

POGLAVLJE 1

MALO PREDUZEĆE KAO IZVOR PREDUZETNIŠTVA

CILJ POGLAVLJA

Ovo poglavlje će Vam pomoći da :

1. Definišete malo preduzeće
2. Saznate ko su vlasnici malog preduzeća
3. Koje su nagrade za započinjanje malog preduzeća
4. Ko je promišljeni preduzetnik
5. Što je BRIE samoprocjenjivanje
6. Koje su to forme preduzetništva
7. Podsticanje preduzetništva kroz edukaciju
8. Koje su sposobnosti potrebne za započinjanje sopstvenog biznisa

1.1. Definisanje malog preduzeća

Malo preduzeće može da se definiše na različite načine. Agencija SAD-a koja pomaže ljudima da pokrenu biznis je Administracija malih preduzeća ili SBA¹. Ona kategoriše preduzeće u Sjedinjenim Američkim Državama kao malo ako ima manje od 500 zaposlenih. Međunarodna zajednica koristi termin mala i srednja preduzeća (međunarodni termin za mala preduzeća), ili SME, umjesto mali biznis (small business). Među SME, mala preduzeća imaju od 1 do 50 ljudi, dok srednja preduzeća imaju od 51 do 500 ljudi. Evropska priča nerijetko govori o mikro, malim i srednjim preduzećima. Broj zaposlenih u mikro preduzećima je od 1-5, dok u malim opseg bude od 5-50 i srednjim više od toga.

Naš fokus je primarno na nezavisnim i malim preduzećima kojima upravlja vlasnik. Nezavisan znači da je biznis u posjedu pojedinca ili male grupe prije nego da postoji kao dio većeg preduzeća ili biznis čije akcije mogu da se kupe na berzi. Menadžment vlasnika podrazumijeva konstantni ili barem dnevni menadžment preduzeća od strane njegovog vlasnika. Moguće je postati i vlasnik koji je odsutan, koji profitira od biznisa ali nije uključen u njegov svakodnevni rad.

1.2. Vlasnici malog preduzeća i preduzetnici

Istinski preduzetnički biznis karakteriše novina (drugačije ili novo) u proizvodima, uslugama ili modelima biznisa. Mala preduzeća, na drugoj strani, su imitativne prirode (slično je ili kopira nešto što već postoji), gdje većina malih preduzeća radi ono što rade druga preduzeća, uz samo male varijacije. Ali kada razmišljamo o ljudima koji pokreću biznis prvi put, situacije sa kojima se oni suočavaju su nove situacije. Tako da bez obzira da li započinju sljedbenika Amazon.com² ili picerije na uglu, lice koje započinje biznis živi život preduzetnika.

U preduzetničkom malom biznisu koristimo popularnu široku definiciju preduzetnika – svako ko posjeduje preduzeće je preduzetnik. Ovo naravno znači da svako ko je vlasnik malog preduzeća je preduzetnik. To, takođe, znači da samozaposleni (kada radite za sebe), svako ko radi za sebe umjesto za druge je takođe, preduzetnik. U okviru populacije preduzetnika, ponekad je od koristi da se izvrši podjela na grupe. Jedna su osnivači (ljudi koji stvore ili započnu novi biznis), ljudi koji otpočnu posao, bilo da je riječ o sopstvenom pronalasku, ili franšizi (prepakovani biznis kupljen, iznajmljen ili zakupljen od kompanije koja se naziva davalac franšize). Druga grupa se sastoji od kupaca (ljudi koji kupe postojeći biznis), onih koji kupuju postojeći biznis, ili nasljednika (lice koje postaje vlasnik putem nasljedstva ili dobijanja udjela u porodičnom biznisu), koji nasleđuju ili im je dat udio u porodičnom biznisu. Ove uloge se bave početnom fazom preduzeća iz perspektive preduzetnika. Poslije ulaska, pojavljuje se

¹ *SBA (eng. Small Business Administration)* - Administracija malih preduzeća, odnosno agencija Federalne vlade za pomoć malim preduzećima;

² *Amazon.com, Inc.* je američka e-komercijalna kompanija sa sjedištem u Seattleu, država Washington. Jedna je od prvih velikih kompanije koja je pradavala razna dobra preko Interneta.

druga uloga, uloga vlasnika – menadžera, uloga u kojoj većina preduzetnika troši svoj radni vijek.

Razlike između malih preduzeća i ulaganja sa visokim rastom nijesu samo semantičke prirode. One su fundamentalne. Tabela 1.1 pokazuje razlike između malih preduzeća i ulaganja visokog razvoja.

Tabela 1.1 Razlike između malih preduzeća i ulaganja sa visokim rastom

	Malo preduzeće	Ulaganja sa visokim rastom
Preferencijalni izvor finansiranja	Sopstveni novac vlasnika	Novac drugih ljudi
Kada je kompanija u nevolji	Smanjiti troškove	Prodavati više
Šta je važnije	Prodaja	Marketing
Preferencijal lične kontrole	Zadržati autonomiju	Uključiti druge
Fokus	Efikasnost	Efektivnost
Meta strategija	Imitacija	Novina
Preferencijal eksterne kontrole	Kontrolisati preduzeće	Kontrolisati tržište
Rast	Kada je neophodno	Kada je moguće
Ljudski resursi	Personalizovati	Profesionalizovati
Prihvatanje	Lična validacija	Eksterni legitimitet
Šta ograničava rast	Gubitak kontrole	Tržišni odgovor
Orijentacija delegiranja	Delegiranje je teško	Delegiranje je suštinsko

Izvor: Entrepreneurial Small Business by the McGraw-Hill Companies, Inc., 2011

Ljudi koji započinju ulaganja visokog rasta moraju da znaju kako da traže i dobiju eksterno finansiranje, to jest kapital za ulaganje. Oni, takođe, moraju znati kako da dominiraju na tržištu i da rastu dramatično i brzo prema rasporedu investitora ili kako to već tržište dozvoli.

Preduzeća širom svijeta se procjenjuju prema njihovoj inovativnosti (koliko važnu ulogu igraju nove ideje, proizvodi, usluge, procesi ili tržišta u nekoj organizaciji) i potencijalu rasta. Inovativnost se odnosi na to koliko su važne za kompaniju nove ideje, proizvodi, usluge, procesi ili tržišta. Potencijal za rast se odnosi na moguću veličinu tržišta, koja može da varira od malog, lokalnog ili posebnog tržišta do nečega što koriste milioni ili čak milijarde. Rangiranje preduzeća visoko ili nisko na ova dva mjerenja nam pomaže da identifikujemo različite tipove biznisa u onome što se naziva *dinamička tipologija kapitalizma* (model kategorizacije u ekonomiji koji se zasniva na inovativnosti i stopi rasta).

Kao što vidite na Slici 1.1 mala preduzeća čine ekonomsku suštinu (najbrojnije i najšire raspoloživ tip preduzeća, koji se naziva mali biznis, počev od niskih do umjerenih nivoa inovacija i rasta) našeg društva. Mala preduzeća idu od niskih do umjerenih nivoa inovacije i rasta. Drugi ekstrem je glamurozni sektor (sastoji se od kompanija koje imaju visoki rast i visoku inovaciju, one su među najvidljivijim pojavama u medijima) visokog razvoja i

preduzeća visoke inovacije, kao ulaganja visokog razvoja (kompanija sa izuzetno visokom inovativnošću i stopama rasta, i koje su kandidati za moguće finansiranje kapitalnim ulaganjima). Druga dva sektora uključuju sektor ambicioznih kompanija (franšize i kompanije na više lokacija sa niskom do umjerenom inovacijom i visokim nivoima rasta), koje se sastoje od franšiza i kompanija na više lokacija, koje generalno nisu naročito inventivne, ali su zamišljene za visoke nivoe rasta, i sektor ograničenih resursa (kompanije sa inovacijom ali niskom stopom rasta zbog nedostataka resursa) koji se sastoji od pronalazača i kompanija koje se bave istraživanjem i razvojem (čak i univerziteta) koji imaju dosta inovativnih ideja ali nemaju sredstava da ih izvedu na tržište.

Slika 1.1. Ulaganja sa visokim rastom

Visoko Inovacija	Ograničeni resursi <i>Pronalazači</i>	Glamurozni <i>"Microsofts"</i>
	Ekonomska suština <i>Mala preduzeća</i>	Ambiciozni <i>Franšizne kompanije i kompanije na više lokacija</i>
Nisko	Nisko	Visoko

Stopa rasta

Izvor: The Real Exchange Rate and Economic Growth, Dani Rodrik, John F. Kennedy School of Government, Harvard University Cambridge, MA 02138, Revised, October 2008

Kako bismo Vam predočili osjećaj za razliku između ulaganja visokog razvoja i ostatka polja malog preduzeća, imajte u vidu da je Global Entrepreneurship Monitor³ izvijestio da su u 2003. godini ulaganja visokog razvoja predstavljala 0.038 % svih kompanija u svijetu i da su primile ukupno \$32 milijarde u kapitalu ulaganja. U međuvremenu, preostalih 99.962 procenata kompanije u svijetu predstavljalo je \$364 milijarde uložene putem neformalnih kanala kao što su lične investicije, porodica i prijatelji. Tih \$364 milijardi je predstavljalo 91.8% svog finansiranja, a kompanije na tom tržištu predstavljaju ne samo ekonomsku suštinu svjetske ekonomije, već takođe i fokus preduzetničkog malog preduzeća. Naš cilj je da Vam transferišemo znanje potrebno da budete uspješni u malom preduzeću, da Vam pomognemo da počnete na najpametniji mogući način i da vodite svoj biznis kako biste postigli lične uspjehe.

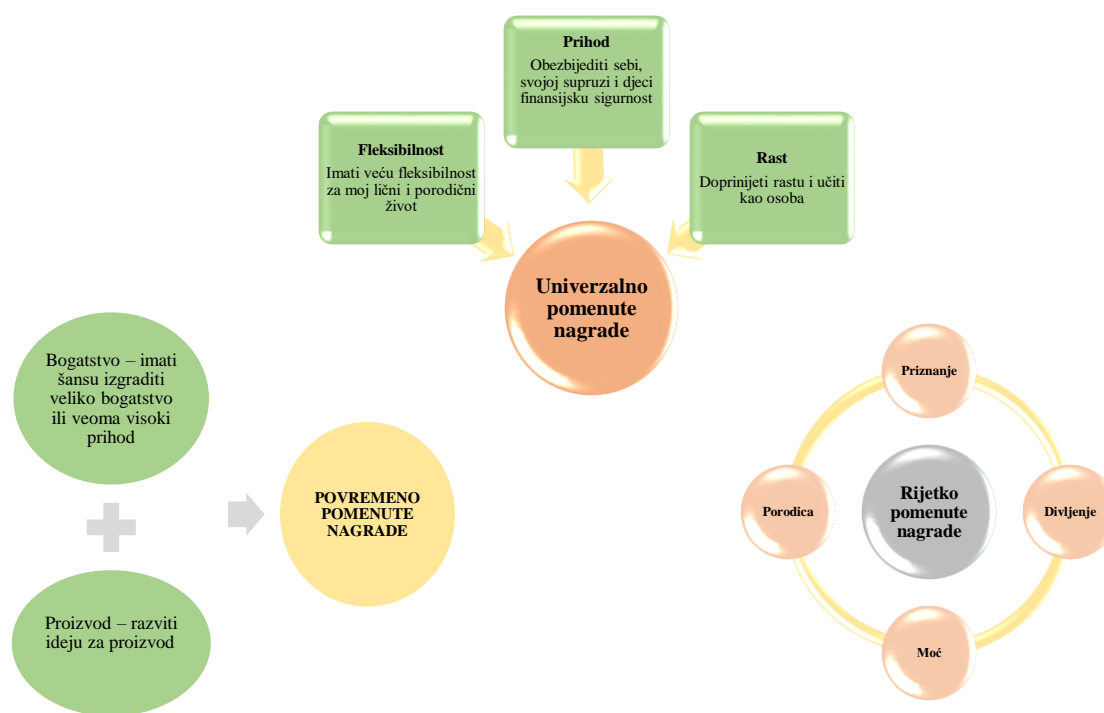
1.3. Nagrade za započinjanje malog preduzeća

1.3.1. Otkrijte nagrade koje preduzetnici mogu da dobiju kroz svoj biznis

³ GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - Istraživački program koji vrši godišnju procjenu preduzetničke aktivnosti na nacionalnom nivou; GEM je najveća studija preduzetništva, zasnovana na sistemu anketa, u svijetu, (Pogledaj: www.gemconsortium.org)

Zašto da postanete preduzetnik? Ako ste odgovorili „zbog novca“ ili „kako bih stvari uradio na svoj način“, bili biste u pravu, ali ovo su samo neki od razloga iza posjedovanja sopstvene kompanije. Poznato je da ljudi idu gdje osjećaju da imaju najbolju šansu da dobiju nagrade koje najviše cijene. Vrste nagrada koje ljudi pominju su, takođe, veoma dobro poznate na osnovu rezultata prijavljenih od strane Panel studije⁴ preduzetničke dinamike. Nagrade pomenute od strane ljudi u procesu otpočinjanja sopstvenih preduzeća su navedene u slici 1.2. Gotovo svi preduzetnici govore o **tri ključne nagrade** – fleksibilnost, prihod od kojeg se može živjeti i lični rast⁵. Ovo je pokriveno sa više detalja nadalje navedenih. Ovo su dvije druge nagrade – izgrađivanje velikog bogatstva i stvaranje proizvoda, što preduzetnici pominju češće nego radni ljudi generalno. Tu su, takođe, i nagrade koje preduzetnici pominju manje često od radnih ljudi generalno. To su društvene nagrade, kao što su poštovanje i divljenje drugih, ili pak moć nad drugima i porodične nagrade, kao što je nastavak porodične tradicije u biznisu. Ove stavke su obilježene sa asteriskom (*) na slici 1.2. Ove tendencije „samostalnog rada“ su vjerovatno dobra stvar, jer pomažu preduzetnicima da budu na izvjesnoj distanci sa drugima i da učine ono što misle da je ispravno.

Slika 1.2. Preduzetničke nagrade



Izvor: Thomas J. Stanley, *The Millionaire Mind* (Kansas City, MO: Andrews McNeel, 2001);

Tri najpopularnija tipa nagrada za vlasnike malih preduzeća su rast, fleksibilnost i prihod. Nagrade od rasta su ono što ljudi dobijaju od toga što se suočavaju sa izazovima i uče od istih.

⁴ *Panel studije* – Veliki broj novih modela, metoda i testova zasnovanih na panel serijama pokazatelji su progresivnog razvoja i rastuće metodologije u oblasti analize panel serija u svijetu;

Prvo preduzeće samo-izjašnjenog kompjuterskog genijalca Marc Fleury-a⁶ je nastradalo sa bankrosvom dot-coma. Njegovo drugo preduzeće, The Jboss Group, je izgrađeno okolo izazova samostalnih finansija dok je bilo bolje u učinku i u trajanju od prethodnog preduzeća. Jboss koji prodaje usluge programiranja i podrške je bilo uspješno preduzeće od prvog dana i i dalje je jako.

Nagrade u smislu prihoda se odnosi na novac zarađen od posjedovanja sopstvenog biznisa. Za više od tri četvrtine preduzetnika, ovo znači pokušaj da se ostvari isti ili malo bolji prihod nego što ste imali prije nego što ste počeli sa sopstvenim biznisom. Samo jedan preduzetnik od četiri kaže da ona ili on žele visoki prihod u biznisu. Ali preduzetnici gledaju na pravo mjesto. Više od 75 % milionera u Sjedinjenim Američkim Državama su preduzetnici. Dvije trećine milionera su vlasnici biznisa, i jedna trećina su samozaposleni stručnjaci kao što su ljekari, advokati ili fizioterapeuti.

Nagrade u smislu fleksibilnosti su možda tip nagrada koji najbrže raste. Odnose se na sposobnost vlasnika biznisa da struktuiraju svoj život na način koji najbolje odgovara njihovim potrebama.

1.4. Promišljeni preduzetnik

Svake godine časopis Preduzetnik⁷ piše o grupi novih preduzeća koje su pokrenuli ljudi mlađi od 40 godina. Iako su sva preduzeća uspješna kada stignu u časopis, u većini slučajeva njihovi vlasnici su morali da vrijedno rade, da dosta žrtvuju, da budu kreativni u svojoj taktici kako bi preživjeli dovoljno dugo da budu uspješni. Jedno mjesto gdje je njihova kreativnost⁸ najevidentnija je način na koji su oni finansirali svoje preduzeće. Od petnaest kompanija navedenih na listi Preduzetnika u posljednjih nekoliko godina, devet preduzeća su dala informacije o tome kako su finansirali svoje početke. Šest od devet je pomenulo lične ušteđevine i neke uglavnom dobro poznate pristupe kao što su:

- Pozajmljivanje od porodice i prijatelja;
- Dobijanje kreditne linije od banke;
- Dobijanje zajma od banke (sa SBA garancijama zajma i bez);
- Dobijanje kapitala za ulaganje;
- Dobijanje početnog investicionog novca od „angel“ investitora;
- Dobijanje novca od privatnog davanja (specijalni kapital koji se nudi profesionalnim investitorima).

Ali mnogi od ovih preduzetnika su, takođe, pomenuli mnoge kreativne pristupe prikupljanja ili štednje novca. Primjeri koje su dali ovi mladi milioneri iz svojih ranih dana su:

⁶ Marc Fleury, “Doing it Wrong, Getting it Right”, Entrepreneur’s Byline, Business Week Online, September 3, 2003, (Pogledaj: www.businessweek.com/smallbiz/content/sep2003);

⁷ Časopis Preduzetnik - Američki časopis o mladim milionerima;

- Zamjena automobila jeftinijim i ulaganje viška novca u preduzeće;
- Isti postupak sa kućom;
- Uzimanje hipoteke na kuću;
- Konsalting sa strane kako bi se prikupio novac za početak;
- Odlaganje plaćanja povjeriocima;
- Korišćenje kreditnih kartica za finansiranje preduzeća;
- Život u kancelariji kako bi se uštedjelo na zakupu stana.

Njihove priče se uglavnom poklapaju sa nalazima GEM-a i drugim studijama. Ako počnete sa sopstvenom ušteđevinom i radite vrijedno i kreativno tražite i upravljate novcem, onda i Vi možete da finansirate svoje preduzeće.

1.5. Početak rada: Sposobnosti potrebne za početak

Postoji milion stvari koje biste mogli da uradite kako biste pokrenuli preduzeće, ali koje su najbolje? Ponekad će Vam odgovor doći u formi prilike ili ponude a ponekad ćete morati da preduzmete prve korake sami. Kako biste pokrenuli preduzeće, potrebno Vam je da se spoje četiri elementa – granica, resursi, namjera i razmjena. Ovo se naziva BRIE model⁹, kao što je prikazano na slici 1.3. (početna slova engleskih riječi Boundary, Resources, Intention and Exchange)

Biznisu su potrebne koristi koje može imati od granica – nešto što ga postavlja kao preduzeće i odvaja ga od kupovine, prodaje ili trampe što svi povremeno radimo. Granica može da bude nešto što je jednostavno kao poslovni naziv ili registracija kod Vlade, telefonski broj ili e-mail adresa za preduzeće, ili određena lokacija za kompaniju u kući, na komercijalnom mjestu ili čak na internetu. Granica Vam daje mjesto gdje ćete da locirate i zaštitite resurse koje ste prikupili za preduzeće. Resursi uključuju proizvod ili usluge koje će se nuditi, informativne resurse na tržištima i vođenje biznisa, finansijske resurse i ljudske resurse kao što su sopstveno vrijeme koje možete da posvetite preduzeću, ili vrijeme drugih sa Vama ili za Vas.

Namjera je želja da se pokrene preduzeće i to je najučestaliji element BRIE modela. Tih 50 % Amerikanaca koji razmišljaju o pokretanju svog preduzeća izražavaju svoje namjere. Razmjena je, takođe, neophodna. Ona se odnosi na premještanje resursa, robe ili usluga na druge u razmjenu za novac ili druge resurse. Ako preduzeće ne razmjenjuje sa svojim okruženjem, nema biznisa.

⁹ BRIE model – Model koji sadrži četiri elementa (granica–resursi–namjera–razmjena) na osnovu kojih se razmišlja o aktivnostima koje su neophodne kako bi se pokrenulo preduzeće;

Slika 1.3. BRIE model



Izvor.Preuzeto iz članka : Jerome Katz i William B. Gartner, „Properties of Emerging Organizations“, Academy of Management Review 13, no. 3 (July, 1998), strana 429-441;

1.6. BRIE Samoprocjenjivanje

Model BRIE (granica–resursi–namjera–razmjena) je dokazan i zgodan način da se razmišlja o aktivnostima koje su neophodne kako bi se pokrenulo preduzeće. Na ovom mjestu u publikaciji, koliko stavki ste uradili do sada kako bi Vaš biznis započeo na pravi način?

Kompletna lista BRIE aktivnosti je data u sljedećoj tabeli. Pregledajte listu i označite ono što ste već uradili u pokretanju preduzeća. Onda napišite u prvoj koloni koliko BRIE kategorija ste do sada uradili. Kada to završite, možete da vidite kako da vrednujete BRIE ček listu na kraju Modula vještina.

BRIE ček lista

Granica – stvaranje mjesta za Vaše preduzeće u prostoru i u mislima ljudi

Broj obavljenih aktivnosti u vezi sa granicama:

- Otvaranje bankarskog računa za preduzeće;
- Registracija naziva kompanije kod države;
- Pravljenje vizit karti i/ili kancelarijskog pribora;
- Kupovina domen naziva;
- Pravljenje web sajta za preduzeće;
- Dobijanje poslovne telefonske linije;
- Identifikovanje mjesta za preduzeće kod kuće ili na drugom mjestu.

Resursi – stvari koje čine preduzeće, kao što su novac, proizvodi, znanje itd.

Broj obavljenih aktivnosti u vezi sa resursima:

- Organizovanje tima za početak;
- Dobijanje autorskih prava, patenata, zaštitnih znakova;
- Kupovina sirovina, inventara, zaliha;
- Sticanje velikih stavki (opreme, kapaciteta, imovine);
- Zapošljavanje radnika i menadžera (koji nemaju vlasništvo);
- Učestvovanje na časovima i radionicama u vezi sa pokretanjem preduzeća (ako pohađate mali kurs iz biznisa, možete da potvrdite ovu stavku);
- Učestvovanje u programima koji pomažu novim preduzećima da se osnuju.

Namjera – pokazivanje namjere da se pokrene preduzeće i da bude uspješno.

Broj obavljenih aktivnosti u vezi sa namjerom:

- Razmišljanje o biznisu;
- Preduzimanje marketinških i promotivnih napora;
- Razvijanje Vašeg proizvoda ili usluge;
- Započinjanje obaveze sa punim radnim vremenom (> 35 sati nedjeljno)
- Pripremanje biznis plana;
- Definisiranje tržišnih prilika;
- Razvijanje projektovanih finansijskih izvještaja;

Razmjena – investicije i prodaja iz preduzeća

Broj obavljenih aktivnosti u vezi sa razmjenom:

- Stvaranje prihoda od prodaje;
- Organizovanje čuvanja djece kao biznis;
- Utvrđivanje kredita sa isporučiocem;
- Čuvanje novca kako bi se investiralo u preduzeće;
- Investiranje novca u preduzeće;
- Traženje sredstava od finansijskih institucija i sl.;
- Traženje sredstava od supružnika ili partnera u domaćinstvu;
- Traženje sredstava od sadašnjeg poslodavca.

Davanje poena je direktno. Kao minimum potrebno je da ste preduzeli bar jednu aktivnost u svakoj od BRIE kategorija kako biste uspješno započeli i razvijali biznis. Stopa preživljavanja biznisa se povećava sa brojem stavki koje ovjerite u različitim kategorijama. Tako da ljudi koji mogu da potvrde tri ili četiri stavke u svakoj BRIE kategoriji imaju više šanse da im kompanije prežive i rastu od onih koji su čekirali samo jednu stavku po kategoriji. Ako imate BRIE kategoriju u kojoj ništa nije označeno, znači da ste vjerovatno nešto veliko zanemarili, tako da će biznis vjerovatno da propadne. Takođe je važno da izbalansirate BRIE aktivnosti. Na

primjer, ako imate dosta aktivnosti na ograničavanju a samo nekoliko razmjena to će vjerovatno dovesti do neizbalansiranog pristupa biznisu i manju šansu za preživljavanje.

1.7. Dalje od malog preduzeća: Druge forme preduzetništva

Dok preduzetništvo izraženo u stvaranju novih malih preduzeća je suštinski dio naše ekonomije, doprinos preduzetništva je zapravo znatno veći. Kao dodatak stvaranju nezavisnih malih kompanija, preduzetništvo je prisutno u velikoj mjeri u rastu velikih korporacija, Vlade, čak i sektora koji se bave dobrotvornim aktivnostima. Nazivamo ih četiri oblika preduzetništva (okruženje u kojem se dešava preduzetnički napor) – javni, nezavisni, korporativni i društveni ili PICS Model preduzetništva¹⁰ (akronim za četiri oblika preduzetništva - javni, nezavisni, korporativni i društveni PICS – public, independent, corporate and social etrepreneurship).

Ova četiri oblika se razlikuju u zavisnosti od aspekta preduzetništva na koji se usredsređuju: **stvaranje** koji se odnosi na stvaranje novih lica, fokus na **kljentima** koji se odnosi na usklađenost sa Vašim tržištem, **efikasnost**, odnosi se na obavljanje što više posla sa što manje resursa, **inovacija**, koja se bavi novom stvari ili novim načinom obavljanja stvari. U nezavisnom preduzetništvu sva četiri elementa su suštinska, i to je ono što čini malo preduzeće tako važnim kao uzor za druge oblike. Odnos PICS oblika preduzetništva sa različitim fokusima je prikazan na slici 1.4.

Slika 1.4. Forme preduzetništva

	Fokus na preduzetništvu			
	<i>Kreiranje</i>	<i>Klijent</i>	<i>Efikasnost</i>	<i>Inovacija</i>
Javno		X	X	
Nezavisno	X	X	X	X
Korporativno		X		X
Društveno	X	X	X	
Oblik preduzetništva				

Izvor: <http://www.businessweek.com/magazine/special-reports/focus-on-entrepreneurs-october-2011.html>

Javno preduzetništvo koji uključuje revitalizaciju Vladinih agencija, koje za cilj ima fokusiranje na kljentima i aspekte efikasnosti preduzetništva. **Nezavisno preduzetništvo** uključuje sva četiri elementa, dok u **korporativnom preduzetništvu** (oblik preduzetništva koji se odvija u postojećim biznisima u vezi sa novim proizvodima, uslugama ili tržištima), fokus je tipično na kljentima i inovaciji, donoseći nove proizvode ili usluge na tržište ili otvaranje novih tržišta za Vašu kompaniju. Poznati primjeri korporativnog preduzetništva uključuju

¹⁰ PICS Model preduzetništva (*public, independent, corporate and social etrepreneurship*) – akronim za četiri oblika preduzetništva - javni, nezavisni, korporativni i društveni oblik;

stvaranje novih brendova kao što su Apple iPod ili GM-ov Saturn. **Društveno preduzetništvo** na drugoj strani uključuje stvaranje novih dobrotvornih i građanskih organizacija koje su finansijski same sebi dovoljne, kao što je Grameen banka iz Bangladeša (koja je dobila 2006. godine Nobelovu nagradu za mir). U društvenom preduzetništvu ključni elementi uključuju kreaciju, efikasnost i fokus na klijentima.

Možete da primijetite da profit ili bogatstvo nijesu pomenuti kao fokus. To je zato što je cilj svakog tipa preduzetništva da se postigne neka vrsta dobiti, i te dobiti nijesu uvijek izmjerene u cjelini korišćenjem novca. Preduzetnici koju su fokusirani na klijente će prihvatiti manje profite ako to znači da će klijenti biti srećni.

1.8. OECD-Eurostat definicija preduzetništva

"Pod preduzetništvom podrazumijevamo poslodavce i radnike koji rade za sopstveni račun".

"Za preduzetništvo možemo reći da je djelatnost preduzetnika, usmjerena na pokretanje, organizovanje i inoviranje poslovanja preduzeća sa osnovnim ciljem stvaranja novog tržišta i ostvarivanja dobiti."

"Preduzetništvo je fenomen udružen sa ekonomskim aktivnostima".¹¹

1.8.1. "The slippery concept"

U pojedinim situacijama, pojam "preduzetništvo", takođe, možemo nazivati "uspavanim konceptom" ("slippery concept"). Ograničena uloga, investitora u procesu upravljanja i realizaciji projekata implicuje egzistenciju "uspavanih partnerstava", iz čega proizilazi kooperativna inertnost i odsustvo dijalektike između investitora i preduzetnika, kao premise dolaska do kvalitetnog i održivog proizvoda i usluge. ***Dakle, „uspavani partner” nije aktivan u upravljanju biznisom, niti je poznat javnosti kao partner.***¹²

¹¹Branson, R. (2008). Business Stripped Bare: The Adventures of a Global Entrepreneur. London, Virgin Books;

¹² Casson, M. and Della Giusta, M. (2007) Entrepreneurship and social capital: analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. International Small Business Journal, 25 (3). pp. 220-244. ISSN 1741-2870 doi: 10.1177/0266242607076524;