

Pregledni rad / Review article

KONTEKSTUALIZACIJA ISTRAŽIVANJA IZ PODRUČJA PODUZETNIŠTVA

Munira Šestić, viša stručna suradnica, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Sarajevu
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 253 771, e-mail: munira.sestic@efsa.unsa.ba

Mirha Bičo Ćar, docentica, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Sarajevu
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 275 908, e-mail: mirha.car@efsa.unsa.ba

Senad Softić, izvanredni profesor, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Sarajevu
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 253 757, e-mail: senad.softic@efsa.unsa.ba

Elvir Šahić, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Sarajevu
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Telefon: +387 33 253 781, e-mail: elvir.sahic@efsa.unsa.ba

SAŽETAK

Kontekstualizacijom poduzetništva proces poduzetništva dimenzionira se u prostoru i vremenu. Uključujući dimenzije prostora i vremena, istraživačima poduzetništva omogućeno je da na specifičan način odgovore na neka temeljna istraživačka pitanja vezano za poduzetnički proces – a to su: tko, zašto, na koji način, gdje, kada i koliko uspješno? Kontekstualizacija poduzetništva omogućuje bolje razumijevanje, ne samo načina na koji kontekst djeluje na poduzetništvo, bilo u smislu ograničenja ili u smislu mogućnosti, već i u smislu povratne sprege – mogućnosti djelovanja poduzetništva na promjene u kontekstu. Korist kontekstualizacije poduzetništva u tom smislu može biti dvojna – donosi korist ne samo istraživačima poduzetništva kao sredstvo unapređenja njihovih budućih istraživanja o prirodi i doprinosu poduzetničkih aktivnosti na jedan sveobuhvatniji način, već i praktičarima koji su do sada iskazivali slab interes za naučne radove iz poduzetništva u odnosu na druga područja istraživanja - kontekstualizacijom poduzetnička istraživanja za njih nisu više uopćena. Cilj rada je da predstavi i istraži recentnu literaturu koja se bavi pitanjem kontekstualizacije poduzetništva, posebno imajući u vidu upute i smjernice koje bi navedeni izvori mogli imati za istraživače poduzetništva u specifičnim kontekstima, kao što je područje Zapadnog Balkana.

Ključne riječi: poduzetništvo; kontekst; koristi kontekstualizacije

1. UVOD

Još krajem osamdesetih godina prošlog stoljeća, Low i McMillan (1988) identificirali su tri elementa neophodna za potpunije razumijevanje poduzetničkog uspjeha: poduzetnički proces, kontekst u kojem se odvija poduzetnička aktivnost i ishodi poduzetničke aktivnosti. Za istraživače u području poduzetništva integracija konteksta i procesa u istraživačke projekte od tada postaje veliki izazov. Ipak, takva integracija predstavlja neophodan korak u „evoluciji“ poduzetničkih istraživanja – ona je osnova prema potpunijem pristupu i boljem razumijevanju poduzetničkog uspjeha (Aldrich i Martinez, 2001). „Kontekst je okruženje u kojem se događa poduzetnička aktivnost, a koje djeluje na pojedince i grupe tako da im omogućuje da zamijete prilike koje im dano okruženje nudi, a koje utječe na njihove poduzetničke izbore koje će napraviti i koje djeluje na ishode njihovih poduzetničkih aktivnosti“ (Autio i dr., 2014, 1099).

S obzirom na to, kontekstualizacija istraživanja iz oblasti poduzetništva omogućuje da se temeljitije istraži način na koji poduzetništvo i kontekst međusobno djeluju (Sarasvathy i Venkataraman, 2011; Gaddefors i Anderson, 2017). Time je stvorena šansa za integraciju budućih istraživanja u postojeće okvire i teorije poduzetništva, jer području poduzetništva nedostaje integrirajući faktor – istraživačima poduzetništva kontekstualizacijom je pružena mogućnost da odrede koje su to kontekstualne dimenzije koje smatraju zanimljivim za svoj istraživački fokus (Sarasvathy i Venkataraman, 2011).

Istraživači poduzetništva nastojali su identificirati sistematičan okvir koji bi pokušao obuhvatiti sve dimenzije konteksta koje mogu djelovati na poduzetništvo (Salimath i Cullen 2010; Zahra i Wright, 2011; Levie i dr. 2014) te su one kroz navedena istraživanja identificirana kao: vremenske, prostorne, institucionalne, društvene/organizacijske, tržišne, industrijske, vlasničke te upravljačke. Vrlo važno mjesto u kontekstualizaciji istraživanja iz područja poduzetništva zauzimaju istraživanja utjecaja institucionalnog okruženja (Boettke i Coyne, 2006, 2009; Bowen i De Clercq, 2008; Doern i Goss, 2014), posebno imajući na umu da institucionalno okruženje ima regulatorno, normativno i kognitivno djelovanje te da na taj način oblikuju društvenu interakciju (Scott, 2008; Salimath i Cullen, 2010). Za istraživače u području poduzetništva u ekonomijama u razvoju, kao što su zemlje Zapadnog Balkana kontekstualizacija istraživanja predstavlja poseban izazov, jer dimenzije konteksta uključuju i specifičan skup stavova, načina razmišljanja, društvenih praksi i procesa (Pasilas i dr., 2017).

2. KONTEKSTUALIZACIJA PODUZETNIŠTVA - ISTRAŽIVAČKI PRAVAC

Potreba za kontekstualizacijom istraživanja u području poduzetništva postala je važna tema naročito tijekom proteklog desetljeća te se može reći da su istraživači ostvarili brz i značajan, ali neujednačen napredak u kontekstualizaciji svojih istraživanja (Baker i Welter, 2018). Postoji „zdravo neslaganje“ (Idem) oko toga što u stvari treba značiti kontekstualizirano istraživanje poduzetništva i kako ga ispravno provesti. Činjenica je da ne postoji niti jedan opće prihvaćeni i sveobuhvatni pravac za istraživače – potrebno je naime razviti „kritičan procesni pristup“ da bi se istraživanje u oblasti poduzetništva kontekstualiziralo. Neki autori (Chalmers i Shaw, 2015) istražuju načine i daju preporuke istraživačima iz oblasti poduzetništva kako mogu prijeći neke od metodoloških problema i slabosti koje

spriječavaju preciznije razumijevanje konteksta. Drugi pak fokusirano daju doprinos kontekstualizaciji istraživanja iz oblasti poduzetništva kao npr. uključivanjem kontekstualnih dimenzija u model uspješnosti poduzetničkog obrazovanja za mlade (Pelowski Wiger et al., 2015).

Prikaz br. 1. Kontekstualne dimenzije u modelu faktora uspješnosti programa poduzetničkog obrazovanja za mlade

Regulatorno okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - Trgovinski propisi i propisi o radu - Postupak licenciranja - Troškovi uvoza/izvoza
Ekonomsko okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - Nezaposlenost - Dostupnost financijskih sredstava i mikrofinancija
Društveno okruženje	<ul style="list-style-type: none"> - Društveni odnosi - Rodne uloge i očekivanja - Obiteljska podrška - Sigurnost i lakoća financijskih tijekova
Korupcija	<ul style="list-style-type: none"> - Jesu li „veze“ jedini način osiguravanja zaposlenja? - Je li davanje mita uobičajeno za pristup obrazovanju, poslovima ili financijama? - Jesu li lokalne vlasti raspolažu s nedovoljnim sredstvima i koriste li ih u skladu s etičkim principima?

Pelowski Wiger et al. 2015.

Tako Pelowski Wiger i drugi (2015) pored osobnih faktora, faktora koji se tiču dizajna poduzetničkog programa obrazovanja te željenih benefita samog programa sugeriraju i neizostavno uključivanje kontekstualnih dimenzija u model (Prikaz br. 1.).

Rezultati istraživanja koja ističu važnu ulogu konteksta u objašnjavanju poduzetničkih aktivnosti i njihovih ishoda (Saravathy i Venkataraman, 2011; Foss et al., 2013), temelje se na shvaćanju da bez kontekstualizacije različiti efekti pojedinca, situacije i slučajnosti ostaju nedovoljno razjašnjeni u istraživačkim radovima - kontroliranje kontekstualnih dimenzija u analizama poduzetničkih fenomena „grubo zanemaruju“ njihove mikro temelje (Aldrich i Martinez, 2001), jer mogućnosti za poduzetništvo „mijenjaju“ se u odnosu na različite kontekstualne dimenzije (Baumol, 1990; Welter, 2011).

Poduzetništvo se kao „kontekstualizirani fenomen“ može i treba promatrati iz različitih teoretskih i empirijskih perspektiva (Pasilas et al., 2017), jer postoje relevantni, ali neistraženi konteksti koje je potrebno istražiti kako bi proširili naše dominantno i tradicionalno razumijevanje poduzetništva. To je posebno važno ukoliko se promatra kontekst manje razvijenih zemalja, kao što je područje Zapadnog Balkana (WB, 2019).

Prikaz br. 2. Pregled literature – kontekst i poduzetništvo: temeljni pojmovi

Autor i godina	Tema, rezultati i preporuke
Low i McMillan (1988)	Elementi za potpunije razumijevanje poduzetničkog uspjeha: proces, kontekst i ishodi
Christensen, Madsen i Peterson (1989)	Poduzetništvo je prepoznavanje, vrednovanje i traženje prilika u različitim kontekstima
Baumol (1990) Welter (2011)	Mogućnosti za poduzetništvo mijenjaju se u odnosu na različite kontekstualne dimenzije (mjesto i vrijeme)

Autori

Zbog velikog broja radova na temu kontekstualizacije poduzetništva, sa ciljem potpunog i sistematičnog prikaza literature o kontekstualizacija poduzetništva i uvažavajući specifičnost konteksta regije Zapadnog Balkana kao determinante istraživanja poduzetništva, izvršeno je sistematiziranje i segmentiranje recentnih radova iz predmetnog područja na način da su u Prikazima 2., 3. i 4. oni grupirani po tematskim cjelinama:

- temeljni pojmovi (Prikaz br. 2),
- dimenzije i razvojni potencijali (Prikaz br. 3), te
- preporuke za buduća istraživanja (Prikaz br. 4).

3. KONTEKSTUALIZACIJA ISTRAŽIVANJA IZ OBLASTI PODUZETNIŠTVA I EKONOMSKI RAZVOJ

Poduzetništvo je situacijski proces te kao takav varira među narodima i regijama i tijekom vremena (Christensen et al., 1989; Reynolds i dr. 2001.). Neosporna je činjenica i da je poduzetništvo znatno snažnije razvijeno i prisutno u razvijenim zemljama, nego u onim koje su slabije razvijene. Acs (2006) smatra da je poduzetništvo ključni element za daljnji razvoj razvijenih zemalja i zemalja u razvoju, ali da zavisi od resursa za realizaciju poduzetničkih poduhvata koji su različiti od zemlje do zemlje.

Prikaz br. 3. Pregled literature – kontekst i poduzetništvo: dimenzije i razvojni potencijali

Gnyawali i Fogel (1994) Amoros et al. (2014)	Razvojni utjecaj konteksta na poduzetničke procese
Reynolds et al. (2001)	Poduzetništvo je situacijski proces i varira među narodima i regijama, tijekom vremena (različiti konteksti)
Acs (2006, 2008, 2018) Carlsson et al. (2013), Bjornskov i Foss (2013); Doran et al. (2018), Bosma et al. (2018)	Poduzetništvo kao elemenat razvoja u različitim kontekstima
Boettke i Coyne (2006, 2009) Bowen i De Clercq (2008) Doern i Goss (2014)	Utjecaj institucionalnih dimenzija konteksta na poduzetnički proces
Salimath i Cullen (2010) Zahra i Wright (2011) Levie et al. (2014)	Kontekstualni okvir za poduzetništvo – dimenzije

Sarasvathy i Venkataraman (2011), Foss et al. (2013) Gaddefors i Anderson (2017)	Međudjelovanje poduzetništva i konteksta
Pelowski Wiger et al. (2015)	Značaj uključivanja kontekstualnih dimenzija u model poduzetničkih obrazovnih programa za mlade
Pasilas et al. (2017)	Kontekstualizacija poduzetništva u zemljama u razvoju

Autori

Dakle, poduzetnička aktivnost smatra se jednim od ključnih pokretača ekonomskog rasta, razvoja i blagostanje društvene zajednice (Bjornskov i Foss, 2013; Carlsson i dr., 2013), a kako na poduzetništvo utječu kontekstualne dimenzije, državne administracije mogu direktno ili indirektno utjecati na razvoj konteksta koji će podržavati poduzetničke procese (Gnyawali i Fogel, 1994; Amoros i dr., 2014).

U vezi s prethodno navedenim, kontekstualizacijom istraživanja iz područja poduzetništva omogućuje se stvaranje podloge za fokusirano formuliranje politike u cilju poticanja poduzetništva u manje razvijenim zemljama, a sve sa ciljem poticanja ekonomskog rasta (Acs i dr., 2008). Fokus politike za poticanje poduzetništva trebalo bi biti kreiranje pozitivnih poduzetničkih stavova i težnji, usmjeren na stavove i kvalitetu postojećih, ali i potencijalnih poduzetnika u budućnosti (Doran i dr., 2018), jer je potvrđena pozitivna uloga poduzetničkog ekosistema u ekonomskom razvoju društvenih zajednica (Acs i dr., 2018). Navedene istraživačke preporuke posebno su važne za zemlje Zapadnog Balkana, koje bilježe ekonomsko usporavanje, ali i teže održivom rastu (WB, 2019).

U tom smislu cilj treba biti i kreiranje seta kontekstualnih dimenzija za produktivno poduzetništvo (kvaliteta institucionalnih dimenzija, financijska stabilnost, efikasna vlada i podrška start-upovima) jer ono je to koje je prepoznato kao prediktor ekonomskog razvoja (Bosma i dr., 2018).

Prikaz br. 4. Pregled literature – kontekst i poduzetništvo: budućí pravci istraživanja

Aldrich i Martinez (2001)	Integracija konteksta za „evoluciju“ istraživanja iz područja poduzetništva
Zahra (2007) Zahra et al. (2014)	Kontekstualizacija za unapređenje istraživanja iz područja poduzetništva
Welter (2011) Welter i Gartner (2016) Welter et al. (2019)	Istraživačka agenda: poduzetništvo i kontekst
Chalmers i Shaw (2015)	Endogena konstrukcija poduzetničkog konteksta
Pasilas et al. (2017)	Kontekstualizacija poduzetništva u zemljama u razvoju
Baker i Welter (2018) Welter et al. (2019)	Budući pravci kontekstualizacije istraživanja iz područja poduzetništva

Autori

4. ZAKLJUČAK

Kontekstualizacija poduzetništva kao istraživačkog pravca u početku se vrlo sporo prihvaćala, ali je tijekom protekla tri desetljeća postala značajna tema (Baker i Welter, 2018) te se da zaključiti i da je značajno dobila na snazi (Welter et al., 2019). Prema navedenim autorima, može se reći da se opisani istraživački „zamac“ temelji na činjenici da poduzetništvo zahtjeva kontekstualizaciju više od bilo koje druge oblasti istraživanja, jer je poduzetništvo po svom obujmu veoma širok i raznorodan pojam, kojem je heterogenost sadržajna „norma“ (Gartner, 1985; Davidsson, 2008).

Kontekstualizacijom istraživanja iz područja poduzetništva omogućava se bolje razumijevanje, ne samo načina na koji kontekstualne dimenzije djeluje na poduzetnički proces, nego i eventualne promjene koje proces poduzetništva može imati na same kontekstualne dimenzije u smislu povratne sprege. Time se da zaključiti da su koristi kontekstualizacije istraživanja poduzetništva dvojne, jer donose koristi (1) istraživačima poduzetništva - kao instrument unapređenja njihovih istraživanja na jedan fokusiraniji način (Zahra, 2007; Zahra i dr., 2014), ali i (2) praktičarima ukoliko su im dosadašnja istraživanja iz područja poduzetništva bila suviše obična (Shapiro i dr., 2007).

Kreatori politika za poticanje poduzetništva trebaju iskazati naročit interes za kontekstualizaciju istraživanja iz područja poduzetništva - posebno iz razloga jer ovisno od konteksta države, različiti aspekti poduzetništva mogu različito utjecati (ili ne utjecati) na njen ekonomski razvoj (Doran i dr., 2018). Navedene istraživačke preporuke posebno su važne za manje razvijene zemlje kao što su države Zapadnog Balkana, jer bi fokusirane razvojne politike definirane na osnovi rezultata kontekstualiziranih istraživanja iz područja poduzetništva, imale osnovu dati svrsishodnije rezultate, nego politike koje su „preslikane“ iz razvijenih društvenih zajednica s drugačijim kontekstualnim dimenzijama. Navedeno ima još veći značaj ukoliko se na umu ima činjenica da države Zapadnog Balkana trenutno bilježe „usporavanje“ svojih ekonomskih aktivnosti, ali nastoje težiti održivom rastu uz prisutne unutrašnje i vanjske neizvjesnosti (WB, 2019).

Zaključimo da se istraživačima iz područja poduzetništva sugerira da istraže „dubine i širinu konteksta“ (Welter, 2008) jer je poduzetništvo kontekstualiziran događaj te i istraživanja iz područja poduzetništva trebaju uzimati u obzir specifičnost konteksta i zajednice u kojoj se promatrani poduzetnički proces odvija (Gartner i dr., 2006; Zahra, 2007, Welter i Gartner, 2016).

CONTEXTUALIZATION OF RESEARCH IN THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP

Munira Šestić, MSc, senior associate, School of Economics and Business, Sarajevo
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 253 771, e-mail: munira.sestic@efsa.unsa.ba

Mirha Bičo Ćar, PhD, assistant professor, School of Economics and Business, Sarajevo
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 275 908, e-mail: mirha.car@efsa.unsa.ba

Senad Softić, PhD, associate professor, School of Economics and Business, Sarajevo
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 253 757, e-mail: senad.softic@efsa.unsa.ba

Elvir Šahić, PhD, School of Economics and Business, Sarajevo
Trg oslobođenja 1, Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Telephone: +387 33 253 781, e-mail: elvir.sahic@efsa.unsa.ba

ABSTRACT

By contextualization of entrepreneurship, the process of entrepreneurship is dimensioned in space and time. Through space and time dimensions, entrepreneurship researchers have been enabled to respond in a specific way to some fundamental research issues related to the entrepreneurial process – such as: who, why, how, where, when and how successful? Contextualization of entrepreneurship enables a better understanding not only of how the context affects entrepreneurship, either in terms of constraints or in terms of opportunity, but also in terms of feedback - the possibilities of entrepreneurship to change the context. Benefits of the contextualizing entrepreneurship in this sense can be dual - it benefits not only entrepreneurship researchers, as a means of improving their future research on the nature and contribution of entrepreneurial activities in a more comprehensive way, but also for practitioners who have so far shown modest interest for scientific entrepreneurship works comparing to the other areas of economic research – by contextualization of entrepreneurial research, the results of these researches are more focused but not generalized. This paper aims to present and explore recent literature dealing with the contextualization of entrepreneurship, especially considering the directions and guidelines that these sources could have for researchers of entrepreneurship in specific contexts, such as the Western Balkans region.

Keywords: entrepreneurship; context; benefits of contextualization

LITERATURA

1. Acs, Z. J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), pp. 97-107.
2. Acs, Z. J., Desai, S. & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions, *Small Business Economics*, 31(3), pp. 219-234.
3. Acs Z. J., Estrin S., Mickiewicz, T. & Szerb, I. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective, *Small Business Economics*, 51(2), pp. 501-514.
4. Aldrich, H. E. & Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(4), pp. 41-56.
5. Amoros, J. E., Bosma, N. - Global Entrepreneurship Research Association (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report - Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*.
6. Autio, E., Kenney, M., Mustar, P. Siegel, D. & Wright, M. (2014). Entrepreneurial Innovation: The Importance of Context, *Research Policy*, 43(7), pp. 1097-1108.
7. Baker, T. & Welter, F. (2018). Contextual Entrepreneurship: An Interdisciplinary Perspective, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(4), pp. 357-426.
8. Baumol, W. J. (1990). *Entrepreneurship* Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), pp. 893-921.
9. Bjornskov, C. and Foss, N. (2013). How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(1), pp. 50-69.
10. Boettke, P. J. & Coyne, C. J. (2006). Entrepreneurial Behaviour and Institutions, in Minniti M. (ed.), *Entrepreneurship: The Engine of Growth*, (1), pp. 119-134, Praeger Press, Westport, CT.
11. Boettke, P. J. & Coyne, C. J. (2009). Context matters: Institutions and Entrepreneurship, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(3), pp. 135-209.
12. Bosma, N., Content, J., Sanders, M. & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in Europe, *Small Business Economics*, 51(2), pp. 483 - 499.
13. Bowen, H. & De Clercq, D. (2008). Institutional context and the allocation of entrepreneurial effort, *Journal of International Business Studies*, 39 (1), pp. 1-21.
14. Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, C., Persson, L. & Ylinenpää, H. (2013). The evolving domain of entrepreneurship research, *Small Business Economics*, 41(4), pp. 913-930.
15. Chalmers, D. M. & Shaw, E. (2015). The endogenous construction of entrepreneurial contexts: A practice-based perspective, *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(1), pp 19-39.
16. Christensen, P. S., Madsen, O. O. & Peterson, R. (1989). *Opportunity Identification: The Contribution of Entrepreneurship to Strategic Management*. Denmark: Aarhus University Institute of Management.
17. Davidsson, P. (2008). *The entrepreneurship research challenge*, Edward Elgar, Cheltenham, U.K.
18. Doran, J., McCarthy, N. & O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries, *Cogent Economics & Finance*, 6(1), pp. 1-14.
19. Doern, R. & Goss, D. (2014). The Role of Negative Emotions in the Social Processes of Entrepreneurship: Power Rituals and Shame-related Appeasement Behaviors. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), pp. 863-890.

20. Foss, N. J., Lyngsie, J. & Zahra, S. A. (2013). The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation, *Strategic Management Journal*, 34(12), pp. 1453-1471.
21. Gaddefors, J. & Anderson, A. R (2017). Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), pp. 267-278.
22. Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation, *Academy of Management Review*, 10(4), pp. 596-706.
23. Gartner, W. B., Davidsson, P. & Zahra, S. (2006). Are you talking to me? The nature of community in entrepreneurship, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(3), pp. 321-331.
24. Gnyawali, D. R. & Foge, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(4), pp. 43-62.
25. Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges, *Journal of Management*, v. 14, pp. 139-161.
26. Levie, J., Autio, E., Acs, Z., & Hart, M. (2014). Global entrepreneurship and institutions: an introduction, *Small Business Economics*, 42(3), pp. 437-444.
27. Pasillas, M. R., Brundin, E. & Markowska, M. (2017). *Contextualizing Entrepreneurship in Emerging Economies and Developing Countries*, EE Publishing.
28. Pellowski Wiger, N. C., Chapman, D. W., Baxter, A. & DeJaeghere, J. (2015). Context matters: A model of the factors associated with the effectiveness of youth entrepreneurship training, *Prospects*, 45(4), pp. 533-547.
29. Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E. & Hay, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
30. Salimath, M. S. & Cullen, J. B. (2010). Formal and informal institutional effects on entrepreneurship: a synthesis of nation-level research, *International Journal of Organisational Analysis*, 18(3), pp. 358-385.
31. Sarasvathy, S. & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), pp. 113-135.
32. Scott, W. R. (2008). Approaching adulthood: The maturing of Institutional Theory, *Theory and society*, 37(5), pp. 427-442.
33. Shapiro, D. L., Von Glinow, M. A. & Xiao, Z. (2007). Toward poly-contextually sensitive research methods, *Management and Organization Review*, 3(1), pp. 129-152.
34. Zahra, S. A. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research, *Journal of Business Venturing*, 22(3), pp. 443-452.
35. Zahra, S. A. & Wright, M. (2011). Entrepreneurship's Next Act, *Academy of Management Executive*, 25(4), pp. 67-83.
36. Zahra, S. A., Wright, M. & Abdelgawad, G. S. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research, *International Small Business Journal*, 32(5), pp. 479-500.
37. World Bank Group (2019). *Rising Uncertainties*; Western Balkans Regular Economic Report, No. 16, Fall 2019.
38. Welter, F. (2008). *Entrepreneurship in its context(s)*: A review paper for the NSF-DFG Conference "Contextualizing Economic Behaviour" August 21-23, 2008, New York City.
39. Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship – conceptual challenges and ways forward, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), pp. 165-184.
40. Welter, F. & Gartner, W. B. (2016). *A research agenda for entrepreneurship and context*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing.
41. Welter F., Baker, T. & Wirsching K. (2019). Three waves and counting: the rising tide of contextualization in entrepreneurship research, *Small Business Economics*, Springer, 52(2), pp. 319-330.