

Osobine ličnosti uspešnih preduzetnika

Personality traits of a successful entrepreneur

Jelena Sokić, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

Stanislava Popov, Fakultet za sport i turizam, Novi Sad

SAŽETAK

Ključne reči:
preduzetnik,
osobine ličnosti,
petofaktorski
model

Nagli razvoj preduzetničkog poslovanja u poslednjih nekoliko godina, vratio je ličnost preduzetnika u fokus brojnih istraživanja. Oživljavajući staru debatu vezanu za doprinos personalnih faktora uspešnom poslovanju, formirale su se dve istraživačke struje u nameri da profilišu (1) osobine koje će verovatnije rezultirati „preduzetničkom orijentacijom” i (2) osobine koje su odgovorne za uspešno poslovanje. U ovom radu će biti dat kratak pregled dosadašnjih meta-analitičkih studija koje na sveobuhvatan način ilustruju kompleksnu strukturu tzv. preduzetničke ličnosti. Da bi opisali višedimenzionalnu „preduzetničku orijentaciju”, istraživači su se tokom poslednjih decenija prvenstveno oslanjali na petofaktorski model ličnosti. Rezultati brojnih studija jedino su konzistentni u pogledu otvorenosti za iskustva, kao dimenzije ličnosti na kojoj preduzetnici postižu više skorove u odnosu na nepreduzetnička zanimanja. Jedna od najčešćih kritika petofaktorskog modela se odnosi na preteranu uopštenost, koja ne dopušta predvidljivost ponašanja preduzetnika u specifičnim situacijama. Zato su istraživači poslednjih godina skloniji multidimenzionalnom pristupu koji uključuje samoefikasnost, inovativnost, unutrašnji lokus kontrole i otvorenost ka riziku, kao osobinama koje u istraživanjima razlikuju preduzetničku ličnost od ostalih zanimanja. Prilikom tumačenja rezultata studija o osobinama ličnosti preduzetnika treba uzeti u obzir i razlike u definisanju preduzetničkog biznisa, uzimajući u obzir veličinu preduzeća, dužinu poslovanja, kao i karakteristike samog preduzeća.

ABSTRACT

Keywords:
Entrepreneur,
Personality traits,
The Five-factor
model

A rapid development of the entrepreneurial business in recent years has brought the entrepreneur's personality back into focus. The revival of the old debate regarding the contribution of personal factors to successful business led to the formation of two research streams to profile (1) the traits that are more likely to result in an "entrepreneurial orientation" and (2) those responsible for a successful business. In this paper, we will give a brief overview of meta-analytic studies to date that comprehensively illustrate the complex structure of the so-called entrepreneurial personality. To describe a multidimensional "entrepreneurial orientation", over the last decade researchers have primarily relied on a Five-factor model of personality. The results of numerous studies are only consistent concerning an openness to experiences as a dimension of personality on which entrepreneurs achieve higher scores than non-entrepreneurial occupations. One of the most frequent critics of the Five-factor model is

its over-generality, which does not allow predictability of entrepreneurial behavior in specific situations. That is the reason why researchers have recently been more inclined to take a multidimensional approach that includes self-efficacy, innovation, an internal locus of control and openness to risk as traits that differentiate an entrepreneurial personality from other professions. Interpretation of the findings on an entrepreneur's personality should also include differences in the definition of an entrepreneurial business, size of the enterprise, length of time in business, as well as the characteristics of the enterprise itself.

TIMS Acta (2019) 13, 107-116

Pojam preduzetničke ličnosti

Razvoj preduzetništva u poslednjih nekoliko godina beleži značajan porast, kako u regionu tako i u svetu. Štaviše, u cilju podsticanja razvoja malih i srednjih preduzeća, Evropska unija, pokrenula je niz politika u poslednje dve decenije (CEVES, 2014). Osim akata, povelja i akcionih planova, pojavio se i veliki broj istraživanja koja u fokus stavljaju socio-psihološke faktore koji diskriminišu uspešne preduzetnike. Preciznije rečeno, istraživači su oživeli staro pitanje *Koje osobine odlikuju (uspešne) preduzetnike*, na koje je krajem 80-ih godina prošlog veka stavljena tačka usled nedoslednosti rezultata i generalno usvojenog stava da je ličnost uspešnog preduzetnika ništa drugo do metodološki artefakt, teorijski nepodržan, te da se paradigma ličnosti u kontekstu preduzetništva treba da napusti (Gartner, prema: Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010).

Ipak, pretragom definicija preduzetnika u literaturi, vrlo je teško odabrati jednu koja obuhvata sve relevantne karakteristike. Čini se da brojnost definicija zavisi od kriterijuma za koji se autor opredeli, pa tako možemo naći definicije koje se zasnivaju na preduzetničkoj aktivnosti („nosilac preduzetničke aktivnosti“, „pokretač novog poslovnog poduhvata“), ekonomskoj dimenziji („koji preduzima poslovni poduhvat radi ostvarivanja profita“, „ulaže sopstveni kapital u biznis“, „plasira svoje proizvode kroz usluge na tržištu radi sticanja dobiti“, „uspostavlja vezu između tržišta, kapitala, roba i usluga“), vremenskoj perspektivi („orijentisan na sadašnjost i budućnost“, „lice uvek budno i sposobno da prepozna šanse i poslovne prilike“, „sposoban da predvidi tržišne promene“), ali i na specifičnim trajnim karakteristikama („vođen unutrašnjom potrebom da eksperimentiše“, „onaj koji inovira ili razvija“, „spreman da preuzme rizik (neizvesnosti)“, „nadaren poslovnim duhom i rukovodećim sposobnostima“, „kombinuje resurse drugačije nego ostali“, „poseduje unutrašnji nemir, radoznalost“).

Prilikom razmatranja faktora na nivou individualnih razlika koji podstiču spremnost za pokretanje sopstvenog preduzeća, javljaju se i (metodološka) pitanja kada, na koji način i pod kojim uslovima treba razmatrati osobine ličnosti preduzetnika. Odgovor na pitanje *Koje su osobine uspešnih preduzetnika*, dodatno komplikuje i razgraničavanje kojoj naučnoj oblasti ono pripada: psihologiji, ekonomiji, ili nekoj drugoj oblasti.

Gartner (prema: Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010) je kritikovao i različite definicije koje se koriste za preduzetništvo, radije se fokusirajući na definiciju koja je isticala funkcionalno stvaranje novih organizacija. Isti autor je doveo u pitanje metodologiju zasnovanu isključivo na samoopisnim upitnicima, koja je služila kao osnovni alat za otkrivanje „idealnih“ osobina ličnosti za preduzetnički uspeh. Ipak, bolje prepoznavanje heterogenosti među preduzetnicima i novije empirijske provere ukazale su na to da bi ponovo moglo biti korisno da se preispita doprinos karakteristika ličnosti uspešnom preduzetničkom poslovanju (Kerr, Kerr & Xu, 2018). Recimo, Pokrajac i Tomić (2009) se u svom nastojanju da objasne funkciju preduzetništva oslanjaju na individualne činioce, smatrajući preduzetnikom nekoga ko poseduje sposobnosti: 1) predviđanja (naročito tržišnih i tehnoloških promena); 2) prihvatanja rizika investiranja (pretvaranja kapitala, sopstvenog ili tuđeg, u realne činioce proizvodnje); 3) inoviranja (čak i kada primenjene inovacije potiču od drugih lica: tzv. kreativna imitacija) i učenja radi prilagođavanja. Međutim, oni dalje zaključuju da je za uspeh u preduzetništvu neophodna komplementarnost „ličnih svojstava preduzetnika i uslova u okruženju“. Dakle, pored karakteristika ličnosti preduzetnika, od izuzetne je važnosti i odgovarajući socio-ekonomski, pravni i kulturni ambijent, koji će omogućiti realizaciju i podsticati dalji razvoj osobina ličnosti potencijalnih preduzetnika. Pokrajac i Tomić (2009) smatraju da se psihološke predispozicije preduzetnika neće moći realizovati ukoliko žive u sredini koja onemogućava preduzetništvo i/ili smatra preduzetničko ponašanje nepoželjnim. Takođe, autori

sugerišu da i najstimulativnija društvena okolina, neće biti dovoljna ukoliko pojedinci nemaju spremnost i sposobnost da se ponašaju preduzetnički.

Elementi preduzetničkog poduhvata, dakle, uključuju socijalne činioce poput razvijenog zakonodavstva, socijalne infrastrukture, preduzetničke kulture u neposrednom okruženju, kao i specifične osobine ličnosti i veštine samih aktera – preduzetnika. Kako je preduzetnik, ipak, najvažniji činilac za razvoj (uspešnog) preduzetničkog ambijenta, mnogo veći akcenat se, trenutno, u literaturi stavlja na identifikovanje specifičnih osobina ličnosti potencijalnih preduzetnika.

Preduzetnička ličnost i uspeh u poslovanju: mit ili stvarnost?

Da bi opisali višedimenzionalnu „preduzetničku orijentaciju“, istraživači su se tokom poslednjih decenija prvenstveno oslanjali na petofaktorski model ličnosti (Kerr, Kerr & Xu, 2018). Kako se pokazalo da dimenzije petofaktorskog modela utiču na izbor karijere i radnu uspešnost (Costa & McCrae, 1992; Rauch, 2014), nije iznenađujuće to što je ovaj model postao teorijska okosnica u ispitivanju ličnosti preduzetnika. Petofaktorski model opisuje ličnost kroz pet dimenzija: otvorenost ka iskustvu, savesnost, ekstraverzija, prijatnost i neuroticizam (eng. akronim OCEAN).

Otvorenost za iskustva (O, eng. *Openness to experience*) je dimenzija ličnosti koja se odnosi na otvorenost za promene, intelektualnu radoznalost i širok krug interesovanja. Na suprotnom kraju kontinuuma je preterana konvencionalnost, rigidnost i konzervativnost.

Savesnost (C, eng. *Conscientiousness*) je dimenzija koja se najviše odnosi na lični pristup radu, obavezama i postignuću. Na suprotnom kraju je nesavesnost i njene posledice u vidu niskog postignuća, neostvarenja ličnih potencijala, kao i nepouzdanost. **Ekstraverzija** (E, eng. *Extraversion*) je dimenzija ličnosti koja se odnosi na socijalno ponašanje individue u smislu preferencije kontakata sa drugim ljudima, potrebom za aktivnošću, druženjem i spoljašnjim stimulacijama, kao i sklonost pozitivnom afektivitetu. Na suprotnom kraju kontinuuma je introverzija, sklonost izolaciji, inhibiranom ponašanju i unutrašnjoj stimulaciji. **Prijatnost** (A, eng. *Agreeableness*) je dimenzija ličnosti koja predstavlja prosocijalno ponašanje, pre svega, u domenu ophođenja prema drugim ljudima, kao i intenzitet i kontrolu agresivnih impulsa. Na suprotnom kraju kontinuuma bi bila agresivnost.

Neuroticizam (N, eng. *Neuroticism*) je dimenzija koja obuhvata indikatore negativnog afektiviteta, kao što su sklonost osećanju krivice, depresivnom raspoloženju, ogorčenosti, osećanju manje vrednosti i sl. Na suprotnom kraju kontinuuma je emocionalna stabilnost.

Mnoge postojeće studije bavile se upoređivanjem ličnosti preduzetnika opisane petofaktorskim modelom ličnosti sa osobinama ličnosti menadžera. Menadžeri se često upoređuju sa preduzetnicima, s obzirom na potencijalnu potrebu obe grupe da usmeravaju zaposlene i upravljaju različitim zadacima istovremeno. U meta-analizi 23 studije sprovedene od 1970. do 2002. u različitim zemljama, referisane u časopisima na engleskom jeziku, Zao i Zajbert (Zhao & Seibert, 2006) nalaze da su preduzetnici otvoreniji za iskustva, savesniji, ekstravertniji, manje skloni prijatnosti, i sa nižim stepenom neuroticizma (O+, C+, E, A-, N-). Mnoge pojedinačne studije pokazuju odstupanja od ovog obrasca. Tako na primer, u istraživanju Envika i Langforda (Envick & Langford, 2000) na uzorku od 218 kanadskih preduzetnika i menadžera, autori nalaze da su preduzetnici znatno manje savesni i predusretljivi od menadžera, kao i, u manjem stepenu, ekstravertni (O+, C-, E-, A-, N-). Preduzetnici se dosledno u istraživanjima pokazuju kao otvoreniji za iskustva od menadžera (O+). Istraživači pretpostavljaju da će preduzetnika u kontekstu poslovnog poduhvata verovatno privlačiti promenljivo okruženje i novi izazovi. Pojedinci koji uspevaju u izazovima i novim okruženjima su oni koji preferiraju kreativna rešenja, poslovne modele i proizvode, a otvorenost za iskustva preduzetnika može pomoći ovim funkcijama. Sa druge strane, menadžere često biraju nadređeni zbog njihovih izvršnih sposobnosti i pružanja visokokvalitetnih rezultata za zadati skup zaduženja, a ne zbog njihovih originalnih rešenja. Dakle, istraživači pretpostavljaju da radno okruženje i zahtevi posla preduzetnika više privlače pojedince koji su otvoreniji ka iskustvu. Ipak, Zao i Zajbert (Zhao & Seibert, 2006) sugerišu da je izražena savesnost najznačajnija razlika između preduzetnika i menadžera (C +). Savesnost je sastavni deo motivacije, pouzdanosti i postignuća. Zao i Zajbert (Zhao & Seibert, 2006) otkrivaju da su preduzetnici i menadžeri slični u pouzdanosti, ali su preduzetnici procenjeni znatno bolje od menadžera u pogledu postignuća. U meta-analizi u 41 studiji, autori (Collins, Hanges, & Locke, 2004) takođe zaključuju da su pojedinci koji se bave preduzetničkom karijerom znatno motivisaniji za postignuća od pojedinaca u drugim vrstama karijera, a Stjuart i Rot (Stewart &

Roth, 2007) slično zaključuju da su preduzetnici više orijentisani prema postignućima nego menadžeri. Ovi rezultati su u saglasnosti i sa podacima meta-analize koju su sproveli Kolins i saradnici (Collins, Hanges, & Locke, 2004). Često se pretpostavlja da su oni koji imaju visoku motivaciju privučeni radnim okruženjem u kojem se uspeh više pripisuje njihovim vlastitim naporima, a ne institucionalnoj sredini u kojoj je poslovni uspeh ili neuspeh manje rezultat vlastitih napora. Isti autori (2004) su ustanovili da preduzetnici, za razliku od menadžera, postižu značajno bolje rezultate u pogledu sklonosti ka riziku. Kada je u pitanju ekstraverzija kao dimenzija ličnosti, u istraživanjima ne postoji konsenzus o tome da li je ona izraženija kod preduzetnika u odnosu na menadžere, s obzirom na to da ova dimenzija meri stepen u kojem je individua dominantna, energična, aktivna, pričljiva i entuzijastična (Costa & McCrae, 1992). Neki istraživači pretpostavljaju da bi ekstraverzija mogla biti važnija za preduzetnike nego za menadžere, jer preduzetnici prodaju svoje ideje investitorima, partnerima, zaposlenima i kupcima. Envik i Langford (Envik & Langford, 2000) smatraju da je u ovom pogledu od najveće važnosti kako će se definisati preduzetnici, jer samozaposlene osobe i osnivači firmi, orijentisani na rast, mogu pokazivati prilično različite karakteristike u pogledu ekstraverzije. Konačno, preduzetnici često pokazuju manji stepen prijatnosti, kao i neuroticizma (A-, N) u odnosu na menadžere. Istraživači pretpostavljaju da, budući da većina preduzetnika vremenom postanu izvršni direktori vlastitih firmi, ne treba da brinu hoće li ugoditi drugim ljudima oko sebe, dok menadžeri moraju da ugađaju barem svojim šefovima (Zhao & Seibert, 2006). Niži stepen neuroticizma kod preduzetnika, objašnjava se zahtevima radnog okruženja, koje treba da implicira samopouzdanje, bez kojeg preuzimanje rizika u novim poslovnim poduhvatima ne bi bilo moguće.

Zao i saradnici (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010) idu korak dalje, i osvrću se i na potencijalne faktore koji su mogli da doprinesu nedoslednim rezultatima, te pogrešnim Gartnerovim zaključcima o nepostojanju veze između ličnosti i uspešnog poslovanja. Oni u svojoj meta-analitičkoj studiji integrišu prethodna istraživanja o ličnosti, uzimajući u obzir dva kritična ishoda koja omogućavaju dostizanje preduzetničkog statusa: namera da se postane preduzetnik i (uspešno) poslovanje preduzetničke firme (Baron, 2007). Njihovi rezultati otkrivaju jednu preduzetničku trijadu, odnosno pokazuju da su savesnost, emocionalna stabilnost i otvorenost ka iskustvu osobine koje su povezane sa

uspehom u preduzetničkom poslovanju. Otvorenost ka iskustvu se čini posebno važnom, jer se čini da je to osobina koja najviše razlikuje uspešne preduzetnike u odnosu na druge, nepreduzetničke radne uloge. Takođe, pokazalo se da određene „tradicionalne preduzetničke osobine ličnosti“, kao što su ekstraverzija i sklonost riziku, nemaju toliki doprinos kao što se ranije mislilo. Uprkos dominantnom stavu u literaturi, rezultati njihove meta-analitičke studije ne pokazuju efekat sklonosti riziku i samo vrlo mali efekat ekstraverzije na preduzetničko poslovanje (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010).

Suprotno Gartnerovom uverenju, meta-analize novijeg datuma sugerisu da se preduzetnici, ipak, razlikuju od nekih drugih nepreduzetničkih grupa (npr. menadžera) u pogledu brojnih dimenzija ličnosti. Iako ove meta-analitičke studije pružaju dokaze da se preduzetnici razlikuju u pogledu ličnosti, teorijsko razumevanje procesa koji bi objasnili ove razlike je još uvek vrlo ograničeno (Rauch & Frese, 2007). Nedostatak jasnog teorijskog okvira, ipak, nije sprečio istraživače da uoče metodološka ograničenja koja bi mogla da budu odgovorna za nedosledne i dvosmislene rezultate dosadašnjih studija. Naime, namera da se pokrene i vodi sopstveno preduzeće predstavlja prvi kritični korak u preduzetničkom procesu (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Međutim, učinak ili uspeh preduzetničke firme, zasnovan je na sposobnosti pojedinca da nastavi i održava preduzetničko poslovanje. Uticaj ličnosti na ova dva preduzetnička ishoda bi, stoga, trebalo da objasni kako nastaju individualne razlike između preduzetničkih i nepreduzetničkih grupa identifikovanih u prethodnim meta-analitičkim istraživanjima. Kako su preduzetnička namera i preduzetnički uspeh sami po sebi dva vrlo različita i značajna ishoda, istraživači su se razdvojili u dve istraživačke struje, okupljajući se oko dva glavna pitanja: (1) Da li određene osobine predviđaju verovatnoću da osoba postane preduzetnik? i (2) Da li određene osobine predviđaju verovatnoću preduzetnika da postigne „uspešne“ rezultate u poslovanju? (Kerr, Kerr, & Xu, 2018).

Da li i koje osobine predviđaju verovatnoću da osoba postane preduzetnik?

Oslanjajući se na gorepomenuti petofaktorski model ličnosti, savremena istraživanja u oblasti preduzetničke ličnosti počela su da se bave poređenjem osobina različitih vrsta budućih i već realizovanih preduzetnika. Nedavno istraživanje sprovedeno u Sloveniji klasifikuje ispitanike

u četiri grupe: preduzetnike sa osnovanom firmom, potencijalne preduzetnike koji planiraju osnivanje biznisa u trogodišnjem periodu, one koji nameravaju da osnuju vlastiti biznis, ali bez konkretnog plana, i nepreduzetnike – one koji ne žele osnivanje vlastitog biznisa. Realizovani preduzetnici su najotvoreniji za iskustva i po tome se razlikuju od svih ostalih grupa. Najniže rezultate u pogledu otvorenosti za iskustva postižu nepreduzetnici. Prijatnost je takođe manje izražena kod realizovanih preduzetnika u odnosu na ostale grupe ispitanika (Antončić, Bratković Kreger, Singh, & DeNoble, 2015).

Međutim, jedna od najčešćih kritika petofaktorskog modela u opisu preduzetničke ličnosti je njegova preterana uopštenost koja ne dopušta predvidljivost ponašanja preduzetnika u specifičnim situacijama. Takođe, ovaj model ne pomaže u razumevanju specifičnih mehanizama kroz koje osobenost utiče na preduzetničke stavove i akcije (Rauch, 2014). Frustrirani ovim ograničenjima petofaktorskog modela, a kako bi opisali koherentan portret preduzetnika, istraživači su se okrenuli stvaranju multidimenzionalnog pristupa ličnosti koji uključuje osobine poput samoefikasnosti, inovativnosti, lokusa kontrole i stavove o riziku (Kerr, Kerr, & Xu, 2018).

Samoefikasnost se odnosi na uverenost osobe da može da obavlja određene zadatke i da izvršava određene uloge, a direktno je povezana s ličnim očekivanjima, ciljevima i motivacijom (Cassar & Friedman, 2009). Ovako opisana samoefikasnost može biti generalizovana i odnositi se na uopšteno uverenje o sopstvenim mogućnostima, a može biti specifično vezana za određene aktivnosti (Bandura, 1997). Visoka samoefikasnost pozitivno korelira sa poslovnim postignućem (Stajkovic & Luthans, 1998), razvojem malih preduzeća (Baum & Locke, 2004), akademskim učinkom (Luszczynska, Scholz, & Schwarzer, 2005), i odabirom karijere (Lent & Hackett, 1987). Čen i saradnici (Chen, Greene, & Crick, 1998) definišu preduzetničku samoefikasnost kao celinu koja se sastoji od sledećih komponenti: inovacija, preuzimanja rizika, marketinga, upravljanja i finansijske kontrole. Anketirajući studente na tri poslovna studijska programa, ustanovili su da studenti preduzetništva imaju viši prosek preduzetničke samoefikasnosti u domenu marketinga, menadžmenta i u finansijskoj kontroli u odnosu na studente organizacijske psihologije i studente menadžmenta. Isti autori utvrđuju da osnivači preduzeća imaju veću preduzetničku samoefikasnost u inovacijama i preuzimanju rizika od onih koji nisu osnivači (Chen, Greene, & Crick, 1998).

Inovativnost se odnosi na način na koji pojedinci reaguju na novine u radnom okruženju u tehnologijama, komunikaciji i u ostalim bitnim sferama profesionalnog razvoja (Goldsmith & Foxall, 2003). Inovativnost se može smatrati kao globalna ili domenski specifična osobina ličnosti ili pak kao koncept ponašanja, poput prihvatanja novih proizvoda od strane potrošača. U različitim studijama ne postoji jedinstvena mera inovativnosti (Kerr, Kerr, & Xu, 2018). Ovo je osobina koja je takođe u većoj meri izražena kod preduzetnika nego kod menadžera i opšte populacije, i povezana je za visokom preduzetničkom samoefikasnošću (Kickul & Gundry, 2002)

Lokus kontrole predstavlja uverenje osobe o tome šta najviše doprinosi događajima u njenom vlastitom životu, odnosno mesto gde smešta odgovornost za ono što joj se događa, unutar nje same ili u spoljašnjim okolnostima. Osobe s unutrašnjim lokusom kontrole smatraju da vlastite odluke kontrolišu njihove živote, dok one sa spoljašnjim lokusom kontrole veruju da su glavni kontrolni činioци stvarnosti slučaj, sudbina ili sredinske okolnosti na koje ne mogu uticati. Roterova (Rotter, 1954) teorija socijalnog učenja prva je uvela koncept lokusa kontrole. Mnoga istraživanja su povezala unutrašnji lokus kontrole sa verovatnoćom bavljenja preduzetničkim poslovima (Perry, 1990; Shaver & Scott, 1991). Barik (Barrick, 2005) tvrdi da su specifične karakteristike poput tolerancije na rizik, potrebe za postignućem ili lokusa kontrole korisnije u predviđanju uspešnosti preduzetništva od Petofaktorskog modela. Kaliendo, Fosen i Kritikos (Caliendo, Fossen, & Kritikos, 2009) preispituju tu tvrdnju i zajedno s drugim istraživačima sugerišu da se osobine poput lokusa kontrole specifičnije odnose na odlučivanje na profesionalnom polju nego uopštene dimenzije ličnosti. Važno je napomenuti da je lokus kontrole kulturološki uslovljena osobina. Miler i Tomas (Mueller & Thomas, 2001) smatraju da zemlje s izraženijom individualističkom crtom (za razliku od kolektivističkih kultura) pokazuju veću sklonost ka unutrašnjem lokusu kontrole, te da ova uz inovativnost predstavlja stečenu ličnu osobinu. Mnogi istraživači smatraju da je unutrašnji lokus kontrole izraženiji u preduzetničkoj nego u opštoj populaciji. Levin i Rubenštajn (Levine & Rubenstein, 2017) navode rezultate svoje studije prema kojoj oni koji postanu samozaposleni pokazuju izraženiji unutrašnji lokus kontrole pre osnivanja svog preduzeća u odnosu na one koji su zaposleni kod drugih ili su samozaposleni u nekorporacijskim preduzećima. Slične rezultate u pogledu izraženog unutrašnjeg lokusa kontrole navode i

autori u drugim zemljama (Caliendo, Fossen, & Kritikos, 2014; Gürol & Atsan, 2006; Hansemark, 2003).

Potreba za postignućem odnosi se na želju pojedinca za značajnim postignućem, savladavanjem veština i postizanjem zahtevnih ciljeva. Istraživači pretpostavljaju da bi preduzetnici mogli imati visoku potrebu za postignućem, jer izgradnja preduzeća pokazuje individualne sposobnosti koje se teško usklađuju sa sistemom u kojem je odgovornost difuzna. Uz lokus kontrole, značaj potrebe za postignućem u preduzetništvu nalazi snažnu potporu u literaturi. Potreba za postignućem je koncept zasnovan na Mecklilandovoj (McClelland, 1985) „teoriji stečenih potreba“ i jedna je od dominantnijih motivacionih snaga koja utiče na aktivnosti u kontekstu radnog mesta. Mnogi istraživači otkrili su da velika potreba za postignućem predviđa ulazak u preduzetništvo (Frank, Lueger, & Korunka, 2007). Ova osobina je, međutim, takođe kulturološki uslovljena. Na primer, Miler i Tomas (Mueller & Thomas, 2001) otkrivaju da švajcarski preduzetnici imaju izraženiju potrebu za postignućem od američkih preduzetnika.

Stavovi prema riziku opisani su u literaturi kao preferencija rizika, tolerancija na rizik, averzija na rizik i sklonost ka riziku. Svaki od ovih koncepata rizika pokušava da odgovori na pitanje postoji li nešto u osobenosti pojedinca da uđe u rizične uslove preduzetništva i kakav je uticaj te osobine na postignute rezultate. Kilstrom i Lafont (Kilstrom & Laffont, 1979) razvijaju vrlo popularan teorijski model koji predviđa da će ljudi s najviše averzija prema riziku biti zaposleni, dok će oni s niskom averzijom postati preduzetnici. Iako je model vremenom pretrpeo neznatne promene, suština je ostala ista: individualna sklonost ka riziku može igrati kritičnu ulogu u odlučivanju o pokretanju vlastitog biznisa (Åstebro, Herz, Nanda, & Weber, 2014; Feng & Rauch, 2015). U više studija upoređivani su stavovi prema riziku preduzetnika i menadžera unutar istog industrijskog sektora, opšte populacije i drugih grupa preduzetnika s različitim nivoima veština i različitim vrstama motivacije i rezultati su nedvosmisleni: budući preduzetnici, kao i oni već realizovani, imaju relativno visoku toleranciju na rizik u odnosu na opštu populaciju (Hall & Woodward, 2010). Rezultati studija nisu tako nedvosmisleni kada su razlike između preduzetnika i menadžera u stavovima prema riziku u pitanju. Dok neke meta-analiitičke studije koje su se bavile transverzalnim podacima ukazuju na to da je sklonost ka riziku kod preduzetnika veća nego kod menadžera (Stewart & Roth, 2007), pregledna studija koja je analizirala podatke istraživanja gde su

korišćene projekтивne tehnike u prikupljanju podataka ukazuje na to da preduzetnici više izbegavaju rizik u odnosu na menadžere (Miner & Raju, 2004). Jedna studija istraživala je „mit o preduzetniku tolerantnom na rizik“, tako što je upoređivala odgovore više od 1000 preduzetnika početnika sa opštom populacijom u simuliranim situacijama koje se odnose na odluke o poslovnom ulaganju. Istraživači zaključuju da su preduzetnici znatno skloniji riziku od opšte populacije, sugerisući da pojedinci skloni riziku ulaze u vrlo rizične poduhvate, uglavnom zato što „ispunjenje identiteta“ i njihovu autonomiju cene više od bilo kakvih novčanih koristi. Ostali istraživači uzimaju u obzir heterogenost unutar preduzetničkih grupa, te tako Stjuart i Rot (Stewart & Roth, 2007), kao i Miner i Raju (Miner & Raju, 2004) otkrivaju da postoje velike razlike između preduzetnika čiji je osnovni cilj rast preduzetništva u odnosu na one čiji je fokus na ostvarivanju porodičnog dohotka. Studija u kojoj se od 1.526 nemačkih preduzetnika putem onlajn upitnika traži da naznače svoju spremnost za rizik pri ulaganju u „startap“ preduzeća, kao i da naznače iznos koji bi uložili u hipotetičku investicionu lutriju, otkriva da su preduzetnici koji su pokrenuti potencijalnim dobitcima (kao što je npr. ulaganje u lutriju), a ne nužno kreativnošću ili uštedom, najviše spremni da rizikuju (Block, Sandner, & Spiegel, 2015). Konačno, nije sasvim jasno da li se stavovi o riziku mogu odvojiti od nerealnog optimizma i prekomernog samopouzdanja, a ta razlika je od velikog značaja za pravilno tumačenje rezultata ovih studija (Parker, 2009).

Da li određene osobine predviđaju verovatnoću preduzetnika da postigne „uspešne“ rezultate u poslovanju?

Dok se istraživanja fokusirana oko odgovora na pitanje koje osobine predisponiraju osobu za nameru da pokrene sopstveno preduzeće češće zadržavaju u prostoru samog preduzetnika, uspeh je nedvosmisleno rezultanta većeg broja činilaca. Najveći broj teorijskih modela koji se tiču uspešnih preduzetnika odražavaju takav stav. U takve modele spadaju, na primer, teorija „4C“, komparativne teorije preduzetništva, kao i skup „10D“ osobina koje nudi Bajgrejv u svom modelu preduzetničkog procesa (Bygrave & Zacharakis, 2008).

Prema teoriji *Četiri C*, profil uspešnog preduzetnika se određuje analizom: njegovih *karakteristika* (eng. Characteristics) koje se odnose na psihološke osobine,

zatim njegovih *kompetencija* (eng. *Competencies*) koje podrazumevaju određene sposobnosti i veštine, *uslova* (eng. *Conditions*) koje se odnose na stanje u društvenom okruženju, i poslednje, kontekst (eng. *Context*) koji se tiče mikrookruženja koje pogoduje preduzetničkim funkcijama (prema: Pokrajac & Tomić, 2009). Dakle, pored faktora ličnosti, za uspeh je ključna i stimulativna sredina.

Sličan pristup neguje i teorija komparativnog preduzetništva. Prema ovoj teoriji, i ličnost i okruženje se posmatraju kroz dva obeležja: aktivno i pasivno, te od njihove interakcije zavisi uspeh ili neuspeh u preduzetničkom poslovanju (Ibid.).

Pokrajac i Tomić (2009) smatraju da modeli zasnovani na teoriji „4C“ i teoriji komparativnog preduzetništva značajno doprinose razumevanju preduzetništva kao dvofaznog (ličnost i okruženje) i dvodimenzionalnog (aktivno i pasivno prilagođavanje) procesa.

U svom modelu preduzetničkog procesa, Bajgrejv (Bygrave & Zacharakis, 2008) ističe kritične faktore koji pokreću razvoj poslovanja u svakoj fazi, među kojima su i preduzetničke osobine. On navodi da su preduzetničke osobine oblikovane ličnim atributima i okruženjem, a da su lični atributi karakteristike preduzetnika zbog kojih se oni razlikuju od nepreduzetnika. Bajgrejv nudi, takozvani, „10D“ model uspešnog preduzetnika u kome opisuje i ističe deset osobina uspešnog preduzetnika. Kao i u prethodno opisanim modelima, kombinacija tih osobina (u različitoj meri izraženih) dovodi do uspešnog poslovanja samo ukoliko postoji podsticajan društveni, ekonomski, politički i međunarodni ambijent. Deset osobina koje opisuje Bajgrejv (Bygrave & Zacharakis, 2008) uključuju:

- sklonost sanjarenju (*dream*), precizna vizija određenog poslovanja u budućnosti i spremnost da se ona realizuje;
- uverljivost (*decisiveness*), brzo donošenje odluka;
- tvorac je (*doer*), odluke se vrlo brzo ostvaruju u praksi;
- odlučnost (*determination*), retko odustajanje, istrajavanje u teškim izazovima;
- posvećenost (*dedication*) poslovanju i spremnost na žrtvovanje;
- odanost (*devotion*) poslovnim i prijateljskim odnosima (poslovnim partnerima) i spremnost da se pomogne kad je najteže;
- usmerenost na detalje (*details*), analitičnost;

- „krojač sudbine“ (*destiny*), ima kontrolu;
- novac je (*dollars*) mera njegovog uspeha, ali nije krajnji cilj, već sredstvo za povećanje poslovnog poduhvata;
- distributer je (*distribute*), spreman na delegiranje ovlašćenja ključnim saradnicima.

Ovaj model je značajan utoliko što kombinuje faktore ličnosti sa različitim fazama preduzetničkog procesa. Pa tako, dok su u fazi generacije ideje ključne osobine poput: orijentacije ka postignuću, lokus kontrole, tolerancija neizvesnosti, preuzimanja rizika, faza pokretanja biznisa zavisi od interakcije tih osobina sa ekonomskim (npr. gubitak posla), sociološkim i sredinskim faktorima. U narednim fazama poslovanja, međutim, od implementacije do punog organizacionog razvoja u fazi rasta, drugi lični atributi postaju važni, kao što su: vizija, liderstvo, preduzetnički duh, upravljačke veštine i posvećenost. Dodatno, model sugerise dinamički kvalitet ličnih atributa poduzetnika: odnosno, kako organizacija raste i postaje kompleksnija, menjaju se i obrasci ponašanja i razvijaju se dodatne veštine i sposobnosti preduzetnika (Bygrave & Zacharakis, 2008).

Osim pomenutih modela, Nasif, Gobril i Silva (Nassif, Ghobril, & Silva, 2010) daju pregled nekoliko značajnih istraživanja i sugestija koja doprinose razumevanju uspešnih preduzetnika. Recimo, značajan doprinos identifikaciji i razumevanju osobina i ponašanja koja preduzetnika dovode do uspeha daje i Mekliland (McClelland, 1985), te kroz svoja istraživanja izdvaja sledeće preduzetničke karakteristike: traženje prilika i inicijativa, prepoznavanje mogućnosti, podnošenje frustracije i snalaženje u stresnim situacijama, insistiranje na kvalitetu i efikasnosti posvećenost, postavljanje ciljeva, planiranje i sistematsko praćenje, moć ubeđivanja i dobra mreža kontakata, i nezavisnost. Timons (prema: Nassif, Ghobril, & Silva, 2010) dodaje da su osobine poput potrebe za realizacijom, sklonost preuzimanju (promišljenih) rizika i lokus kontrole (intenzivna želja da se kontroliše sopstvena sudbina), odlika većine uspešnih preduzetnika. Klerk i Arenius (prema: Nassif, Ghobril, & Silva, 2010) uočavaju vezu između ljudskog kapitala, tj. iskustva i razumevanja preduzetništva, i uspeha preduzetničke aktivnosti, te sugerisu da će oni koji su najbolje obrazovani i skloni ulaganju više resursa u razvijanje svojih sposobnosti biti skloniji i da iskoriste te prednosti kroz svoje preduzetničke aktivnosti, te na taj način biti i uspešniji. Bojgelsdijk i Norderhaven (prema: Nassif, Ghobril, & Silva, 2010), sproveli su istraživanje

u kom je učestvovalo 14.846 ispitanika i pokazali da se preduzetnici razlikuju od opšte populacije u brojnim karakteristikama, među kojima se posebno ističu preuzimanje (individualne) odgovornosti i ulaganje truda. Salim i Dornelas se slažu da uspešan preduzetnik ima sledeće karakteristike: preuzima rizike, identifikuje mogućnosti, razume poslovno polje, samoorganizovan je, donosi ispravne odluke, poseduje liderske veštine, dinamičan je, nezavisan, optimističan i ima dobar poslovni smisao, pri čemu Dornelas (prema: Nassif, Ghobril, & Silva, 2010) ovim atributima dodaje i posvećenost, traženje bogatstva, planiranje, društvenu vrednost i viziju budućnosti. Pregledom literature, dodatno, Filion (prema: Nassif, Ghobril, & Silva, 2010) zaključuje i da preduzetnici aktivno teže postizanju ciljeva, da razvijaju svoju upornost i kreativnost, kao i sposobnost prepoznavanja prilika i šansi za napredovanje, te da su oni agenti promena.

Zaključna razmatranja

U ovom radu je dat osvrt na neke od najznačajnijih teorijskih modela i meta-analičkih studija koje se bave razumevanjem tzv. „preduzetničke ličnosti“. Ipak, treba naglasiti da istraživanja o osobinama ličnosti preduzetnika zahtevaju jedan celovit pristup kojim se uzimaju u obzir znanja iz ekonomije, psihologije, sociologije i menadžmenta. Brojni konceptualni izazovi i metodološka ograničenja velikim delom su proistekli i iz činjenice da se svaka oblast bavi preduzetničkom ličnošću na svoj način i iz svog ugla, koristeći sebi svojstvenu metodologiju. Očekivano, takav nesklad je naveo pojedine istraživače na zaključak da karakteristike ličnosti imaju vrlo malo ili nimalo uticaja na (uspešno) preduzetničko poslovanje.

Pregled dosadašnjih istraživanja i teorijskih modela sugerise da je, za razumevanje osobina ličnosti uspešnih preduzetnika, pre svega, neophodno razdvojiti osobine koje će verovatnije imati uticaja na samu nameru da se preduzeće pokrene i osobine koje će omogućiti preduzetniku da uspešno posluje. Takođe, uticaj tih osobina se menja u zavisnosti od interakcije sa sredinskim faktorima.

Iako se ličnost ponovo vraća u fokus istraživanja preduzetništva, veliki broj nalaza još uvek više zbunjuje nego što informiše o specifičnim karakteristikama (uspešnih) preduzetnika. Ipak, pre nego što objašnjenje za ovu nedoslednost potražimo u Gartnerovim kritikama, važno je podsetiti se i da osobine ličnosti

treba posmatrati u kontekstu interakcije sa drugim ekonomskim, sredinskim i političkim faktorima. Bajgrejv (Bygrave & Zacharakis, 2008), na primer, sugerise da će lokalno okruženje imati veći uticaj na spremnost preduzetnika za otvaranje preduzeća, dok je dinamička priroda osobina ličnosti važnija za dalje uspešno poslovanje. Zao i saradnici (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010), ipak, zaključuju da ličnost objašnjava tek oko 10% varijanse uspešnog preduzetničkog poslovanja, te da skupu osobinskih faktora ne treba davati nepotrebnu težinu. Za razliku od osobina ličnosti, za određene kompetencije, poput socijalnih veština (Baron & Tang, 2009), otkriveno je da su povezane sa uspehom preduzetnika, a te se kompetencije mogu naučiti. Oni dalje sugerisu i da je plasiranje tradicionalne slike preduzetnika kao „preduzimača rizika“ ili „ekstroverta“ mogla uticati na to da neke osobe odustanu od pokretanja sopstvenog preduzeća iako bi možda bili uspešni u tome, te u tome vide i deo nedoslednih rezultata. Prilikom tumačenja nedoslednosti treba uzeti u obzir i razlike u samom definisanju preduzetničkog biznisa, imajući u vidu veličinu preduzeća, dužinu poslovanja, ali i same karakteristike preduzeća, naročito zbog toga što čak i neke poslovne jedinice koje nisu klasifikovane kao preduzetnički poduhvati, mogu da poseduju suštinske karakteristike preduzeća: inovativnost, potencijal za rast i jasne strateške ciljeve (Wickhaman, 2006).

Opisane nedoslednosti i brojne neuspele empirijske provere navode na zaključak da je teško opredeliti se za jedan ili najbolji teorijski pristup, te da je aktuelne teorijske okvire neophodno redefinisati u skladu sa postojećim empirijskim nalazima. Kako je za razumevanje same prirode preduzetničkih karakteristika neophodan multidisciplinarni pristup, moglo bi se reći da bi prvi korak ka formiranju jednog sistematičnog teorijskog okvira podrazumevao, pre svega, terminološku standardizaciju, te obezbeđivanje neometanog istraživačkog dijaloga (Kerr, Kerr, & Xu, 2018). Takođe, kako se pokazalo, postojeće teorije i teorijski modeli iz različitih disciplina, iako su se detaljno bavili razvojem koncepta „preduzetničke ličnosti“, i dalje obiluju nejasnoćama i nedoslednostima. Dakle, čini se i da bi postojeće teorije i/ili teorijski modeli trebalo da uključe i potencijalne moderatorske varijable, kao što je, na primer, vrsta preduzetničkog poslovanja. Preduzetnici su heterogena populacija, te bi bilo značajno teorijski razlikovati one koji se voljno odlučuju za preduzetničku karijeru i one koji su prisiljeni na tu karijeru, jer ne postoji druga mogućnost zapošljavanja. Opravdano bi bilo predložiti i jedan

empirijski zasnovan pristup, te redefinisati postojeće teorije na osnovu dosadašnjih rezultata.

Na kraju, u literaturi se već mogu naći i preporuke za relativno jednostavne intervencije kojima se može uticati i na osnovu kojih se dalje mogu razvijati neke od karakteristika koje se vezuju za preduzetnički uspeh (Rauch, 2014). U tom smislu, jasnije razumevanje specifičnih karakteristika preduzetnika i njihove heterogenosti može pomoći boljem prilagođavanju potencijalnih preduzetnika okruženju koje je najusklađenije sa njihovim osobinama.

IZJAVA

Autori su svojim izjavama potvrdili nepostojanje bilo kakvog sukoba interesa.

LITERATURA

- Antončić, B., Bratković Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A.F. (2015). The big five personality – entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819-841.
- Åstebro, T., Herz, H., Nanda, R., & Weber, R.A. (2014). Seeking the roots of entrepreneurship: Insights from behavioral economics. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 49-70.
- Baron, R. A. (2007). Entrepreneurship: A process perspective. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: (24-40). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Baron, R.A., & Tang, J. (2009). Entrepreneurs' social skills and new venture performance: Mediating mechanisms and cultural generality. *Journal of Management*, 35(2), 282-306.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Freeman: New York.
- Barrick, M.R. (2005). Yes, personality matters: Moving on to more important matters. *Human Performance*, 18(4), 359-372.
- Baum, J. R., & Locke, E.A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to new venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Block, J., Sandner, P., & Spiegel, F. (2015). How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation and procedural utility. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 183-206.
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2008). *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons, Inc.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs—new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.
- Caliendo, M., Fossen, F.M., & Kritikos, A.S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787-814.
- Cassar, G., & Friedman, H. (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 241–260.
- Centar za visoke ekonomske studije (CEVES). (2014). *Preduzetništvo u Srbiji: nužda ili prilika?* Beograd: CEVES.
- Chen, C.C., Greene, P.G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Collins, C.J., Hanges, P.J., & Locke, E.A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17, 95–117.
- Costa, P.T., & McCrae, R.R. (1992). *NEO PI-R Professional Manual*. Psychological Assessment Resources: Odessa, FL.
- Envic, B.R., & Langford, M. (2000). The five-factor model of personality: Assessing entrepreneurs and managers. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6(1), 6-17.
- Feng, Y., & Rauch, J.E. (2015). *The Impact of Entrepreneurial Risk Aversion on Wages in General Equilibrium*. NBER Working Paper 20992.
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business startup intentions, startup realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227-251.
- Goldsmith, R.E., & Foxall, G.R. (2003). The measurement of innovativeness. In Shavinina, L.V. (Ed.), *The International Handbook of Innovation* (321-328). Oxford, UK: Elsevier Science.
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*, 48(1), 25-38.
- Hall, R.E., & Woodward, S.E. (2010). The burden of non-diversifiable risk on entrepreneurship. *American Economic Review*, 100(3), 1163-1194.
- Hansemark, O.C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business startups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24, 301-319.
- Kerr, S.P., Kerr, W.R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: a review of recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356.
- Khilstrom, R., & Laffont, J.J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87, 719-748.
- Kickul, J., & Gundry, L. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85-97.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15: 411-432.
- Lent, R.W., & Hackett, G. (1987). Career self-efficacy: Empirical status and future directions. *Journal of Vocational Behavior*, 30, 347-382.

- Levine, R., & Rubenstein, Y. (2017). Smart and illicit. Who becomes an entrepreneur and do they earn more? *Quarterly Journal of Economics*, 132(2), 963-1018.
- Luszczynska, A., Scholz, U., & Schwarzer, R. (2005). The general self-efficacy scale: Multicultural validation studies. *The Journal of Psychology*, 139(5), 439-457.
- McClelland, D.C. (1985). *Human Motivation*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- Miner, J.B., & Raju, N.N. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology*, 89, 3-13.
- Mueller, S.L., & Thomas, A.S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Nassif, V.M.J., Ghobril, A.N., & Silva, N.S.D. (2010). Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach. *BAR-Brazilian Administration Review*, 7(2), 213-226.
- Parker, S.C. (2009). *The Economics of Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge, UK: University Press.
- Perry, C. (1990). After further sightings of the Heffalump. *Journal of Managerial Psychology*, 5, 22-31.
- Pokrajac, S., & Tomić, D. (2009). Preduzetnici kao ključni činioci stvaranja preduzetničkog društva. *Škola biznisa*, 2, 3-15.
- Rauch, A. (2014). Predictions of entrepreneurial behavior: A personality approach. In E. Chell & M. Karatas-Ozkan (Eds.) *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship* (165-183). Edward Elgar, London, UK.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: (41-65). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rotter, J.B. (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shaver, K.G., & Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23-45.
- Stewart, W.H., & Roth, P.L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401-421.
- Stajkovic, A.D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240-261.
- Wickham, P. (2006). *Strategic Entrepreneurship*. 4th ed. London: Financial Times/Prentice-Hall.
- Zhao, H., & Seibert, S.E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G.T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.

Kontakt

Jelena Sokić, Fakultet za sport i turizam,
Radnička 30a, Novi Sad,
E-mail: jelena.sokic@tims.edu.rs

Stanislava Popov, Fakultet za sport i turizam,
Radnička 30a, Novi Sad,
E-mail: stanislava.popov@tims.edu.rs

Datum prijave: 08.11.2019.

Datum prihvatanja: 17.12.2019.