

ULOGA PREDUZETNIČKOG INTELIDŽENSA U KORPORATIVNOM PREDUZETNIŠTVU

FUNCTION OF THE ENTREPRENEURIAL INTELLIGENCE IN CORPORATE ENTREPRENEURSHIP

SRETO ALEKSIĆ

**Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije,
Sremski Karlovci**

DRAGAN JANJUŠIĆ

**Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije,
Sremski Karlovci**

GORAN OSTOJIĆ

**Visoka škola strukovnih studija za menadžment i poslovne komunikacije,
Sremski Karlovci**

Rezime: U vreme brzih i stalnih promena koje se dešavaju preduzetnici traže rešenje, a da bi bili konkurentni moraju da reaguju brzo. Sve veći broj preduzeća traži rešenje za sebe u korenitim promenama svoje pozicije u granicama u kojoj obavljaju svoje delatnosti. Jedan od faktora konkurentnosti je svakako i preduzetnički intelidžens. Da bi došlo do promena potrebno je da dođe do promene ponašanja većine zaposlenih u preduzeću. To predpostavlja promene u načinu razmišljanja, odlučivanja i akcije. Mnogo bolje efekte postižemo kada promene vršimo samoinicijativno, nego kad smo na to prinuđeni promenama u sredini gde vršimo svoju delatnost. Promene moramo vršiti planski u svim poslovnim funkcijama, jer parcijalne promene ne dovode do fundamentalne transformacije. Uloga preduzetničkog intelidžensa u korporativnom preduzetništvu je da proslede potrebnu informaciju.

Ključne reči: Promene, Preuzetništvo, Preduzetnički intelidžens

Abstract: In a time of rapid and constant changes entrepreneurs looking for a solution, and if they want to be competitive they must react quickly. More and more number of companies looking for a solution for themselves in fundamental changes within the limits in which they operate their business. One of the factors of competitiveness is certainly the entrepreneurial intelligence. In order to achieve the changes it is necessary to change behavior of most of employees in company. That supposed changes in the way of thinking, decision making and action. Much better effects are achieved when we change on our own initiative than when we are forced to change in an environment where we do our business. We need to do changes in all business functions, because partial changes do not lead to fundamental transformations. Function of the entrepreneurial intelligence in corporate entrepreneurship is to transmit necessary information.

Keywords: Changes, entrepreneurship, entrepreneurial intelligence

1. UVOD

Uloga preduzetnika se jasno videla u liberalnom kapitalizmu. Razvojem velikih korporacija i dominantnom ulogom tehnoloških faktora, uloga preduzetnika nije toliko jasno vidljiva, ali i ništa manja nego što je ranije bila.

Svet danas karakteriše nove promene u materijalnoj proizvodnji.¹ Vukmrović N. Nikola, » Savremeno preduzetništvo«, Ekonomski fakultet, Banja Luka; 2006, str. 299

Fleksibilna organizaciona struktura i decentralizacija privrede i društva, postavlja pitanje i zahteva da se ponovo preispita uloga čoveka u procesu proizvodnje.

Ako pođemo od predpostavke da putem savremenih sredstava komunikacije naučnotehnološka dostignuća postaju dostupna svima, onda se zaista pokazuje da je ključ u nauci, kojom se brzinom i kako se te informacije koriste.

U savremenoj privredi nosilac tog zadatka je preduzetnik, bilo da je angažovan u sopstvenoj maloj ili srednjoj firmi, ili velikoj kompaniji. Savremeno preduzetništvo mora biti slobodno u slobodnoj tržišnoj privredi. Za sve ovo je od

velike važnosti pogodna društveno-politička klima koja će biti »prijateljski« raspoložena prema preduzetniku i preduzetništvu.

Uz to ide i odgovarajuća ekonomsko-razvojna politika države. Iz svega navedenog možemo zaključiti da se za razvoj preduzetništva u Srbiji potrebna unaprediti tri uslova: ekonomski, sociološki i politički.

2. PREDUZETNIČKI INTELIDŽENS

Da bi bolje razumeli šta je preduzetnički intelidžens, prvo ćemo poći od pojmovnog određenja reči. Ovde se radi o relativno novom pojmu sa kojim se srećemo u literaturi koja tretira problematiku preduzetništva. Takođe treba objasniti: šta su njegovi izvori, koja je njegova uloga, koji su ključni faktori i u čemu se ogledaju njegovi rezultati.

Savremenog preduzetnika obično doživljavamo kao inventivnog profesionalca koji na kreativan način prilazi problemu, nekoga, ko dosta koristi kompjutersku tehnologiju kako bi identifikovao, kvantifikovao i odabrao najprihvatljiviju poslovnu opciju. Međutim, posmatrajući bliže i šire okruženje uočićemo da je ovakav pristup za mnoge preduzetnike još uvek utopija, nego realnost.

Današnji preduzetnici imaju malo dragocenog vremena za razmišljanje ili planiranje, te jednostavno zaključuju da je prikupljanje podataka za donošenje ispravnih odluka posao koji je težak i pre svega oduzima dosta vremena. Ovo sve predstavlja dosta stresnu situaciju za preduzetnika, koji se suočava sa situacijom koja je stresna, rizična, neizvesna, a sve to još prati nedostatak znanja, što u velikoj meri otežava situaciju, te sreća ima veliku ulogu pri donošenju odluka.

Iz ovoga ne treba izvesti jednostavan zaključak da su preduzetnici u suštini kockari, čak i ako se možda ne oslanjaju na formalnu logiku. Prema rezultatima jedne američke studije, dosta veliki broj preduzetnika je bio siguran da je ishod njihovih odluka izvestan. Možda je ovo rezonovanje subjektivno, pa čak šta više i pogrešno, u svakom slučaju ono je realno.

Kada preduzetnik donosi odluku za novi poslovni poduhvst, njega ne interesuje teorija odlučivanja i analize, nego mu je potrebna tačna, dokazana i obrađena informacija, kako bi verova:

- da su pretpostavke logične,
- da je zaključivanje valjano,
- da su njegove projekcije realno zasnovane,
- da u slučaju lošeg razvoja situacije, postoji rešenje.

U ovakvim okolnostima svaki sistem za prikupljanje i obradu podataka, ima veliku primenljivost, jer će omogućiti jasno definisanje prva tri faktora za donošenje odluka, a ništa manje nije važan, čak naprotiv može i da bude od velike koristi ako stvari krenu loše, pošto je

njegov drugi deo funkcije da prati razvoj situacije i da blagovremeno upozorava.

Na osnovu svega dosad rečenog, lako nam je shvatiti značaj informacija pri donošenju odluka, te stoga, intelidžens nije teorijska funkcija, već pragmatična i praktična funkcija preduzetništva.

3. STEPENOVANJE INTELIDŽENSA

Preduzetnički intelidžens se razvija na taj način što se nadograđuje na postojeću informacijsku podlogu pre nego što uspostavi promene u poslovnoj funkciji na koju se primenjuje. U nastavku izlaganja prvo ćemo ilustrovati lestvicu intelidžensa i to kako se ona razvija, kada se donošenje odluka privodi kraju.



Slika 1: Stepenovanje Intelidžensa

Kao što vidimo na prvom mestu se nalaze podaci, iza toga slede informacije koje predstavljaju obrađene i strukturisane podatke. Kako se penjemo lestvicom sledi zaključak, koji razdvaja fine (soft) od grubih (hard) podataka. Primenom klasičnog statističkog zaključivanja možemo doći do generalizacije, prognoziranja, ocenjivanja i tehnike uzorkovanja. Integracija i sagledavanje su ključni deo i ovde postoji mogućnost munjevitog razvoja procesa. Posle ove faze dolazi faza koja se odnosi na znanje, učenje i razumevanje posle koje sledi faza komunikacije. Na vrhu lestvice se nalazi razum, vrh intelektualnog dosezanja, gde se poseduje i znanje i know-how. Da bi u potpunosti razvili preduzetnički intelidžens upravljanja prema prikazanoj ilustraciji, neophodno je uzeti u obzir podatke o okruženju.

Preduzetnički intelidžens možemo posmatrati i iz ugla upravljanja. Posmatrajući ga iz ovog aspekta, možemo ga podeliti na osam delova:

- brzo prikupljanje podataka,
- kratka analiza,
- originalno istraživanje,

- prognoziranje ubrzanog razvoja,
- ciljno posmatranje,
- specifično obrazovanje,
- intelidžens sistemi,
- intelidžens komunikacija.

Prikupljanje podataka mora da bude brzo, ali je nedovoljno samo za sebe. Kod analize treba da vodimo računa da bude relevantna za proces donošenja odluke. Ovde možemo da koristimo bilo koju tehniku, kao što su: operaciono istraživanje, tržišno istraživanje, ekonomska i statistička analiza itd. Odeljenje intelidžensa u preduzetničkoj firmi može da sprovodi sekundarno istraživanje, koje se bazira na objavljenim izvorima, na primarnom pregledu i uzrokovanoj putem savremenih metoda. Oblast prognoziranja ubrzanog razvoja je oblast koja se najbrže razvija i mogući postupci su brojni.

Ciljno posmatranje se često ne smatra kao posebna aktivnost u intelidžensu, ali ova aktivnost je značajna jer pomaže da se identifikuju bitni trendovi. Specifično obrazovanje je precizan termin za ono što se opštim pojmom može nazvat intelidžens razvoj. On se bavi konstantnim uvođenjem osnovnih inputa, a koji svoju specifičnu primenu nalaze u upravljanju u izuzetnim varljivim uslovima.

Intelidžens sistem se bavi izgradnjom modela, simuliranjem, integracijom i takvim organizacionom stvarima kao što je popravljavanje efikasnosti upotrebe ljudskog kapitala. I na kraju intelidžens komunikacija predstavlja »mrtvi kapital« ako ne komuniciramo. Uspešna komunikacija se prezentuje kroz manifestovanje informacione tehnologije, informacione psihologije i informacionu politiku.

Ovi različiti nivoi preduzetničkog intelidžensa mogu da se javljaju bez nekog unapred pripremljenog redosleda. On se može ograničiti na samo jednu funkciju, na primer marketing, ili se može primeniti na jedan ili drugi nivo donošenja odluke.

Preduzetnici postaju svesni potrebe raspolaganja velikim brojem informacija, koje su neophodne za donošenje dobrih poslovnih odluka, ali samo mali broj njih uspeva da obuhvati potencijal integrisanog intelidžens sistema.

4. METODE I TEHNIKE UPRAVLJANJA PREDUZETNIČKIM INTELIDŽENSOM

Digitalna komunikacija predstavlja integralnu metodu i tehniku upravljanja preduzetničkim intelidžensom. Izvesni problemi, se mogu javiti, ako hijerarhija unutar preduzeća nije fleksibilna ili pak, ako nije definisana jasna granica između odgovornosti i autoritativnosti. Takođe problemi se mogu javiti ako nije napravljena razlika između strukturalnog problema, koji proističe iz same prirode posla i autoriteta mudrosti, koji se zasniva na posebnom znanju (know-how).

Strukturni autoriteti se uglavnom vežbaju na liniji vođenja biznisa, dok preduzetnički intelidžens sistemi imaju funkciju da informišu i savetuju. Vrlo složen odnos je

zamagljen formalnom ulogom preduzetnika, ili preduzetničkog tima, i bitno je ovo shvatiti, jer se u okviru preduzetničkog intelidžensa samo vežba strukturalni autoritet, koji posmatrano eksterno, predstavlja autoritet mudrosti (intelekta).

Ostale relacije, koje nastaju između preduzetničkog intelidžensa i preostale strukture unutar preduzetničkog menadžmenta firme, nisu zasnovane na strukturnom autoritetu, nego na odgovornosti, koju svaki član menadžmenta uvežbava.

U određenom vremenskom periodu, zaposleni koji su na nižim nivoima u okviru organizacione strukture firme, dolaze u kontakt sa licima koja su na poziciji autoriteta, većoj nego ovi drugi. Njihova je uloga da proslede informaciju, a ne da daju savete. Ovu ulogu ima intelidžens preduzetnik.

Poslovne funkcije unutar intelidžens službi treba da se smenjuju, a preduzetnik treba da nadgleda i uočava da li je personal svoju ulogu razumeo na pravi način, kako pojedinci u okviru službe intelidžensa, tako i članovi preduzetničkog menadžmenta. Najbolji tip rukovodioca u intelidžens službi je pojedinac, koji ima široko opšte znanje, diplomata, nego neko ko ima specijalističko znanje.

Druga problematična oblast u okviru metode i tehnike upravljanja preduzetničkim intelidžensom je skala pogrešnih koncepcija o naučnim inputima. Tu kao primer možemo navesti verovanje da više podataka može da poboljša donošenje odluka i smanji neizvesnost. Ovo su pojednostavljeni pogledi, jer se može desiti da veliki broj podataka uspori ili pak dovede do kašnjenja donošenja odluke.

Zbog toga je uloga preduzetničkog intelidžensa da vežba selektivno skupljanje podataka, bolju interpretaciju i integraciju istih, kao i bolje razumevanje i podršku specifičnih procesa odlučivanja. Zbog toga je obrada podataka često veoma teška i skupa. Imajući ovo u vidu, predlog je se da se obrada podataka vrši do marginalne vrednosti, koja je jednaka marginalnim troškovima obrade podataka. Ovakav pristup, koji je zasnovan na principu troškovi-rezultat, je konceptualno ispravan, međutim, vrlo teško sprovodljiv u praksi iz prostog razloga jer je troškove i rezultat teško kvantifikovati i mnogo je prihvatljivije težiti troškovnoj efikasnosti. Vrlo često je pogrešno protumačena uloga intelidžensa, što je kao posledicu imalo konflikt između intelidžensa i drugih centara pa čak i zabranu. Da bi se ovakve situacije izbegle potrebno je jasno definisati status intelidžensa i njegovog autoriteta.

5. STRUKTURA I ORGANIZACIJA PREDUZETNIČKOG INTELIDŽENSA

Na početku izlaganja neophodno je naglasiti da pod pojmom struktura ne mislimo na organizacione forme, nego na način izučavanja stvari kao i način na koji se vrši neprekidna adaptacija na promene uslova. Tu podrazumevamo tipove reakcija ljudi na zahteve koji im

se postavljaju, njihove stavove, navike, razmišljanja, kao i njihov stil preduzetništva. Ovo je više nego prost zbir ljudskih osobina iz razloga što to predstavlja ogromni potencijal gde intelidžens treba da odigra glavni doprinos.

Pod naučnim inputima se podrazumeva veliki broj informacija. Kada ti inputi dostignu takve razmere da mnogi menadžeri misle da nadgledaju veliki broj informacija i podataka, to rezultira problemom, koji se ogleda tako, što je teško razlučiti bitne delove od međusobno povezanih prenosnika.

Preduzetnička organizacija ne znači formalne, dijagramske odnose već autonomne samoregulišuće mreže, ili sisteme kod kojih je povratna informacija kritična. Novi tip kooperativnog upravljačkog tima je neophodan da bi se ostvarili navedeni ili podrazumevani ciljevi.

Intelidžens je sredstvo za identifikaciju kreativnih preduzetničkih odluka, što predstavlja način da se pojedini model transformacije organizacije drži pod kontrolom, ili da se preduzetnički poduhvat sprovede na drugi način. Ovde intelidžens ima za ulogu sprovođenje tog drugog načina.

Ovakvi modeli su projektovani da integrišu tokove informacija u korporaciji, da posmatraju i ocenjuju predhodno identifikovane problematične oblasti poslovanja i da daju rešenja tako što će obezbediti filtriranje informacija i podataka kroz preduzetnički tim, te će tako učiniti da oni budu optimalni i relevantni.

6. MODEL PREDUZETNIČKOG INTELIDŽENSA U USLOVIMA NEIZVESNOSTI

Svima je manje više poznato da informacija smanjuje neizvesnost, a brza odluka rizik. Može se reći da je ovo klasična definicija, koja je korektna kada se primeni na komunikacioni sistem, ali je ograničena za primenu kada se radi o mnogo složenijim i inherentnijim (nedovoljno povezanim) sistemima, kakav je intelidžens.

Kada bi upotreбили termin *neizvesnost*, ovo bi bila dobra definicija, jer ona pokriva oblast bliske izvesnosti, delimičnog rizika, rizika i neizvesnost, kao posledice neznanja. Informacija služi za komunikaciju, a isto tako može da poveća neizvesnost u onim slučajevima kad preduzetniku ukaže na niz problema kojih nije bio svestan ranije. Takođe je potrebno napraviti distinkciju između informacija koje umanjuju neizvesnost od informacija koje koriste za efikasnu akciju. Zbog toga su informatika, informatički sistemi, informaciona tehnologija i mnogi drugi pristupi zasnovani na elektronskim sistemima neophodni, ali ne i dovoljni.

Preduzetnički intelidžens treba da se poveže sa mnogo širom oblastu nego što je gore navedeno, jer intelidžens nije samo prikupljanje podataka i proces raščlanjivanja, koji može da bude i automatizovan. Takođe to nije i opšte verovanje da je znanje skup objektivnih činjenica koje su ne pristrasnom opservacijom sakupljene, jer posedovanje

većeg broja činjenica ne pretpostavlja i veću količinu znanja.

Intelidžens se sastoji od selektivne informacije, koja je obrađena do te mere koliko vreme i načelo ekonomičnosti dozvoljavaju, da bi se mogla doneti efikasna i pravovremena odluka. U oblasti preduzetništva intelidžens se prvenstveno odnosi na tržišnu strukturu, tražnju i inovativni identitet kompanije, kao i sticanje novih performansi i razvoj. On je bitan za budući razvoj jer uključuje kvantitativne i kvalitativne informacije kombinovane sa iskustvom i rasuđivanjem.

Kod primene modela preduzetničkog intelidžensa u uslovima neizvesnosti, posebnu pažnju treba obratiti na razdvajanje informacija koje su potrebne za strateške, taktičke i operacione odluke. Od uspešnosti razdvajanja, odnosno od kvaliteta informacionog inputa, zavisice i autput bilo kojeg intelidžens modela.

Ukoliko se ne uvažavaju navedena pravila, javice se problemi pogrešno strukturisane odluke. To je dosta kompleksan problem i ima negativne posledice na višim nivoima upravljanja, dok se na nižim nivoima lakše otkriva, kontroliše i otklanja. Savremeno poslovno okruženje je toliko kompleksno i promenljivo da ni jedna metoda iz ranijih iskustava ne može garantovati najbolja rešenja koja su prihvatljiva, ako ne i optimalna.

Zbog toga je poželjno stepenovanje intelidžensa u vođenju mnogih preduzetničkih poslova.

7. STRATEŠKI PREDUZETNIČKI INTELIDŽENS I NJEGOVA BUDUĆNOST

Posmatrajući okruženje uočavamo kolaps tradicionalne industrije, klasičnog načina upravljanja i ekonomije, koja je bazirana na prirodnim resursima. Ljudski resurs, odnosno znanje, čiji je on nosilac, kreira novi pristup razvoju. Osnovni alat je *strateški intelidžens*, odnosno primena intelidžens metodologije kod donošenja strateških odluka.

Potrebe za dobrim ekonomskim, socijalnim i političkim informacijama se prožimaju. Stoga mnoge korporacije za svoj razvoj, odnosno pri realizaciji ekonomije obima, koriste preduzetnički intelidžens. Isti princip koriste i velike razvijene države i mnogi međunarodni istraživački komiteti.

Model strateškog preduzetničkog intelidžensa je posebno relevantan za zemlje u razvoju, kao što je Srbija, odnosno zemlje u tranziciji, zbog toga što mogu da izvuku pouku iz onoga šta su mnogo razvijenije zemlje uradile, ukazujući da više nije aktuelna komparativna prednost nacionalnih ekonomija, zasnovana na prirodnim resursima, već konkurentska prednost, zasnovana na znanju.

Sposobnost organizma da opstane zavisice od njegove sposobnosti da ispravno opaža i interpretira svoje okruženje. On mora da razlikuje, nekad i instiktivno, neprijatelja od saveznika. Što bolje bude to radio veće su

mu šanse za opstanak. Ovo sve možemo da primenimo i na preduzetničku organizaciju.

Međutim, da bi doneli odluku da li je data informacija bitna za opstanak, potrebno je da napravimo distinkciju između poslovne tajne i poslovne privatnosti. Termin tajna ima dosta široku primenu, tako da se vrlo često ona izjednačava sa znanjem i moći i privilegijama. S druge strane privatnost je zakonski definisana, tj. mi tačno znamo koje podatke organizacija može i treba da objavi, kao i pod kojim uslovima drugi mogu da koriste te podatke.

Preduzetničko upravljanje daje veliki značaj posmatranju drugih i tome šta oni rade i kako to rade (benčmarking). Ponekad to predstavlja i zakamufiranu povredu tuđih interesa, ili, kako se to zove »industrijska špijunaža«. Dobar primer za ovo delovanje imamo u privredama dve najrazvijenije privrede sveta, japanskoj i američkoj.

Ono što je novo, je percepcija značaja sistema koji je zasnovan na znanju. Znanje je postalo centralni izvor preduzetničkih ideja i realizacija preduzetničkog poduhvata. Preduzetnički intelidžens može figurativno da se uporedi sa poljem na kome su raspoređene zelene parcele i čiji usevi brzo rastu. Te parcele su subdiscipline preduzetničkog intelidžensa: operaciona istraživanja, marketinška istraživanja, preduzetničko računovodstvo, finansije, informacione nauke, metode i tehnike dolaska do novih poslovnih ideja i drugo.

8. ZAKLJUČAK

Uloga preduzetništva u ekonomskom razvoju podrazumeva više od prostog povećanja per capita prihoda, ona uključuje i promene u strukturi poslovanja i društva. Ove pojave su praćene porastom i povećanjem konačnih ishoda, koji omogućavaju da više dobara bude podeljeno na više učesnika. Preduzetništvo treba da pomogne revitalizaciji slabo razvijenih sredina. Razvoj malih i srednjih preduzeća daje veliki doprinos zaposlenosti zemljama u razvoju.

Preduzetništvo takođe, može da doprinese jačanju socijalne i ekonomske kohezije u slabo razvijenim područjima, podsticanju privrednih aktivnosti i otvaranju novih radnih mesta ili integraciji nezaposlenih. Novim preduzetničkim inicijativama kojima se pokreću novi preduzetnički poduhvati povećava se produktivnost, dolazi do povećanog jačanja konkurentnosti, podstiču se ostala preduzeća, da daju odgovor na ova dešavanja kroz jačanje svoje delatnosti. Povećanim privređivanjem i inovacijama u preduzećima na području organizacije, procesa, proizvoda, usluga ili tržišta, jača se konkurentna snaga privrede u celini.

Model strateškog preduzetničkog intelidžensa je posebno relevantan za zemlje u razvoju, kao što je Srbija, odnosno zemlje u tranziciji, zbog toga što mogu da izvuku pouku iz onoga šta su mnogo razvijenije zemlje uradile, ukazujući da više nije aktuelna komparativna prednost nacionalnih ekonomija, zasnovana na prirodnim resursima, već konkurentska prednost, zasnovana na znanju.

Promene koje je neophodno sprovesti u Srbiji, a njihov karakter možemo da definišemo kao:

- promene koje podstiču i ohrabruju preuzimanje rizika,
- promene bez diskriminacije »nove« i »stare« ekonomije,
- promene koje treba da identifikuje talente u preduzećima i da ih podstiče da što pre uđu u avanturu preduzetničkog stvaranja.

Takođe je važno da ekonomska politika mora istaći važnost podrške preduzetničkim aktivnostima, stvaranju okruženja koje će da pogoduje inovacijama i promenama kao i da osigura tržište za uspešne robe i usluge. Okolnosti u kojima se nalazi naša privreda, kao i svetski trendovi na polju globalizacije tržišta i tehnologije, te refokusiranje strategijskih opcija za sticanje konkurentskih prednosti nameću puno urgentnih izazova na koje je nužno dati odgovore uz što manje lutanja i oklevanja. Nije u pitanju samo generisanje novih preduzetničkih ideja, već je nužno inoviranje upravljačkog know-how i poslovne kulture za poslovanje u propulzivnom tržišnom ambijentu.

Stoga, treba da se insistira na novoj strategijskoj paradigmi koja podrazumeva:

- razumevanje budućnosti i novih načina konkurencije,
- blagovremeno spoznati buduće šanse,
- mobilizaciju preduzeća da hrabro stupe u budućnost,
- sposobnosti preduzeća da, kreirajući diferentne prednosti, prestigne konkurenciju.

Od menadžmenta preduzeća se očekuje da u svetlu novih dešavanja, odnosno izazova, stalno traga za konkurentskim prednostima te da, kroz transformacione procese smanji troškove upravljanja, zatim da kroz radikalno projektovanje poslovnih procesa, ostvaruje kontinuirano poboljšanje i da revitalizuje i kreira novo poslovno područje i tržište.

LITERATURA

- [1] Vukmirović, N., (2006): *Savremeno preduzetništvo*, Ekonomski fakultet, Banja Luka
- [2] Deželjin, J. i drugi, (2002): *Preduzetnički menadžment*, Consult, Zagreb
- [3] Dedijer, S. i drugi, (1991): *Doba preduzetničke inteligencije*, Feniks, Beograd
- [4] Grozdanić, R., (2005): *Preduzetništvo*, Tehnički fakultet, Čačak.
- [5] Janjušić, D., (2009): *Uticao korporativnog preduzetništva na privredni razvoj Srbije*, Magistarska teza, Univerzitet Braća Karić, Fakultet za preduzetni menadžment, Novi Sad
- [6] Marc J. Dollinger, (2003): *Entrepreneurship*, Indiana University, New Jersey

- [7] Michael E. Porter,(2007): *Konkurentska prednost*, Asee, Novi Sad
- [8] Ožegović, P.,(1995): *Preduzetničko poslovanje*, Beograd
- [9] Paunović, S.,(2003): *Preduzetništvo*, Univerzitet BK, Beograd
- [10] Petković, M., Jovanović, M.,(2001): *Organizaciono ponašanje, novi koncept vođenja preduzeća*, Megatrend univerzitet, Beograd
- [11] Sajfert, Z., (2002): *Preduzetnički menadžment*, Zavod za udžbenike, Beograd
- [12] Vahčić, A.,(1989): *Makroekonomska uloga preduzetničkih inkubatora*, Ekonomski fakultet, Ljubljana