

**dr Maja Ćosić,**  
Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd  
UDK 338.48-44(497.113-22)

## POKRETANJE PREDUZETNIČKOG PODUHVATA NA PRIMERU SEOSKOG TURISTIČKOG DOMAĆINSTVA „NANA“ U NOĆAJU

### LAUNCHING BUSINESS IN RURAL ENVIRONMENT – FARM STAY HOLIDAYS “NANA”, NOCAJ

**Apstrakt:** Pokretanje i razvoj novog biznisa je proces koji započinje definisanjem i istraživanjem poslovne ideje, uočavanjem šanse, a zatim zahteva obezbeđivanje finansijskih sredstava i pronalaženje partnera, ulazak u preduzetništvo i kasniji razvoj poslovanja. U ruralnom okruženju su poslovne šanse ograničene, kvalifikovane radne snage nedostaje, a izgradnja i ulazak u lokalne mreže su teži u odnosu na urbane sredine. Ruralne oblasti, kao što je ona na kojoj se nalazi seosko domaćinstvo “Noćaj”, su u blizini glavnih tržišta domaćih turista, što je jedna od prednosti za pokretanje preduzetničkog poduhvata u turizmu. Pored toga, zahtevi turista su danas usmereni ka zdravoj hrani, kulturnim sadržajima, kratkim odmorima, što seoskom turističkom domaćinstvu “Nana” pruža mogućnost za dalji razvoj, uz odgovarajuću politiku države i selektivne mere turističke politike za podršku razvoju seoskog turizma.

**Ključne reči:** preduzetništvo, fondovi, pokretanje biznisa, ruralno okruženje, Noćaj

**Abstract:** Initiating and expanding business is a process which starts with defining business ideas and making related research, seeking opportunities in order to eventually raise funds along with finding partnerships, embarking on enterprise followed by business development. In rural environment, business opportunities are limited, qualified workforce is scarce, whereas networking and participating in local systems are less facilitated than in urban zones. Rural areas such as the one located around the farm of “Noćaj” are in the vicinity of the main domestic tourism markets, which is one of the assets for launching business enterprise in tourism. In addition, tourist demands are oriented towards whole some nutrition, cultural offer, short stays, creating opportunities for further development of farm stay holidays at “Nana” estate in accordance with the state policies and targeted measures for supporting the development of rural tourism within the tourist industry.

**Keywords:** entrepreneurship, funds, launching business, rural environment, Noćaj



## Uvod

U velikom broju destinacija, turizam je postao osnova i zamajac ekonomskog rasta. Cilj ovog rada je da se, na primeru dobre poslovne prakse, ukaže na mogućnosti ulaska na tržište kroz pokretanje preduzetničkog poduhvata, koristeći savremene trendove na strani turističke tražnje. Ukazuje se na najvažnije aspekte i korake u pokretanju novog biznisa u ruralnom okruženju, kao i na probleme koji se tom prilikom mogu pojaviti. Posebno se analiziraju problemi u mikrofinansiranju ženskog preduzetništva, kao i mogućnosti finansiranja *start up* preduzetničkih poduhvata u turizmu, na primeru seoskog turističkog domaćinstva "Nana" u Noćaju.

### Faze u pokretanju biznisa

Pokretanje i razvoj biznisa zahtevaju duže vreme da se početne poslovne ideje definišu i istraže, obezbede finansijska sredstva i pronađu partneri, pri čemu se ideje mogu znatno usavršiti pre nego što biznis započne. Pokretanje svakog novog biznisa predstavlja jedinstven događaj. Okolnosti koje doprinose uspehu se teško definišu i mogu da budu različite za svakog pojedinačnog preduzetnika. Ne postoji jedinstvena formula uspeha što znači da ono što je pomoglo jednom preduzetniku, možda neće pomoći drugom.

Proces pokretanja biznisa se sastoji od nekoliko osnovnih faza koje same po sebi predstavljaju zasebne procese (Deakins, Freel, 2012):

- definisanje ideje,
- uočavanje šanse ili prilike za pokretanje novog biznisa ili za značajnije unapređenje pozicije postojećeg biznisa,
- planiranje i priprema pre početka poslovanja, uključujući probno testiranje,
- ulazak u preduzetništvo,
- započinjanje i kasniji razvoj poslovanja.

Na procese koji se odvijaju u svakoj od ovih faza utiče nekoliko faktora koji mogu

podstaci dalji razvoj ili pak imati negativan uticaj i eventualno navesti preduzetnika na odustajanje od datog procesa. Ti faktori obuhvataju, pre svega, prirodu lokalnog okruženja, kao i lokalnu kulturu, pristup finasijskim sredstvima, razvijenost lokalne mreže za podršku, uzore i institucionalnu podršku preduzetništvu. U praksi, na svaku pojedinačnu fazu utiče veliki broj faktora, kao što su: psihološki profil preduzetnika, mentalni procesi i lične karakteristike (upornost, istrajnost u prevazilaženju prepreka i smetnji).

Prilikom definisanja poslovne ideje u turizmu potrebno je istražiti i razumeti sve aspekte turističkog poslovanja kako bi se odabrala najbolja opcija i kasnije preduzeo preduzetnički poduhvat. Definisane ideje nije stvar inspiracije i srećnih okolnosti, već dobrog i ozbiljnog promišljanja u vezi sa vrstom i načinom poslovanja. Do dobrih poslovnih ideja može se doći preko umetnosti i zanata, kroz lično iskustvo ili preko hobija i sportova, nastavljanja porodične tradicije i sl.

Na **oblikovanje poslovne ideje** utiče ranije iskustvo, akumulacija znanja, veština, individualna obuka, obrazovanje i veštine preduzetnika, kao i prepoznavanje mogućnosti da se pojedini turistički proizvodi, usluge ili procesi bolje kreiraju, isporuče i sprovedu, da se nađe bolje rešenje od postojećeg. Prethodno iskustvo ima značajnu ulogu i može biti odlučujući faktor kada je u pitanju odobravanje zajmova preduzetnicima od strane finasijskih institucija. Mlade preduzetnike odlikuje ograničen ljudski kapital (akumulacija znanja, iskustva i veština), što sužava mogućnosti za razvoj ideja, pa obrazovanje dobija značajnu ulogu u obezbeđivanju povoljnog okruženja za definisanje ideja. Mladost može da bude i prednost, jer se smatra da su mladi preduzetnici (do 30 godina) spremniji da isprobaju različite ideje i imaju drugačiji pristup poslovnim šansama, pokazuju veću spremnost za prihvatanje rizika i strategija povezanih sa inovacijom i poslovnim rastom, što je uslovljeno većom ambicijom, pogotovo preduzetnika druge generacije koji nasleđuju i žele da prevazi-

đu svoje roditelje. Na definisanje ideja će u ovom slučaju uticati obrazovanje i rana obuka. Obrazovanje bi trebalo da pruži scenarije koji podstiču kreativnost, razmišljanje u više pravaca i rešavanje problema.

**Kreativnost** je važan deo menadžmenta koji utiče na definisanje ideja. Za kreativno razmišljanje iz kojeg može proizaći definisanje ideja važno je stvaranje pravog okruženja, okolnosti i tima pojedinaca. Prema Klegu (Clegg, 1999) kreativnost je sposobnost povezivanja do tada nepovezanih stvari i ideja. Kreativni pojedinac razmišlja u više pravaca, a ne verifikalno (definisanje problema na samo jedan način), uočava mnogo divergentnih mogućnosti i koristi maštu umesto logike.

**Uočavanje šanse ili prilike** je proces koji sledi nakon definisanja ideje. Preduzetništvo i preduzetnička aktivnost se zasnivaju na identifikovanju i stvaranju šanse, a zatim na korišćenju resursa za planiranje i korišćenje te šanse. Dejvid Rej (Rae, 2007) ovaj proces označava kao »preduzetništvo usredsređeno na šansu« za koje tvrdi da je bazirano na četiri međusobno povezana aspekta: preduzimanje akcije u skladu sa šansom, ličnu preduzimljivost, stvaranje i istraživanje šanse i planiranje realizacije šanse.

Preduzetnička šansa (prilika) se može odnositi na:

- prazninu na tržištu proizvoda ili usluga koju prave oni koji na njemu posluju,
- neusaglašenost proizvoda ili usluga koji postoje na tržištu sa potrebama i željama potrošača,
- povoljan skup okolnosti koji stvara potrebu za novim ili značajnije unapređenim proizvodima ili uslugama ili biznisima,
- šansu da se nešto radi na drugačiji i bolji način od onoga na koji se to čini u datom momentu,
- razliku između onoga što je raspoloživo na tržištu i onoga što je moguće.

Preduzetnička prilika treba da bude privlačna na turističkom tržištu, pravovremena, trajna, odnosno održiva i vezana za turističke proizvode i usluge koji imaju novu ili povećanu vrednost za potrošače.

Pretvaranje poslovne ideje u šansu je ključan element procesa kreiranja biznisa i zahteva usklađenost velikog broja elemenata: povoljno ekonomsko okruženje, povoljnu kulturu za preuzimanje rizika, samopouzdanje preduzetnika da realizuje ideju zasnovanu na poslovnoj šansi. Sve veća briga o okruženju stvara nove šanse za »zeleni« ili ekoturizam. Pokretanje preduzetničkog biznisa, kao što će u narednom delu rada biti prikazano na primeru seoskog turističkog domaćinstva »Nana«, bazira se na pružanju usluga u privatnom domaćinstvu, u oblasti ruralnog turizma, a uz proizvodnju domaće hrane koja se servira turistima, aktiviranje starih zanata, proizvodnju suvenira i kreiranje interaktivnih turističkih proizvoda, organizaciju umetničkih, književnih i drugih radionica namenjenih deci i odraslima. Na ovom primeru, pokreću se i daju delimični odgovori na pitanje na koji način pokrenuti porodični biznis baziran na privatnoj imovini uz ostvarivanje principa održivosti na duži rok.

Uspešno pokretanje novog biznisa zahteva istraživanje i prikupljanje informacija kako bi se kreirala odgovarajuća ulazna strategija, pribavila finansijska sredstva i obezbedio socijalni kapital. Jedan od glavnih razloga propadanja novih poslovnih poduhvata u turizmu je manjak kapitala, ali i nedovoljna istraženost konkurencije i tržišta kupca. Za pokretanje preduzetničke aktivnosti važan je i socijalni kapital, odnosno resursi, poverenje, podrška i saveti koje pružaju porodične i društvene mreže. Za ulazak na turističko tržište veoma je važno vreme, odnosno izbor trenutka tajming. Preuranjen ulazak na tržište može rezultirati nedovoljnim brojem kupaca za isplativost investicija. Razvoj ulazne strategije i strategije u ranoj fazi poslovanja su važni aspekti započinjanja novog biznisa.

Osim sticanja kredibiliteta, u ranoj fazi ulaska na tržište i ulogova novih poslovnih poduhvata, važnu ulogu može imati izgradnja mreža, kroz kontakte koje imaju angažovani iskusni preduzetnici ili kroz izgradnju sopstvenih mreža, kako bi se prodrlo na



nova tržišta tokom rane faze razvoja novog biznisa. U fazi nakon ulaska na tržište, ne treba zanemariti način pristupa novčanim tokovima i drugim oblastima koje novi preduzetnici zbog neiskustva i naivnosti mogu zanemariti.

### Specifičnosti pokretanja biznisa u ruralnom okruženju

Pokretanje biznisa u ruralnom okruženju se razlikuje od pokretanja biznisa u urbanom okruženju. Po pravilu, nešto je teže pokrenuti biznis u ruralnom okruženju, jer se pretpostavlja da su poslovne šanse ograničene, a priroda infrastrukture može značiti manjak resursa u vidu kvalifikovane radne snage, demografskih odlika, suočavanja sa problemom iseljavanja mladih ljudi. U ruralnom okruženju je objektivno teže izgraditi lokalne poslovne mreže. Izbor okruženja u kome će se pokrenuti biznis može zavisiti i od prirode pojedinačnih preduzetnika. Ruralno okruženje može biti interesantno i privlačno za pokretanje biznisa onim preduzetnicima koji smatraju da je kvalitet života u tom okruženju viši. Da bi se ostvario značajniji rast na lokalnim tržištima, neohodno je, u ranoj fazi razvoja preduzetništva, razviti posebne, inventivne strategije rasta (Vaesen, Keeble, 1995).

S obzirom na to da je u ruralnom okruženju poslovna aktivnost manje koncentrisana nego u urbanom okruženju, lakše je utvrditi obrasce aktivnosti. Ruralne oblasti su po pravilu udaljene od glavnih tržišta i glavnih centara poslovne aktivnosti, imaju manji broj stanovnika i manju gustinu naseljenosti, slabiju infrastrukturu, manja lokalna tržišta, visoke troškove nabavke i skladištenja sirovina, što ukazuje na to da ključni resursi u ruralnim oblastima nisu lako dostupni. Imajući u vidu prethodne konstatacije, potrebno je razmotriti načine za prevazilaženje navedenih prepreka. Sve zastupljeniji trend pokretanja novog biznisa u oblasti turizma u ruralnim sredinama, najpre se može pripisati percipiranom kvalitetu života na selu, od-

nosno promenama u životnom stilu preduzetnika. Iz prirode ruralnog preduzetništva proizilaze i posebne implikacije na razvojnu politiku države, selektivnu kada su u pitanju mere podrške razvoju preduzetništva u ruralnim za razliku od urbanih oblasti.

### Iskustvo seoskog domaćinstva »Nana« u ulasku na turističko tržište

Žensko preduzetništvo u Srbiji ima veliki potencijal za samozapošljavanje u turizmu. Kako bi se ovaj resurs iskoristio, pored kreativnosti u definisanju poslovne ideje, oblikovanja ideje i korišćenja preduzetničke šanse, neophodna je finansijska podrška kroz različite izvore finansiranja *start-up* projekata, lakši pristup tim izvorima, kao i povoljniji uslovi kod investitora (banaka) u vidu dužih perioda otplate i povoljnijih kamatnih stopa. Mreže za podršku ženskom preduzetništvu, kao što su one koje se kreiraju kroz Privrednu komoru Srbije i Udruženje poslovnih žena, mogu imati značajnu savetodavnu i edukativnu ulogu u početnim fazama započinjanja preduzetničkog poduhvata. Budući da tradicionalni izvori finansiranja kroz bankarske uslove i pristup njihovim finansijskim sredstvima nisu povoljni niti lako dostupni mikro, malim i srednjim preduzećima, pristup izvorima finansiranja za žene koje pokreću sopstveni biznis u turizmu, nije ni malo jednostavan. Činjenica je da veoma mali broj mikro, malih i srednjih preduzetnika, kojih je u turizmu Srbije najveći broj, ima pristup bankarskim kreditima, što znači da najveći broj preduzetnika u turizmu koji pokreću i razvijaju svoj biznis, moraju da traže alternativne načine za pokretanje sopstvenog biznisa i njegov razvoj. Upravo je na državi i njenim organima da omoguće pre svega zakonsku regulativu, kojom će kroz oblike alternativnih izvora finansiranja finansirati početničke preduzetničke ideje ili podržati one koje se već realizuju. Mikrofinansiranje i lakši pristup novim izvorima finansiranja usaglašenim sa potrebama i mogućnostima preduzetnika podstaklo bi

razvoj privredne aktivnosti, otvaranje novih radnih mesta i smanjenje siromaštva. Postojeći modeli mikrofinansiranja i finansiranja *start up preduzetničkih poduhvata* u turizmu još uvek ne omogućavaju efikasno funkcionisanje i zadovoljenje tražnje za mikro-kreditima privrednih subjekata i stanovništva. Stoga je neophodan odgovarajući regulatorni oblik koji bi kroz institucionalnu i finansijsku podršku postao efikasan podsticaj razvoju ženskog preduzetništva u turizmu Republike Srbije. Svakako, pored obezbeđivanja povoljnih početnih uslova za ulazak na tržište, potrebno je obezbediti i podršku u svim daljim fazama razvoja ženskog preduzetništva u turizmu.

Seosko domaćinstvo »Nana« se nalazi na jugu Vojvodine, u selu Noćaj na severu Mačve. Prostire se na površini od pola hektara i sadrži dve porodične kuće, čardak, ambar, ekonomsko dvorište, voćnjake i baštu. Atmosfera je salašarska, budući da se nalazi na samom obodu sela, među atarima. Kategorisano je sa 3 zvezdice i trenutno raspolaže sa tri tematski dizajnirane sobe i ukupno četiri ležaja. Jedna soba nosi naziv „Soba sunca“, jer je u njoj najlepši izlazak sunca, druga je „Soba snova“ i nju krase slike našeg velikog slikara Tonija Anušića koja tematizuje san žene, dok treća soba nosi ime „Lavanda“. Sve tri sobe objedinjuje „Nanin zeleni salon za čaj“ u kome se održavaju čajanke praćene tematskom muzikom, razgovorom o književnosti, umetnosti i sl.

Lokacija na kojoj se nalazi je jedna od najvećih prednosti ovog domaćinstva. Od drevnog Sirmijuma, današnje Sremske Mitrovice „Nana“ je udaljena desetak kilometara, a od centra sela nekoliko stotina metara. Praktično, poseduje sve uslove neophodne za savremeni život, a opet je i dovoljno daleko da je potpuno zaštićena od svakodnevnih buke i vreve. U njenoj neposrednoj blizini nalaze se i termalni bazeni a još bliže, tako da se nje stiže atarskim putem, peške ili »Naninim« biciklom, je i bara Zasavica, specijalni rezervat prirode. Zbog specifičnosti geografskog položaja i preplitanja različitih kultura, u „Nani“ se ukrštaju tradicional-

na vojvođanska i mačvanska gastronomija. Nezaobilazni nedeljni rinflajš, šnenokle, vanilice i šapice, samo su neki od specijaliteta spravljenih po tradicionalnoj recepturi od namirnica iz domaće radinosti. Odnegovana tako da oživi sećanje na detinjstvo, „Nana“ dočekuje goste u periodu od maja do oktobra, pričajući uvek iznova svoju priču. Preduzetnički poduhvat je, dakle, baziran na autentičnom proizvodu koji se plasira na porodičnom imanju, na osnovu sopstvenih sredstava, koja su za sam početak bila dovoljna, ali ne i za dalje faze napredovanja i razvoja biznisa. »Nana« nije ostvarivala prihode koji bi bili dovoljni za proširenje planiranog obima i asortimana usluga u skladu sa zahtevima savremenih turista i željom i planovima vlasnika da im izađu u susret.

»Nana« je u vlasništvu četiri žene, majke sa tri kćeri, te je praktično reč o pokretanju porodičnog biznisa, odnosno ženskog preduzetništva porodice Savić iz Noćaja. Inicijativu za pokretanje biznisa je dala Svetlana Savić, diplomirani filolog i profesor književnosti, sa ciljem da sačuva uspomenu na pretke, tradiciju i običaje. Takođe, jedan od razloga je i stvaranje dodatnog prihoda kako bi se domaćinstvo zaštitilo od propadanja i bilo mesto okupljanja ljudi te tako ponovo »oživelo«. Možda i najvažniji razlog leži u želji da se kroz pokretanje preduzetničkog biznisa ostvari samozapošljavanje. Seosko domaćinstvo »Nana« je kategorisano 2017. godine, a 2019. godine ušlo je u sistem vaučera Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, što je doprinelo porastu broja noćenja. Broj noćenja je već za godinu dana utrostručen. Gosti su tranzitni turisti (uglavnom stranci) koji ostaju jednu noć, kao i turisti iz Novog Sada i Beograda koji se odluče da provedu vikend na mirnom mestu, daleko od gradske vreve.

„Nana“ nije samo salaš – na imanju u Noćaju organizuju se kreativne radionice za decu, obrađuju se književna dela. U okviru „Nane“ postoji mini biblioteka sa fondom od oko 500 knjiga koje su takođe namenjene gostima. U „Nani“ se jednom nedeljno organizuju radionice u okviru ta-



kozване letnje škole. Radionice su namenjene deci uzrasta od 8 do 12 godina, a u okviru njih se uglavnom obrađuju književna dela, crta, slika, uči o narodnoj tradiciji i na taj način se ona čuva od zaborava. U »Nani« se sve namirnice kupuju kod lokalnih snabdevača. To znači i da je seosko gazdinstvo „Nana“ motor privrednog razvoja svoje lokalne zajednice.

Izvori finansiranja su sopstveni i to je ono što predstavlja najveći problem. Predpristupni fondovi EU pružaju tu mogućnost, ali najveći problem je predfinansiranje. U budućnosti se planira rešavanje problema obezbeđenja finansijskih sredstava koja će biti uložena u adaptaciju sale za prijem organizovanih grupa gostiju, uvođenje dodatnih sadržaja i povećanje broja ležaja s obzirom na to da ih trenutno ima samo četiri, što je nedovoljno. Velika podrška za ovaj poslovni poduhvat dobijena je od Turističke organizacije Grada Sremska Mitrovica, Agencije za ruralni razvoj, Grada Sremske Mitrovice, odnosno savetnika za turizam, ali i familije, prijatelja, komšija koji su u velikoj meri doprineli da „Nana“ zaživi i dalje raste.

Izvori finansiranja *start up* projekta mogu biti i različiti konkursi, grantovi, nagrade i subvencije. Postoje različite organizacije koje daju mogućnost finansiranja preduzetničkih poduhvata, pri čemu najčešće postavljaju kao osnovni zahtev da se tematski preduzetnički projekat uklapa u domen i aspekt kojim se bave. Veliki broj tih organizacija čak daje i bespovratna sredstva. Grantove daju i vladine i nevladine organizacije i institucije, društveno odgovorne firme, banke, ambasade stranih zemalja itd. Vlasnica „Nane“ je jedna od 15 žena kojima je dodeljen mikro grant u okviru projekta *ONAsnaživanje* čiji je nosilac Fond B92. Ovaj projekat sprovodi se u partnerstvu sa Smart Kolektivom i udruženjem Dobra bašta, uz finansijsku podršku Fonda Ujedinjenih nacija za zastavljanje nasilja nad ženama. Konkurs je bio namenjen ženama sa teritorije Srema, Zapadnog Banata i Zapadne Bačke. U sam naziv konkursa utkana je snažna poruka – osnažiti žene i podstaći ih na samostalno

preduzetništvo. Još uvek postoji izvesna neravnopravnost polova, što je jače izraženo u ruralnim sredinama, koje duže čuvaju tradiciju i sporije napuštaju ustaljene kodekse i obrasce ponašanja. Čak i ako su u određenom domaćinstvu poslovi ravnopravno podeljeni, vrlo retko je žena vlasnik poljoprivrednog gazdinstva.

Poslovnom idejom obezbeđena su sredstva u visini od 250.000 dinara koja omogućavaju da se ideja i realizuje. Konkurs za ekonomsko osnaživanje žena, na koji je aplicirano sa biznis planom za nabavku tehničkih resursa neophodnih za modernizaciju procesa proizvodnje domaćih proizvoda koji se plasiraju i u okviru seoskog turizma, odnosno seoskog domaćinstva „Nana“ (*Guest house Nana*) kojim se u Noćaju bave od 2017. godine, višestruko je značajan. Sa ekonomskog aspekta, doprinosi poboljšanju uslova rada i otvara mogućnosti za proširenje proizvodnje, pa time i za samozapošljavanje.

## Zaključak

Preduzimanje preduzetničkog poduhvata u pokretanju porodičnog biznisa u ruralnom okruženju zahteva specifičan pristup u odnosu na urbano okruženje. Vlasnici porodičnog seoskog domaćinstva „Nana“ su u pokretanju biznisa sledili inovativnu ideju i prepoznali priliku na turističkom tržištu koja proizilazi iz zahteva za „zelenim proizvodima“ i boravkom u ruralnom okruženju tokom kratkih odmora, u destinaciji koja je u neposrednoj blizini velikih gradskih centara – Beograda, Novog Sada i Sremske Mitrovice. Problemi koji se u početnoj fazi ulaska na tržište pojavljuju pred novim, mladim preduzetnicima su, pre svega, izvori finansiranja i pristupi fondovima EU. Uz prevazilaženje navedenog problema ulazak i opstanak na tržištu mogu biti obezbeđeni i ostvareni ciljevi poslovanja, od samozapošljavanja, očuvanja porodičnog domaćinstva i u širem kontekstu povećanje konkurentnosti u turizmu kroz obogaćivanje turističke ponude destinacije na kojoj se posluje.

### **Literatura**

Clegg, B., Creativity and Innovation for Managers, Butterworth-Heinemann; Oxford, 1999

Rae, D., Entrepreneurship: From Opportunity to Action, Pilgrave Macmillan, Basingstoke, 2007

Vaessen, P, Keeble, D, Growth-oriented SMEs in unfavourable regional environments, Regional Studies, vol.29, no4, 1995

Deakins, D., Freel, M., Preduzetništvo i male firme, Data Status, Beograd, 2012