. Због недостатка капитала и због његове високе цијене очекивано је да број регистрованих предузећа у производњи буде знатно мањи него у другим секторима.

Као што смо оправдано претпоставили да предузетници који егзистенцијалну нужност стављају на прво мјесто мотива за улазак у приватни бизнис немају у значајнијој мјери изражену “предузетничку усмјереност”, тако можемо очекивати од оних који су од приватног бизниса примарно настојали да *искористе властите способности* у већој мјери изражене “предузетничке склоности”. То нам потврђују и резултати које смо добили у нашем истраживању. У Табели бр. 2 видимо да предузетници који су сопствени бизнис започели да би примарно развијали властите способности у много већој мјери имају изражене предузетничке особине у односу на предузетнике који су истакли неки други разлог за улазак у предузетништво. Корелације између искоришћавања властитих способности као мотива започињања бизниса и изражености предузетничких особина показала се

врло високом, и то готово у свим случајевима на нивоу $p < 0,01$, изузев потребе за независношћу гдје је $p < 0,05$. Према томе, од предузетника који су истицали да им је развијање властитих способности примарни мотив бављења предузетништвом у много већој мјери можемо очекивати трајну опредијељеност за развијање предузетничке дјелатности него од оних који су истакли неке друге разлоге.

У прилог овој констатацији су и подаци који нам говоре да испитаници који имају завршену вишу школу или факултет (62%) у много већем броју истичу искоришћавање властитих способности као разлог оснивања сопственог предузећа, него они са само средњом школом (31,8%). Ова разлика се показала статистички значајном на нивоу $p < 0,01$. Такође је важно поменути да овај мотив знатно чешће наводе предузетници који послују у предузећима са преко десет запослених у односу на оне који запошљавају испод десет радника, с тим што се статистичка значајност овдје показала на нивоу $p < 0,05$.

Предузетници које смо анкетирали у 23,4% случајева су *искоришћавање властитих способности* истакли као први разлог за отпочињање предузетничке дјелатности, што је знатно мање у односу на оне који су навели економску нужност (46,1%). Ово још једном указује на недостатке који карактеришу групацију предузетника у Црној Гори. Ови подаци добијају на значају ако их још једном упоредимо са подацима из Србије почетком деведесетих година. У условима свеопште друштвене кризе, број предузетника који је основао фирму ради *бољег коришћења властитих способности* је два и по пута већи (58%) (Болчић, 1994, стр. 125) него у Црној Гори 2009. године. Такође, сличне податке су добили Пушић и сарадници у истраживању које је 2002. године спроведено у Новом Саду (54,4% је самосталност у раду и коришћење властитих способности истакло као примарни разлог оснивања приватне фирме).

Бољу зараду као први разлог за оснивање сопствене фирме истакао је сваки пети испитаник. Међутим, овдје посебно треба нагласити да је укупно гледано највећи проценат предузетника (73,5%) овај мотив истакао као један од три разлога за оснивање предузећа. Кад је у питању овај мотив, не постоји веће одступање између појединих независних варијабли, било да се ради о полу, образовању, величини предузећа и сл. (статистички значајна разлика се није појавила ни код једне категорије). Према томе, бољу зараду велика већина испитаника је истицала било као први, други или трећи разлог, без обзира на социо-демографске и социо-професионалне карактеристике, а такође ни ниво изражености предузетничких особина није утицао у значајнијој мјери. Можемо закључити да је утилитарни моме-нат врло изражен код испитиваних предузетника, јер га је двије трећине испитаника истакло било као први, други или трећи разлог за отпочињање бизниса, а свег 26,5% њих бољу зараду није навело као

један од мотива за улазак у приватни бизнис. Разлоге можемо тражити у душвеним околностима гдје су државна предузећа јако лоше пословала, односно нијесу обезбјеђивала минимум егзистенције, тако да су предузетници процијенили да ће на овај начин боље зарађивати и омогућити бољу егзистенцију себи и својој породици.

Бројни су разлози који су допринијели да људи који су живјели на овом подручју немају у некој значајнијој мјери сачувану уштеђевину за отпочињање бизниса. Више од половине ових предузећа основано је прије десет и више година, дакле у периоду који је карактерисала дубока друштвена и политичка криза. Санкције, инфлација, пропадање банака, нијесу били погодно тло за стварање било какве уштеђевине, тако да свега 5,6% испитаника који су посједовање капитала навело као први разлог за оснивање предузећа не треба да изненађује. Овдје имамо подударање са резултатима до којих је дошао професор Болчић у свом истраживању. Број испитаника који је у Србији ово навео као примарни мотив је за нијансу већи и износи 7% (Болчић, 1994, стр. 125).

Такође, ни настављање породичне традиције нијесмо могли очекивати као мотив који ће у већој мјери бити изражен код анкетираних предузетника. Неразвијеност предузетничке традиције на овом простору, која је условљена идеолошком забраном приватног бизниса у епохи социјализма, у највећој мјери је допринијела да предузетници у Црној Гори ово истакну у свега 3,9% случајева као први разлог заснивања предузетничке дјелатности.

ЗАКЉУЧАК

Према истраживању које смо спровели, предузетници у Црној Гори у највећем броју економску нужност апострофирају као основни мотив њиховог интересовања и укључивања у приватни бизнис. Овакви резултати сугеришу да је највећи број активних предузетника на овом подручју започео мали бизнис не због подстицајних услова, већ једноставно из егзистенцијалне нужде – што, наравно доводи у питање њихов реални потенцијал у односу на строге захтјеве вођења бизниса у веома отеженим условима привређивања. Ако узмемо у обзир да испитаници, који су полазећи доминантно од овог мотива улазили у предузетнички посао, имају знатно мање изражене особине које карактеришу успјешне предузетнике, као и знатно нижи ниво образовања у односу на оне који су истакли неке друге мотиве, онда од њих тешко можемо очекивати да буду носиоци будућег развоја предузетничке дјелатности на овим просторима. Очигледно је, дакле, да значајан број предузетника у Црној Гори покретање властитог бизниса третира као принудну дјелатност. Покретање предузећа из овог разлога је ризичније у поређењу са другим случајевима, јер

је често повезано са негативном врстом мотивације (само фактор притиска, ситуација последњег рјешења, а не из дубоког унутрашњег порива, што је у многим случајевима недовољно за успјех). Тако да и овај разлог додатно поткрепљује претходну констатацију о немогућности ове групације предузетника да буду актери који ће у већој мјери бити спремни да усавшавају себе као предузетнике, а самим тим и да допринесу значајнијем развоју предузетништва.

ЛИТЕРАТУРА

- Baron, R.A. (2004). 'The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic 'why' questions'. *Journal of Business Venturing*, 19 (2), 221–239.
- Болчић, С. (1994). *Тегобе прелаза у предузетничко друштво*. Београд: Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета у Београду.
- Болчић, С., Милић, А. (2002). *Србија крајем миленијума: разарање друштва, промене и свакодневни живот*. Београд: ИСИФФ.
- Brunaker, S. (1999). 'Understanding the succession process in family businesses'. In Johannisson, B. and Landström, H. (Eds.): *Images of Entrepreneurship and Small Business*. Emergent Swedish Contributions to Academic Research, Studentlitteratur, Lund, Swe.
- Caird, S. (1988). *Report on the development and validation of General Enterprising Tendency*. Durnham University: Small Business centre.
- Deakins, D. and Whittam, G. (2000). 'Business Start-up : Theory, Practice and Policy', in Carter, S. and Jones-Evans, D. (Eds.): *Enterprise and Small Business. Principles, Practice and Policy* (pp. 115–131). Financial Times, Harlow.
- Дирекција за развој малих и средњих предузећа Црне Горе. (2006). *Стратегија развоја малих и средњих предузећа (2007–2010)*.
- Дирекција за развој малих и средњих предузећа Црне Горе. (2010). *Стратегија развоја малих и средњих предузећа (2011–2015)*.
- Douglas, E.J. & Shepherd, D.A. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurial Theory and Practice*, 26(3), 81–90.
- Закон о предузећима, Службени лист СФРЈ. Бр. 77 (1988).
- Закон о промету и располагању друштвеним капиталом, Службени лист СФРЈ. Бр. 84 (1989).
- Институт за стратешке студије. *Социјална заштита и социјална укљученост у Црној Гори* (2008).
- Koh, C. H. (1996). Testing Hypotheses of entrepreneurial characteristics, *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 12–25.
- Latham, G.P. & Locke, E.A. (1991). Self-Regulation through Goal Setting. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 212–247.
- Maister, D. (2003). *Managin The Professional Service Firm*. Simon & Schuster.
- Миљковић-Кречар, И. (2008). Конструкција и емпиријска провјера упитника предузетничких склоности. *Психологијске теме* 17, 1, 57–73.
- Миљковић, Д. и Ријавец, М. (2001). *Разговори са зрцалом - психологија самопоуздања*. Загреб: ИЕП-Д2.
- Norton, R.W. (1975). Measurement of Ambiguity Tolerance. *Journal of Personality Assessment*. 39 (6), 607–19.
- Пушић, Јб. (ур.) (2002). *Предузетници и град*. Нови Сад: ЦСИФФ.

- Stanworth, J., Granger, B., & Blyth, S. (1989), Who Becomes Entrepreneur? *International Small Business Journal*, 8, 11–22.
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Schumpeter, J.A. (1992). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Routledge.
- Szarucki, M (2009). Entrepreneurial start-up motives in transitional economy – case of Poland. *Poslovna izvrsnost*, III (2).
- Feeser, H. R. & Dugan, K. W. (1989). Entrepreneurial Motivation: A Comparison of High and Low Growth High Tech Founders. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 13 - 27.

Goran Čeranić, University of Montenegro, Faculty of Philosophy, Department of Sociology, Nikšić

BUSINESS START-UP MOTIVES OF ENTREPRENEURS IN MONTENEGRO

Summary

The setup and development of a new business is a complex process determined by multiple factors. The motives which drive individuals to set up their own businesses are considered very important for this process. In order to create a complete picture of potential start-up factors, this paper reviewed the relevant research pertaining to this phenomenon. Motivation that encourages individuals to set up their own businesses is connected to a number of positive and negative factors. Some people are positively driven, as is the case with people who want to implement their own idea, which they believe would be a success, whereas others are pushed, i.e. forced, into entrepreneurship. Threat of job loss and unemployment are considered to be the most important negative motives. This paper posited that the latter motives are particularly strong in the post-socialist societies, in which job loss and unemployment are very common. Essentially, business start-up motives can be divided into pull and push motives, the pull motives being the positive motives that spur entrepreneurs into action and the push motives being the negative ones (Shapero and Sokol, 1982; Feeser and Dugan, 1989; Szarucki, 2009). According to the presented study conducted in Montenegro, a vast majority of entrepreneurs stressed the economic necessity as the basic motive of their entering the private sector. These results suggest that the majority of entrepreneurs active in this area have started a small business not because of the favourable conditions, but simply because they were driven by necessity. Of course, this questions their real entrepreneurial potential in relation to the extremely strict business demands under severe economic conditions. It is obvious that a significant number of entrepreneurs in Montenegro consider that they have been forced into setting up their own business.