

ANALIZA MOTIVACIONIH FAKTORA PREDUZETNIČKOG DJELOVANJA I STARTANJA BIZNISA MLADIH U BOSNI I HERCEGOVINI

ANALYSIS OF THE MOTIVATIONAL FACTORS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AND STARTING UP A BUSINESS OF THE YOUTH IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Dino Arnaut*
Samir Smailbegović**

SAŽETAK

Motivacija za preduzetničko djelovanje razlikuje se od osobe do osobe te, također, ovisi o okruženju u kojem se želi djelovati preduzetnički. Mladi u Bosni i Hercegovini uglavnom su opterećeni finansijskim aspektom poslovanja i započinjanja posla, kao i strahom od neuspjeha. To pokazuje da mladi misle da je neuspjeh neizbježan, posebno ako financiranje nije planirano naprijed. Stavljajući na jednu stranu te aspekte, htjeli smo analizirati one motivirajuće faktore koji tjeraju mlade prema preduzetničkoj akciji bez obzira na probleme i prepreke koje imaju kada započinju vlastiti posao. Analiza procjene preferencija preduzetničkih motivacijskih faktora mladih napravljena je pomoću Likertove skale na sedam najčešćih motivacijskih faktora za započinjanje vlastitog biznisa. Budući da je Bosna i Hercegovina društvo pod utjecajem djelovanja iz nužde a ne prilike, nije neobično da u ovom radu vidimo da je težnja za zaradom novca glavni pokretač tendencije mladih da djeluju preduzetnički uglavnom zbog toga što ih okruženje potiče da osiguraju svoju egzistenciju. Razumijevanje preduzetničke motivacije mladih od ključnog je značaja za pomoć mladima u razvoju odgovarajućih preduzetničkih atributa i ponašanja, kao i za prihvatanje preduzetničkog djelovanja kao karijere a ne samo kao nužnost.

Ključne riječi: preduzetništvo, preduzetništvo mladih, motivacijski faktori, društvo pod utjecajem nužnosti, Bosna i Hercegovina

SUMMARY

Motivation for acting entrepreneurial is different from person to person and it also depends of environment in which one wants to act entrepreneurially. Youth in Bosnia and Herzegovina is mostly burdened with financial aspect of doing and starting a business as well as fear of failure. This shows that youth thinks that failure is inevitable especially if financing is not planned ahead. Putting those on one side we wanted to analyse what are motivational factors that drive youth toward entrepreneurial action regardless of problems and barriers they have when starting their own business. Analysis evaluating youth' preferences of motivating factors for entrepreneurship was done using Likert scale on seven most common motivational factors to start own business. Since Bosnia and Herzegovina is a necessity driven society, it is not unusual that we see in this paper that aspiration to earn more money is main driver of youth tendency to act entrepreneurially mainly because the environment pushes them toward providing for their existence. Understanding entrepreneurial motivation

* - *Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici*

** - *Kliniken Schmieder, Njemačka*

of youth is crucial to help young people to develop adequate entrepreneurial attributes and behaviour as well as to embrace entrepreneurship as a career option not just as necessity entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, youth entrepreneurship, motivational factors, necessity driven society, Bosnia and Herzegovina

UVOD

Postoje različiti razlozi zbog kojih se mladi odlučuju za pokretanje biznisa, a koji se odnose na njihove životne okolnosti, njihove lične stavove, preferencije i ciljeve, kao i njihove posebne interese i individualne prednosti i sange. Prepoznavanje ovih razloga je presudno za razumijevanje i podsticanje preduzetništva mladih.

Studija Globalnog preduzetničkog monitora (GEM - Global Entrepreneurship Monitor) razlikuje preduzetništvo motivisano prilikama i preduzetništvo motivisano nuždom. Preduzetništvo je uslovljeno ekonomskom neophodnošću (preduzetništvo iz nužde) kada ne postoji druga alternativa za stvaranje prihoda ili za život. Prema GEM studiji, nivoi preduzetništva iz nužde u zemlji su povezani sa faktorima kao što su niski porezni prihodi kao procenat BDPa, niži nivoi učešća u sekundarnom i tercijarnom obrazovanju kao i visok nivo dispariteta dohotka i nizak nivo socijalne sigurnosti (GEM, 2014). Zato mladi u zemljama u razvoju i zemljama sa niskim dohotkom imaju tendenciju da djeluju preduzetnički i da započnu vlastiti biznis iz ekonomske nužde, a najčešće zbog nedostatka mogućnosti za zapošljavanje kao i potrebe za dopunjavanjem prihoda domaćinstva i prevazilaženja siromaštva (GEM, 2014:10; Chigunta, 2002; Kambewa, 2001).

Suprotno tome, preduzetništvo koje se temelji na prepoznavanju prilika odnosi se na preduzetništvo koje je rezultat želje da se

ostvari percipirana poslovna prilika, što nije jedina opcija za stvaranje prihoda i za život. Nivo prilika za preduzetništvo povezan je sa uvjerenjem da pojedinac ima vještine da započne biznis, sa poznavanjem nekoga ko je započeo biznis u posljednje dvije godine ili sa percepcijom budućnosti gledajući dobre poslovne mogućnosti i visoku investicionu i poslovnu potencijalnu priliku (GEM, 2014). Zbog toga je preduzetništvo u mogućnosti da bude dominantnije u zemljama sa visokim dohotkom. Međutim, u praksi, prilično je teško napraviti jasnu liniju razdvajanja između oba tipa preduzetništva, jer se oba motiva često preklapaju.

1. PREDUZETNIŠTVO I MOTIVACIJA

Osim uvjeta života, motivacija mladih preduzetnika vezana je za njihove lične stavove, želje i ciljeve kao i za njihove posebne interese, individualne snage i vještine. Za razliku od čisto ekonomskih preduzetnika, socijalni preduzetnici imaju snažnu želju da promjene i poboljšaju društvo (Schuyler, 1998). Njihova motivacija se često zasniva na altruizmu, potrebi da budu iskreni prema svojim vrijednostima i uvjerenjima, potrebi da budu društveno odgovorni kao i da imaju dugoročni interes za zdravlje lokalne ekonomije, životne sredine i zajednice (Prabhu, 1999; Henton et al., 1997).

Osim toga, u industrijalizovanim zemljama mladi navode različite lične motive i razloge za pokretanje vlastitog biznisa kao što su: biti sopstveni šef, da se bude nezavisniji i fleksibilniji, da iznađu novu perspektivu posla, da traže novi izazov, da zarađuju više novca (ili da postanu bogatiji), da ostvare svoju viziju ili ideju, da dobiju bolju reputaciju kao i da povežu svoju strast sa poslom (kako bi dobili bolji kvalitet života), ili kako bi nastavili porodične tradicije.

Na kraju, određene snage i vještine mladih mogu biti ključna motivacija i katalizator pokretanja biznisa. Prema studiji UNECEa, neki tipovi mladih preduzetnika mogu se razlikovati kako slijedi (UNECE, 2003):

- Tehnički preduzetnici: Ovi pojedinci

- imaju jaku tehničku orijentaciju. Vole inoviranje stvari i razvijanje ideja za nove proizvode. Razvoj novih tržišta, pa čak i novih industrija, je generalni cilj onih sa tehničkom orijentacijom. Stvaranje preduzeća je samo sredstvo za postizanje svojih ciljeva, a ne konačni cilj.
- Graditelji organizacije: Neki preduzetnici započinju sopstveni biznis jer vole da grade organizacije. Ovi graditelji organizacije imaju vještine vezane za razvoj ljudi, sistema i struktura.
 - Dealmakers: Oni uživaju u inicijalnom dogovoru da započnu novi poduhvat ili biznis i često uživaju neke početne aktivnosti. Međutim, za razliku od graditelja organizacije, oni ne vole da moraju da upravljaju i da se posvete organizaciji na duži rok. To su ljudi koji su obično uključeni u finansijske ili trgovinske transakcije.

Postoji univerzalni motivator koji se javlja kod pojedinaca a to je želja za nezavisnošću, a karakteriše navedene tipove preduzetnika. Nezavisnost podrazumijeva preuzimanje odgovornosti za korištenje sopstvene procjene nasuprot slijepog praćenja drugih. To uključuje i preuzimanje odgovornosti za sopstveni život. Mnogi istraživači su zapazili da preduzetnička uloga zahtjeva nezavisnost. Tako, u intervjuima sa američkim osnivačima firmi, Hisrich (1985) je utvrdio da je jedna od glavnih motivacija za pokretanje biznisa bila želja za nezavisnošću.

Hornaday i Aboud (1973) sproveli su istraživanje na 60 osnivača sa različitim ličnim karakteristikom, te su dokazali da ovi osnivači imaju veći stepen po pitanju mjerenja nezavisnosti od ostalih. U drugoj studiji sa 63 osnivača Aldridge (1997) je utvrdio da su osnivači firmi postigli znatno veću ocjenu od opšte populacije po pitanju ličnih mjera nezavisnosti.

Ambicija pojedinca se pretvara u postavljanje visokih ciljeva za sebe i druge. Poznato je da visoki ciljevi dovode do boljih rezultata u odnosu na umjerene ili niske ciljeve (Locke & Latham, 1990). Za postizanje visokih ciljeva

potrebna je ogromna energija i izdržljivost. Kada se energija usmjerena na cilj održava tokom vremena, naziva se upornost ili izdržljivost. Stoga, postojanje ambicije nas usmjerava na ostvarivanje vlastitih ideja i traženje izazova.

Praktično nije bilo dosta kvantitativnih istraživanja uloge strasti u preduzetništvu. Jedan izuzetak je studija Bauma i njegovih saradnika (2001). Kada je Baum opisao strast za rad kao zasebnu varijablu zajedno sa 29 drugih varijabli iz pet domena i to ličnost, situacijska motivacija, vještine, strategija i životna sredina; strast je imala direktan značajan uticaj na rast preduzeća. Stoga, nije ni čudno da pojedinci, a naročito mlade osobe nastoje da povežu strast sa poslom koji rade ili žele da rade.

Prilike u okruženju su aspekti okruženja koji predstavljaju potencijal za stvaranje profita. A profit predstavlja jedan od čestih motivatora započinjanja vlastitog biznisa i preduzetničkog djelovanja. Stoga, Shane i Venkataraman (2000:220) definiraju preduzetničke mogućnosti kao situacije u kojima se novi proizvodi, usluge, sirovine i metode organizovanja mogu uvesti i prodati na nivou dosta višem od troškova njihove proizvodnje.

Preduzetništvo je postalo važno zanimanje i moramo razumjeti njegovu ulogu u razvoju ljudskog i intelektualnog kapitala (Zahra & Dess, 2001). Smatramo da je generalno istraživanje preduzetničkog procesa važno s obzirom da preduzetništvo vodi inovacije i tehničke promjene, te stoga stvara ekonomski rast (Schumpeter, 1934). Također, kao što su austrijski ekonomisti objasnili, preduzetnička akcija je proces kroz koji su ponuda i potražnja uravnoteženi (Kirzner, 1997), a i samo preduzetništvo predstavlja važan proces po kojem se novo znanje pretvara u proizvode i usluge (Shane & Venkataraman, 2000).

2. METODOLOGIJA

Motivacija za preduzetničko djelovanje se razlikuje od osobe do osobe, a također, zavisi i od okruženja u kome se želi djelovati preduzetnički. Analiza procjene preferencija preduzetničkih motivacijskih faktora mladih napravljena je pomoću Likertove skale od 1 do 7, s time da 1 predstavlja najviši stepen motiviranosti, dok 7 predstavlja najniži stepen motiviranosti.

Ispitanici su mladi ljudi, studenti između 18 i 30 godina starosti iz Bosne i Hercegovine koji su prvenstveno upisani u prvi ciklus studija. Većina učesnika je bila između 20 i 24 godine što je u skladu sa našom ciljanom populacijom potencijalnih mladih preduzetnika. Prosječna starost je bila 22 godine, što predstavlja zrelije studente koji su u uzrastu gdje trebaju odlučivati o njihovoj karijeri.

Da bi uzorak bio reprezentativan, trudili smo se da podjednako zastupamo pol u prikupljenim upitnicima. U tabeli 1 vidimo da su ispitanici muškog i ženskog pola skoro podjednako zastupljeni što osnažuje reprezentativnost dobivenih rezultata.

Tabela 1. Polna struktura ispitanika

Ispitanici	Frekvencija	%
Muški	790	53.7
Ženski	682	46.3
UKUPNO	1472	100.0

Prikupljanje podataka od mladih, uglavnom univerzitetskih studenata, u Bosni i Hercegovini rađeno je preko univerziteta, državnih i privatnih, kao i preko socijalnih mreža. Kao istraživački instrument koristio se struktuirani upitnik. Prikupljeno je ukupno 1472 kompletno popunjenih upitnika, što je omogućilo reprezentativnost uzorka.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kao što smo već rekli, motivacija za preduzetničko djelovanje se razlikuje od osobe do osobe. Analiza procjene preferencija preduzetničkih motivacijskih faktora mladih napravljena je pomoću Likertove skale na sedam najčešćih motivacijskih faktora za započinjanje vlastitog biznisa koje smo već spomenuli. U tabeli 2 vidimo koje su to motivacije studenata da započnu vlastiti biznis.

Tabela 2. Glavne motivacije studenata za pokretanje vlastitog biznisa

	N	Mean	σ
Da zaradite više novca/postanete bogati	1472	2.228	1.3486
Budete svoj šef	1472	1.770	1.1497
Tražite izazov (da se takmičite sa drugima)	1472	4.549	1.2959
Da postanete respektovani	1472	2.978	1.2014
Da uradite nešto novo	1472	5.529	1.2981
Da ostvarite svoje ideje i viziju	1472	5.808	1.0085
Da povežete svoj posao sa svojom strašću i/ili hobbijem	1472	5.163	1.7739
Valid N (listwise)	1472		

Kao što se može vidjeti iz tabele 2 analizirajući srednje vrijednosti za glavnu motivaciju studenata za preduzetničko djelovanje i započinjanje vlastitog biznisa, vidimo da je glavni motivator među mladima da se bude sopstveni šef, praćen motivacijom da zarađuje više i postane bogat.

Najmanje motivirajući faktori za pokretanje biznisa su ostvarivanje ili realiziranje vlastitih ideja i vizije, kao i motivacija da se nešto

uradi novo. U tom rangu je i motivacija za povezivanje biznisa sa vlastitom strašću ili hobijem.

Na osnovu navedenog moguće je rangirati motivacione faktore preduzetničkog djelovanja i startanja biznisa mladih u Bosni i Hercegovini (tabela 3)

Tabela 3. Rangiranje studentskih motivacija za startanje vlastitog biznisa

Rang	N	Mean	σ
1	Da zaradite više novca/postanete bogati	1.770	1.1497
2	Budete svoj šef	2.228	1.3486
3	Tražite izazov (da se takmičite sa drugima)	2.978	1.2014
4	Da postanete respektovani	4.549	1.2959
5	Da uradite nešto novo	5.163	1.7739
6	Da ostvarite svoje ideje i viziju	5.529	1.2981
7	Da povežete svoj posao sa svojom strašću i/ili hobijem	5.808	1.0085

Budući da je Bosna i Hercegovina društvo koje vodi nužnost, ovi rezultati su očekivani. Vidimo da je težnja da se zarađuju više novca glavni pokretač tendencije mladih da djeluju preduzetnički uglavnom zbog toga što ih životna sredina tjera da sami moraju da zarađuju za svoj život i opstanak.

Tabela 4. ANOVA motivacija između polova

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ma	Between Groups (Combined)	169.837	1	169.837	99.646	.000
	Within Groups	2505.468	1470	1.704		
	Total	2675.304	1471			
Mb	Between Groups (Combined)	2.081	1	2.081	1.575	.210
	Within Groups	1942.307	1470	1.321		
	Total	1944.389	1471			
Mc	Between Groups (Combined)	93.144	1	93.144	57.595	.000
	Within Groups	2377.334	1470	1.617		
	Total	2470.478	1471			
Md	Between Groups (Combined)	91.669	1	91.669	66.328	.000
	Within Groups	2031.635	1470	1.382		
	Total	2123.304	1471			
Me	Between Groups (Combined)	.994	1	.994	.590	.443
	Within Groups	2477.750	1470	1.686		
	Total	2478.744	1471			
Mf	Between Groups (Combined)	.036	1	.036	.036	.850
	Within Groups	1495.939	1470	1.018		
	Total	1495.976	1471			
Mg	Between Groups (Combined)	303.316	1	303.316	103.079	.000
	Within Groups	4325.554	1470	2.943		
	Total	4628.870	1471			

Motivacija preduzetničkog djelovanja ima tendenciju da ima razlika među polovima glede motivacija započinjanja biznisa. Da bi provjerili eventualne razlike, koristili smo ANOVA analizu radi poređenja njihovih srednjih vrijednosti. Kao što se vidi iz tabele 4, postoje značajne razlike u motivacionim faktorima između muškaraca i žena.

U tabeli 5 vidimo da studenti muškog i ženskog pola imaju različite motive u započinjanju sopstvenog biznisa, a neki faktori motivacije su značajno drugačije pozicionirani.

Tabela 5. Motivacija među polovima

		Ma Budete svoj šef	Mb Da zaradite više novca/posta- nete bogati	Mc Da postanete respektova- ni	Md Tražite izazov (da se takmičite sa drugima))	Me Da povežete svoj posao sa svojom strašću i/ili hobijem	Mf Da uradite nešto novo	Mg Da ostvarite svoje ideje i viziju
Male	Mean	1.913	1.735	4.315	3.210	5.505	5.804	5.585
	N	790	790	790	790	790	790	790
	Std. Deviation	1.1780	1.0030	1.2159	1.0313	1.1322	.8622	1.6766
Female	Mean	2.594	1.811	4.820	2.710	5.557	5.814	4.674
	N	682	682	682	682	682	682	682
	Std. Deviation	1.4392	1.2987	1.3334	1.3233	1.4673	1.1556	1.7593
Total	Mean	2.228	1.770	4.549	2.978	5.529	5.808	5.163
	N	1472	1472	1472	1472	1472	1472	1472
	Std. Deviation	1.3486	1.1497	1.2959	1.2014	1.2981	1.0085	1.7739

To dokazuje da muškarci i žene imaju različite motivacijske preferencije u pogledu započinjanja sopstvenog biznisa i preduzetničkog djelovanja. Ova razlika je data u tabeli 6.

Vidimo da ženski dio populacije želi znatno više da prati svoje snove i realizuje svoje ideje i

vizije, dok je muško stanovništvo znatno više teži da postane više respektovano činjenicom da imaju vlastiti biznisom. Također, ženska populacija znatno više želi da bude sopstveni šef i žele da se nadmeću sa drugima više od muške populacije.

Motivi	Muškarci		Žene	
	Mean	Rang	Mean	Rang
Budete svoj šef	1.913	2	2.594	2
Da zaradite više novca/postanete bogati	1.735	1	1.811	1
Da postanete respektovani	4.315	4	4.820	5
Tražite izazov (da se takmičite sa drugima)	3.210	3	2.710	3
Da povežete svoj posao sa svojom strašću i/ili hobijem	5.505	5	5.557	6
Da uradite nešto novo	5.804	7	5.814	7
Da ostvarite svoje ideje i viziju	5.585	6	4.674	4

ZAKLJUČAK

Motivacija za preduzetničko ponašanje pojedinca se razlikuje od osobe do osobe, a ujedno i zavisi i od okruženja u kome se želi djelovati preduzetnički. Sprovedena analiza preferencija mladih o faktorima motivacije za preduzetničko djelovanje pokazuje da je glavni motivator biti vlastiti šef, praćen motivacijom da se dobro zarađuje i postane bogat. S druge strane, najmanje motivirajući faktori za pokretanje biznisa su ostvarivanje vlastitih ideja i vizije i motivacija da se uradi nešto novo praćeni slabom motivacijom za povezivanje biznisa sa vlastitom strašću ili hobijem.

Budući da je Bosna i Hercegovina društvo koje vodi nužnost u prvom planu, ovi rezultati su očekivani. Vidimo da je težnja da se zarađuje više novca glavni pokretač tendencije mladih da djeluju preduzetnički inspirirana okruženjem i životnom sredinom koja ih usmjerava u pravcu vlastite brige za život.

Motivacije preduzetničkog ponašanja imaju tendenciju da se razliku u motivacijama i tendencijama među polovima. Mladi muškarci imaju različite motive u pokretanju vlastitog biznisa te su stoga i neki faktori motivacije značajno drugačije pozicionirani. To dokazuje da muškarci i žene imaju različite motivacijske preferencije u pogledu započinjanja vlastitog biznisa.

Ženski dio populacije teži i želi znatno više da prati svoje snove i realizuje svoje ideje i vizije, dok je muški dio populacije znatno više teži da postane poštovan činjenicom da ima vlastiti biznis. Također, kao što je vidljivo iz istraživanja, žene više pretendiraju da budu sopstveni šef i žele da se nadmeću sa drugima više od muškaraca.

Preduzetništvo je glavni faktor u nacionalnoj ekonomiji te je važno razumjeti motivacione karakteristike koje podstiču ljude da postanu preduzetnici, kao i zašto su neki uspješniji od drugih. U ovom istraživanju smo sprovedli analizu odnosa između motivacije i preduzetničkog ponašanja. Utvrdili smo da su motivacija za nezavisnošću kao i

mogućnost dobre zarade značajni faktori u korelaciji sa izborima preduzetničke karijere i preduzetničkih djelovanja.

Motivacija ovog istraživanja došla je kao rezultat snažne želje da se razumije ono što je motivisalo mlade da započnu posao kao i da se pronađu eventualne razlike između polova u pogledu motivacije započinjanja vlastitog biznisa. Stoga, ovo istraživanje doprinosi literaturi preduzetništva razmatranjem razlika između mladih muškaraca i žena o tome šta ih motivira i usmjerava ka pokretanju vlastitog biznisa.

Odluka o pokretanju biznisa nije laka. To je složen proces koji uključuje ličnost, interes, profil kao i druge faktore pojedinaca. Novo stvaranje i započinjanje biznisa je svjesna odluka koju primjenjuju pojedinci sa određenim kvalitetima. S aspekta sadašnje realnosti i stanja u državi, ako bi mladi muškarci i žene odabrali preduzetništvo kao izbor karijere, to bi uveliko uticalo na poboljšanje njihovog ekonomskog statusa. Ako je učešće oba pola neophodno za razvoj potrebnih novih preduzeća, ekonomski prosperitet, stvaranje zaposlenja i smanjenje siromaštva, onda je za donosioce odluka bitno da se osvrnu na motivacione faktore startanja novih preduzeća. Uloga vlade bi trebala biti motiviranje budućih preduzetnika kroz različite programe i politike podrške. U svakom slučaju, tamo gdje postoje demotivirajuće blokade i prepreke za preduzetnike da pokrenu biznis, tu se onda smanjuju i šanse za stvaranje novih biznisa.

ZAKLJUČAK

- [1] Aldridge Jr., J. H. (1997). An occupational personality profile of the male entrepreneur as assessed by the 16PF fifth edition. Unpublished doctoral dissertation, University of Georgia.
- [2] Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). „A multi-dimensional model of venture growth“. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- [3] Chigunta, F. (2002). „Youth Entrepreneurship: Meeting the Key

- Policy Challenges. Wolfson College, Oxford University, England.
- [4] GEM (2014). Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report, Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London, UK.
- [5] Henton, D., Melville, J.; Walesh, K. (1997). "The age of the civic entrepreneur: restoring civil society and building economic community", *National Civic Review*, 86 (2), pp. 149- 157.
- [6] Hisrich, R. D. (1985). The woman entrepreneur in the United States and Puerto Rico: a comparative study. *Leadership and Organizational Development Journal*, 5, 3-8.
- [7] Hornaday, J. A., & Aboud, J. (1973). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24, 141-153.
- [8] Kambewa, P. (2001). "Youth Livelihoods and Enterprise Activities in Malawi". IDRC, Canada.
- [9] Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. *The Journal of Economic Literature*, 35, 60-85.
- [10] Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). A theory of goal setting and performance. EnglewoodCliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [11] Prabhu, G. N. (1999). "Social entrepreneurship leadership", *Career Development International*, 4 (3), pp. 140-145.
- [12] Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- [13] Schuyler, G. (1998). "Social entrepreneurship: profit as a means, not an end" in Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Clearinghouse on Entrepreneurial Education (CELCEE).
- [14] Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- [15] UNECE (2003). "Youth in the UNECE Region: Realities. Challenges and Opportunities", Geneva.
- [16] Zahra, S., & Dess, G. (2001). „Entrepreneurship as a field of research: encouraging dialogue and debate“. *Academy of Management Review*, 26(1), 8-11.