

Goran Čeranić
Filozofski fakultet, Nikšić
Crna Gora

SOCIOLOŠKI ASPEKTI PREDUZETNIŠTVA

SOCIAL ASPECTS OF ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT Research on entrepreneurship, a relatively new area in this part of the world, has suffered from a lack of relevant new knowledge as regards the matter. Entrepreneurship has become a popular research topic in Montenegro only recently, as it became clear that entrepreneurial activity represents a basis for the development of a modern society. So far this phenomenon has been studied mainly by the economists who have observed the development of small and medium-sized businesses and the economic atmosphere within the country. They did so in order to provide recommendations on how to remove the hindrances to a faster growth of the private sector. However, as the economic life is closely connected to the totality of social relations, the economic and social relations are largely overlapping. People participate in these processes which demand different types of connecting and organization and which involve different needs related to different interests and values and different kinds of motivation. This suggests that there is a significant interdependence between economic and social factors, which inevitably leads to a number of changes in the economic and social lives.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial stratum, entrepreneurial motives, social capital.

APSTRAKT Izučavanje preduzetništva kao pojave koja je relativno nova na našim prostorima pati od nedostatka relevantnih saznanja o toj pojavi. Preduzetništvo je u Crnoj Gori postalo aktuelna tema tek posljednjih nekoliko godina kada se shvatilo da preduzetničko djelovanje predstavlja osnovu razvoja savremenog društva. Do današnjih dana tom pojavom su se uglavnom bavili ekonomisti, prateći razvoj malih i srednjih preduzeća i ekonomski ambijent unutar zemlje, te nastojeći da daju preporuke kako da se otklone prepreke za brži razvoj privatnog sektora. Međutim, ekonomski život tijesno je povezan sa ukupnošću svih društvenih odnosa, tako da se ekonomski i društveni odnosi u značajnoj mjeri preklapaju. Ljudi učestvuju u ovim procesima koji zahtijevaju različite vreste umrežavanja i organizovanja, a koji uključuju različite potrebe koje su povezane sa različitim interesovanjima i vrijednostima i različitim tipovima motivacije. Ovo sugerše da postoji značajna međuzavisnost između ekonomskih i društvenih faktora, što neizbježno dovodi do brojnih promjena u ekonomskom i društvenom životu.

Ključne riječi: preduzetništvo, preduzetnički sloj, preduzetnički motivi, socijalni kapital.

Preduzetništvo je u Crnoj Gori postalo aktuelna tema tek posljednjih nekoliko godina, i do današnjih dana tom pojavom su se uglavnom bavili ekonomisti, prateći razvoj malih i srednjih preduzeća i ekonomski ambijent unutar zemlje, te nastojeći da daju preporuke kako da se otklone prepreke za brži rast privatnog sektora.

Međutim, ekonomski život tijesno je povezan sa ukupnošću svih društvenih odnosa, tako da se ekonomski i društveni odnosi u značajnoj mjeri preklapaju. Ekonomske akcije nikad nijesu uzrokovane isključivo ekonomskim

interesima, čim se uđe u interakciju sa drugim akterima, upliću se i drugi interesi, naime društveni interesi (Granoveter, 2000). Sve to zajedno ukazuje na postojanje veoma značajne povezanosti i međuzavisnosti ekonomskih i društvenih faktora koji neminovno dovode do promjena u ekonomskom, a samim tim i društvenom životu.

Možda upravo preduzetništvo pruža najočigledniji dokaz da je pogrešno razdvajanje onoga „društvenog“ i „ekonomskog“ kod ekonomskih fenomena, budući da je ekonomsko djelovanje istovremeno i društveno djelovanje (Granovetter & Swedberg, 1992: 6–19). U formalnoj ekonomskoj analizi ekonomsko djelovanje se svodi na djelovanje usmjereno na računanje troškova i korisnosti od strane društvenih aktera, tj. na biranje alternativa u korišćenju rijetkih resursa kako bi se zadovoljile mnogobrojne potrebe. Ovakvo racionalno postupanje ljudi često se proglašava iskonskim, a sve ostale motive koji navode ljude da postupaju drugačije proglašavaju remetilačkim faktorima i obično ih ne analiziraju. Bez obzira na značaj ovakve apstrakcije, koja omogućava korišćenje sofisticiranih matematičkih modela u ekonomskoj analizi, jasno je da ekonomske fenomene nije moguće odvojiti od drugih društvenih pojava poput moći, statusa, društvenog identiteta, vrijednosnog sistema i sl. Tako se i fenomen pokretanja vlastitog posla ne može analizirati isključivo polazeći od načina na koji ljudi ovakvu opciju racionalno vrednuju, ne uzimajući u obzir druge opcije koje su im na raspolaganju. Uvijek je potrebno uzeti u obzir makrodruštvene i mikrodruštvene fenomene, društveni status koji preduzetništvo kao poziv uživa u određenoj sredini, formalne ili neformalne društvene norme koje djeluje stimulatивно ili destimulatивно na preduzetničku aktivnost, društvenu stratifikaciju koja dovodi do nejednakih podsticaja za bavljenje preduzetništvom kada su u pitanju različiti socijalni slojevi, porodične strukture ili polne uloge koji dovode do različitog sudjelovanja muškaraca i žena u preduzetničkom okruženju itd.

Preduzetništvo predstavlja specifičnu društvenu aktivnost za čiju sveobuhvatnu analizu, prema tome, nijesu dovoljna samo znanja koja nam može pružiti ekonomska nauka. Bez osnovnih socioloških znanja, preduzetništvo, kao nesumnjiv društveni fenomen, ne može biti u potpunosti proučeno i analizirano. Identifikovanje društvenog konteksta koji utiče na pojedinačno ponašanje je glavni fokus sociološkog pristupa. Jednom kada se uzme u obzir društveni kontekst i mogućnosti koje zapažaju pojedinci može se objasniti značajan dio varijacija preduzetničkog ponašanja. Na primer, Veberovo istraživanje je ilustrovalo kako religijska doktrina daje kulturnu legitimizaciju neophodnu za oblikovanje ekonomskog ponašanja pojedinaca, što je dovelo do pojave kapitalizma.

U Crnoj Gori je ovo pitanje posebno važno. Više godina imali smo specifičan proces preduzetničkih aktivnosti uzrokovanih posebnom situacijom u kojoj se zemlja nalazila. Namjera je da se objasni razvoj preduzetništva iz sociološke perspektive, što znači da ćemo posmatrati preduzetnike kao specifične aktere u sferi rada i socijalne faktore koji utiču na njihovo radno ponašanje.

Kada je riječ o sociološkom pristupu preduzetništvu Martin Ruef i Majkl Lonsberi (2007) su analizirajući radove u relevantnim časopisima utvrdili dvije

dominantne sociološke perspektive u proučavanju preduzetništva. Jedna je kontekstualna i ona naglašava ulogu društvenog sistema i drugih socio-kulturnih faktora u formiranju preduzetničkog sloja i ponašanja preduzetnika, dakle ona se bave društvenim preduslovima razvoja preduzetništva, sa posebnim akcentom na pitanja koja se odnose na razloge ulaska u preduzetnički biznis. Druga perspektiva je bihevijoralna i ona razmatra strukturu i procese preduzetničke aktivnosti na mikro nivou.

Upravo polazeći od kontekstualne perspektive jedno od osnovnih pitanja na koje ćemo pokušati dati odgovor je kako se i odakle formira novi preduzetnički sloj. Jer je evidentno da je period postsocijalističke transformacije u znaku rasta grupacije preduzetnika i afirmacije preduzetničkog djelovanja sve šireg kruga ljudi. Međutim, postsocijalistička transformacija započinje bez preduzetničkog sloja jer se samostalan biznis u bivšem socijalističkom sistemu smatrao devijantnim oblikom ekonomske aktivnosti, neka vrsta privređivanja po modelu zapadnog kapitalističkog oblika, što je bilo ideološki neprihvatljivo. U takvim društvima preduzetništvo, prema tome, ne izrasta kao posljedica djelovanja preduzetničke grupacije, jer nje nema ili je vrlo slaba, nego se unosi akcijom države. Za razliku od našeg društva u razvijenim zapadnim zemljama put nastajanja preduzetničke elite i kapitalističke klase imao je svoj prirodan tok. Najprije se formirala nova kapitalistička klasa, a potom su se politička vlast i odnosi moći prilagođavali postojećim društvenim strukturama. Rastao je i ukрупnjavao se privatni sektor. U postsocijalističkim zemljama taj proces je obrnut. U okviru starog sistema nije nastala niti nova preduzetnička elita niti klasa. Država je ta koja ukida socijalistički sistem i oblikuje uslove za nastanak tržišne ekonomije. „Tako se pojavio raniji pomenuti paradoks da se 'političko društvo' razgrađuje putem političke konstrukcije realnosti, dakle na način na koji je samo bilo konstituisano. Iz ovog začaranog kruga izlaz je trebalo da osigura brzo rastuća grupacija preduzetnika“ (Lazić, 1994: 48). Međutim, izgradnja kapitalizma bez kapitalističke klase nije ništa novo. Kako ističe Duško Sekulić (2000) svi kasno došli u kapitalističku transformaciju grade kapitalizam „odozgo“ (od revolucije Mejdži u Japanu pa do specifičnog puta u kapitalizam koji se tako ne zove u Kini).

Očigledno je da se ovdje radi o prelaznom periodu u kojem država i njena politička moć funkcionišu kao instrument prvobitne akumulacije i stvaranja novog preduzetničkog sloja. Međutim, pitanje je kakve posljedice može da prouzrokuje ovakav model razvoja. Duško Sekulić (2000) ističe dva moguća modela daljeg razvoja. Jedan se oslanja na klasičnu liberalnu teoriju po kojoj način akumulacije kapitala nije toliko bitan za kasnije funkcionisanje tržišne ekonomije. Ovdje je pitanje moralnosti načina sticanja kapitala potpuno irelevantno. Pošto tržišna ekonomija profunkcioniše resursi će se locirati tamo gdje je njihova upotreba najefikasnija. Suštinsko pitanje koje se nameće je da li vlasnici kapitala znaju uspješno da slijede logiku tržišta ili ne. Bez obzira kako su stekli kapital oni koji znaju da „igraju“ na tržištu biće ekonomski efikasni, dok će oni koji su neuspješni ostati bez kapitala. Međutim opasnost se javlja onda kada država

nastavlja da favorizuje one aktere kojima je i pomogla da steknu kapital, a koji mogu samo funkcionisati u monopolističkim uslovima zaštite. Ti preduzetnici ne mogu biti uspješni ako nijesu zaštićeni od države, ako ne dobijaju poslove bez javnog takmičenja i sl. Na taj način možemo imati jedan specifičan državni kapitalizam ili politički kapitalizam zasnovan na sprezi države i novih vlasnika, gdje tržište i njegove pozitivne sankcije odbacuju nove vlasnike, ali ih država štiti od tržišnih sankcija. Upravo ovakva sprega države i krupnih preduzetnika na duži vremenski rok mora biti disfunkcionalna i smanjiti ekonomsku efikasnost sistema i uopšte negativno uticati na društveni razvoj.

Prethodno opisani način stvaranja nove preduzetničke grupacije možemo nazvati kreiranjem kapitalističke klase „odozgo“, ali to nije jedini način na koji se grupacija preduzetnika stvara. Budući da su ukinute restrikcije privatnom sektoru, preduzetnički sloj se formira i „odozdo“. Sitni preduzetnici nesputani pravnim ograničenjima u svom djelovanju mogu se nesmetano razvijati i rasti. Ulaz u privatni sektor nije više ideološki omražen i to omogućava drugi način stvaranja sloja preduzetnika. Taj dio preduzetnika nije stvaran „odozgo“ niti je zavisan od države kao gore pomenuta grupacija. On predstavlja novu nepolitičku preduzetničku grupaciju. Upravo izrazitu većinu i čine „mali privatnici“, osnivači i rukovodioci malih privatnih preduzeća i radnji. Prema podacima Poreske uprave Crne Gore broj mikro preduzeća prelazi 87% ukupnog broja privatnih preduzeća (Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća 2011–2014, 2010: 10). Njihovo preduzetništvo se ogleda u samom osnivanju privatnog preduzeća, gdje bez velike samostalnosti, kreativnosti i upornosti samih osnivača takva firma ne može opstati.

Empirijski dio našeg rada će biti usmjeren na analizu sloja preduzetnika koji se razvija u postsocijalističkoj Crnoj Gori i na detektovanje puteva njegovog stvaranja.

Zvanične statističke službe još nijesu organizovale uredno i kompleksno praćenje privatnog preduzetništva u našem društvu. Osim informacija o broju registrovanih privatnih firmi i povremenih informacija o nekim pokazateljima poslovanja tih firmi, svih drugih relevantnih, sistemskih i pouzdanih informacija o preduzetničkim firmama nema. Pogotovo nema podataka o samim preduzetnicima i njihovim osobinama. Nedostaju cjelovita saznanja o bitno novim društvenim osobinama pojedinaca u tom krugu, i o društvenim osobinama samog kruga novih preduzetnika, Nastojaćemo da napravimo uvid u njihova svojstva na bazi relativno velikog broja individualnih informacija, što će nam omogućiti uočavanje njihovih prosječnih ličnih svojstava. To nam, takođe, osvjetljava raznolike okolnosti koje su uslovile ulazak jednog broja ljudi različitijih prethodnih zanimanja u krug preduzetnika i pomaže nam da razumijemo motive preduzetničkog djelovanja u Crnoj Gori. Utvrđivanje motiva i ciljeva koji su karakteristični za preduzetnike na ovom prostoru omogućuje nam da potpunije sagledamo nivo „preduzetničke usmjerenosti“ kojom raspolažu.

Motivacija koja podstiče preduzetnike je povezana sa pozitivnim ili negativnim faktorima. Primjer pozitivnog podsticaja za pokretanje biznisa je želje da

se bude nezavisan, sam svoj gazda, uspješan u poslu, dok su negativni motivi vezani za nelagodnost ili diskriminaciju na alternativnom poslu. Kod negativnog podsticaja osnivanje sopstvenog biznisa se ne javlja kao primarni izbor već je izazvan, npr. nedostatkom alternativnih mogućnosti zaposlenja, lošim primanjima na drugom zaposlenju i sl. Neki ljude, prema tome, na pokretanje sopstvenog biznisa bivaju pozitivno podstaknuti dok sa druge strane postoje oni koje je egzistencijalna nužda primorala na osnivanje firme. Ovo se posebno može očekivati kao jak motiv u postsocijalističkim društvima u kojima su gubitak stalnog zaposlenja i nezaposlenost masovne pojave. Pokretanje preduzeća iz ovog razloga je (u prosjeku) rizičnije u poređenju sa drugim slučajevima, jer je često povezano sa inferiornom vrstom motivacije (samo faktor pritiska, situacija posljednjeg rješenja, a ne iz dubokog unutrašnjeg poriva, što je u mnogim slučajevima nedovoljno za uspjeh). Od ove grupacije preduzetnika teško možemo očekivati da budu akteri koji će u većoj mjeri biti spremni da usavršavaju sebe kao preduzetnike, a samim tim neće biti u stanju da u značajnijem stepenu doprinesu razvoju preduzetničke djelatnosti. To nam potvrđuju druga istraživanja (Tominc i Rebernik, 2005), po kojima od ove grupacije preduzetnika teško možemo očekivati da budu preduzetnici rasta, već se uglavnom radi o preduzetnicima preživljavanja.

I mi ćemo ovim istraživanjem pokušati da osvjetlimo neka temeljna socioekonomska obilježja preduzeća rasta i preduzeća preživljavanja, da opišemo strategije poslovanja koje ona koriste i na kraju da postavimo neka pitanja o odnosu tih tipova poduzeća i (samo) definisanih granica rasta kojima teže njihovi vlasnici i menadžeri. Dakle, u ovome radu pod preduzećima rasta smatramo sva ona poduzeća koja su od svog osnivanja zabilježila porast broja radnika, a pod poduzećima preživljavanja sva ona u kojima je broj zaposlenih ostao isti ili je i smanjen. Vlasnike i menadžere koji njima rukovode smatrat ćemo, skladno tomu, ili poduzetnicima preživljavanja ili poduzetnicima rasta (Čengić, 2009).

Sljedeća oblast na koji ćemo fokusirati naše istraživanje tiče se prepreka za razvoj preduzetničke djelatnosti u Crnoj Gori, ali iz ugla preduzetnika, koje do sada nije cjelovitije analizirano. Naime, najveći broj do sada objavljenih državnih dokumenata i stručnih monografija uglavnom se bavi ukazivanjem na napredovanja u vezi sa zakonskom regulativom iz ove oblasti, obezbjeđivanjem finansijske podrške za mali biznis, izvedenim preduzetničkim obukama i sl., bez dubljeg sagledavanja obuhvatnosti i uticaja tih mjera na ukupnu efikasnost malih i srednjih preduzeća i razvoj cjeline preduzetništva. Cilj ovog dijela rada je da se kroz sagledavanje prepreka za razvoj malih i srednjih preduzeća, onako kako ih vide sami preduzetnici, lociraju problemi koji predstavljaju najveća ograničenja za ovaj privredni sektor. S obzirom da su direktno uključeni u sam proces i upravljanja i rukovođenja svojim preduzećem mislimo da bi njihovo sagledavanje postojećeg stanja najpotpunije odražavalo objektivnu situaciju.

Socijalni kapital, kao faktor koji u značajnoj mjeri uslovljava razvoj preduzetništva, biće takođe predmet našeg istraživanja. Socijalni kapital kreira prednost zbog načina na koji društvena struktura čini konkurenciju nesavr-

šenom, kreiranje preduzetničkih mogućnosti za jedne igrače, ali ne i za druge. Dakle, njegovim povećavanjem, povećava se i mogućnost preduzetničkog djelovanja. Dvije direktne dobrobiti socijalnog kapitala koje su relevantne za preduzetništvo su: informacije i uticaji.

Socijalni kapital ćemo u ovom istraživanju operacionalizovati na mreže građanske povezanosti i povjerenje. U empirijskim istraživanjima, kvantifikovanje društvenog kapitala obično obuhvata sljedeće indikatore: 1. participacija građana kroz angažovanje u neformalnim i formalnim mrežama (u našem slučaju to će biti udruženja preduzetnika na neformalnu povezanost, koju nije tako lako mjeriti, a koja podrazumijeva manje formalizovane oblike povezanosti kao što su poznanstva i prijateljstva. Veze i poznanstva su veoma značajni u svakodnevnom životu i radu pojedinaca sa ovog područja) 2. međusobno povjerenje, 3. povjerenje u institucije. Povjerenje možemo da posmatramo u odnosu na pojedince, ali i u odnosu na grupe i institucije unutar društva, uključujući državu (Golubović, 2008).

Ekonomске transakcije koje su posebno osjetljive na povjerenje odnose se na one transakcije gdje se dobra i usluge razmjenjuju za plaćanje u budućnosti, ugovore o zapošljavanju u kojima se preduzetnici oslanjaju na zaposlene da će izvršiti zadatke koje je teško nadgledati. Pojedinci u društvima sa većim nivoom povjerenja imaju niže troškove zaštite nego tamo gdje su zloupotrebe moguće (Golubović, 2008). Nivo povjerenja se u velikoj mjeri odražava i na nivo razvijenosti tržišta, kako ističe prof. Milošević (2004) tržište ne može jednostavno da „zaživi“ u onim društvima u kojima je krhka moderna „ekonomska kultura“ i u kojima su slabo razvijeni odnosi povjerenja između ljudi koji (potencijalno) treba da stupaju u tržišnu utakmicu. U tom smislu Fukujama čak pravi tipologiju društava na ona sa visokim i ona sa niskim nivoom povjerenja između njegovih pripadnika (Fukujama, 1997). U tom kontekstu ćemo i mi nastojati da utvrdimo koji je nivo povjerenja u Crnoj Gori.

Sa aspekta očekivanih istraživačkih implikacija, možemo reći da ovo istraživanje ima naglašenu naučnu i društvenu opravdanost. Naučna opravdanost proističe iz činjenice da do sada preduzetnici u Crnoj Gori nijesu integralno proučavani sa sociološkog aspekta, pa će stoga rezultati ovog istraživanja doprinijeti kompletnijem naučnom poznavanju posmatrane društvene grupacije koja doživljava ekspanziju u postsocijalističkom periodu. Iako sociolozi na ovom prostoru nijesu u nekoj značajnijoj mjeri bili angažovani na razvijanju preduzetništva, (ne nužno svojom voljom), saznanja do kojih oni dolaze su neophodna, kako za institucije koje se bave preduzetništvom, tako i za pojedince koji planiraju ili su već uključeni u preduzetnički proces. Po pitanju društvene opravdanosti treba naglasiti da će rezultati do kojih budemo došli u izvjesnoj mjeri doprinijeti identifikovanju postojećih nedostataka sa kojima se susreću preduzetnici na ovom prostoru, i time pozitivno uticati na dalji razvoj tržišnog privređivanja i rast ove društvene grupacije u Crnoj Gori.

L i t e r a t u r a

- Bolčić, S. (1994), *Tegobe prelaza u preduzetničko društvo*, Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
- Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća (2010), *Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća 2011 – 2015*, Podgorica.
- Čengić D. (2009), Postsocijalističke ekonomske elite i poduzetništvo prilog analizi tipologije preduzetnika, *Revija za sociologiju* 40, 1–2: 71–94
- Golubović, N. (2008), Izvori društvenog kapitala, *Sociologija*, Vol. L, No 1, Beograd
- Granoveter, M., Swedberg, R. (1992), *The Sociology of Economic Life*. Boulder: Westview Press.
- Granovetter, M. (2000). The economic sociology of firms and entrepreneurs. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship*. pp. 244–276.
- Fukujama, F. (1997), *Sudar kultura*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.
- Lazić, M. (1994), *Razaranje društva*, Filip Višnjić, Beograd.
- Milošević, B. (2004), Transformacija organizacija rada u procesima globalizacije: uticaj novoliberalne ideologije, *Sociologija*, Vol. XLVI (2004), N°2, Beograd.
- Ruef, M., Lounsbury, M. (2007), The sociology of entrepreneurship, *Research in the Sociology of Organizations*, Volume 25, 1–29.
- Sekulić, D., Šporer, Ž. (2000), Formiranje preduzetničke elite u Hrvatskoj, *Društvena istraživanja*, Zagreb.
- Tominc, P., Rebernik, M. (2006), Gender differences in early stage entrepreneurship in three european post-socialist countries, *Journal of Contemporary Management*, Issues, Vol. 11 No. 1.