

INOVATIVNI PRISTUP U RAZVOJU ŽENSKOG PREDUZETNIŠTVA**INNOVATIVE APPROACH IN THE DEVELOPMENT OF THE
WOMEN'S ENTERPRISE**

MAIDA DIZDAREVIĆ

Univerzitet "Džemal Bijedić", Ekonomski fakultet, Mostar.

KIMETA HAJROVIĆ

Sažetak: Žensko preduzetništvo, kao posebno zanimljiv kulturni fenomen, dobio je adekvatnu pažnju na kraju dvadesetog vijeka. Različiti interesni subjekti ukazali su na žene kao važan neiskorišteni izvor ekonomskog rasta i razvoja. Naučna istraživanja su poboljšala znanja o broju i karakteristikama, doprinosima i izazovima preduzeća u vlasništvu žena. Unatoč tome, istraživanja koja su pokušala razumijeti inovacije u preduzećima u vlasništvu žena su veoma oskudna. Zbog velikog doprinosa inovativnih aktivnosti na konkurentnost i uspjeh preduzeća od velikog je interesa da se prepoznaju prepreke koje ograničavaju razvoj inovativnih aktivnosti u preduzećima. S obzirom na to, ovaj rad ima za cilj da ispita trenutno stanje inovacija u preduzećima koja vode žene na području Mostara i da se identifikuju faktori koji sprječavaju, usporavaju ili odlažu njihove inovativne ideje i inovativne projekte. Na osnovu identifikovanih prepreka mogu se definisati mjere za podršku preduzetnicama u cilju podsticanja inovativnog preduzetništva.

Ključne riječi: preduzetništvo, inovacije, mala preduzeća, žensko preduzetništvo, motivi preduzetničke aktivnosti, prepreke inovacijama

Abstract: Women's entrepreneurship, as a particularly interesting cultural phenomenon, has been given adequate attention at the end of the twentieth century. Various interest groups have pointed to women as an important untapped source of economic growth and development. Scientific research has improved knowledge of the number and characteristics, contributions and challenges of women-owned enterprises. In spite of, research that has tried to understand innovation in women-owned enterprises very scanty. Due to the large contribution of innovative activities to competitiveness and the success of an enterprise is of great interest to recognize the constraints that it limits the development of innovative activities in companies. Given this, this paper aims to examine the current state of innovation in companies run by women in the Mostar and to identify factors that prevent, slow down or deprive their innovators ideas and innovative projects. Based on identified obstacles can be defined measures to support entrepreneurs in order to encourage innovative entrepreneurship.

Key words: entrepreneurship, innovation, small enterprises, female entrepreneurship, motives of entrepreneurial activity, obstacles to innovation

UVOD

Preduzetništvo je pokretač cjelokupne privrede države i ključni element za povećanje konkurentnosti i otvaranje novih radnih mjesta. Iako u području preduzetništva još uvijek dominiraju muškarci, svuda u svijetu se prepoznaje značaj žena u preduzetništvu. Žensko preduzetništvo se često spominje kao neiskorišteni ekonomski potencijal. Razlozi tome jesu dominacija žena u nezaposlenosti, značajan jaz u preduzetničkoj aktivnosti između žena i muškaraca, ali i rušenje stereotipa i iskrivljenih percepcija o znanjima i sposobnostima koje žene imaju

Oslonac za razvoj privrede daju inovacije. Uvijek u ulozi ključni pokretač privrednog rasta i često ističane kao najvažniji faktor napretka preduzeća koji mu omogućava kontinuirano stvaranje dodatne vrijednosti, prije svega kako bi se zadovoljile potrebe potrošača, a zatim i da bi se ostvario profit i obezbijedila egzistencija preduzeća. Inovacije u preduzetništvu se obično povezuju s velikim preduzećima zbog toga što mogu lakše obezbijediti informacije o novim izumima, tehnologijama, znanjima, posjeduju više resursa i mogu ostvariti prepoznatljivost razvojem brenda.

Međutim, inovacije su neophodne i imaju značajnu ulogu u malim preduzećima. Mala preduzeća idealna su za prihvatanje i implementaciju inovacija s obzirom da ih karakterišu fleksibilnost, dinamičnost, otvorenost, kraći period feedback-a o potrebama potrošača i tržišta, te prilagodljivost stalno potrebnim promjenama. Pojam inovacije se odnosi na razvoj novog ili značajno izmijenjenog proizvoda/usluge, postupka, nove organizacijske metode, poslovne prakse ili novemarketingne metode i njezino uvođenje u praktičnu upotrebu. Stvarna vrijednost inovacije ocjenjuje se na tržištu tj. tek njenom komercijalizacijom.

TEORIJSKI ASPEKTI INOVACIJA

Pojmovi inovacije i inovativnosti su se pojavili u ekonomskoj teoriji prilično nedavno, početkom 20. vijeka i stekli značaj tokom 1960-ih godina zahvaljujući već spomenutom austrijskom ekonomisti Josephu Schumpeteru. Inovativnost je povezana s kreativnim i originalnim rješenjima i predstavlja sposobnost činjenja nečega na novi način. U preduzetništvu je to postupak uvođenje novih ideja, dobara, usluga ili prakse s namjerom da budu korisni. Posljedica tog postupka je inovacija koja se javlja kao sredstvo kojim preduzetnik kreira nove resurse ili pridaje postojećim resursima povećanu sposobnost za stvaranje bogatstva.¹

¹ Drucker, P.F., *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Harper and Row, New York, 1985, str. 30.

U najopćenitijem smislu inovacije se mogu grupisati u dvije skupine:

- tehnološke i
- netehnološke.

Tehnološke inovacije se odnose na primjenu u području tehnologije izražavajući tako tehničko-tehnološki progres.

Netehnološke inovacije se odnose na područje organizacijskog restrukturiranja, načina upravljanja i sl. Ove inovacije često proizlaze iz tehnoloških ili se s njima nalaze u uzročno-posljedičnim odnosima.

Prema kriteriju prirode inovacija, postoje:

- radikalne i
- inkrementalne inovacije

Radikalne inovacije se odnose na uvođenje potpuno novih proizvoda, usluga i procesa. Kod malih poslovnih sistema one nastaju kao rezultat preduzetničkog duha menadžera ili vlasnika, a kod velikih - na osnovu ulaganja u kompletan inovacioni prostor proizvoda. Kod velikih poslovnih sistema one su veće po obimu (na većem broju različitih proizvoda), a kod malih poslovnih sistema one su efektivnije jer dolazi do značajnijeg smanjenja troškova.

Inkrementalne inovacije podrazumijevaju prilagođavanja, poboljšavanja i usavršavanja postojećih proizvoda, usluga i procesa. Odnose se i na brzo ugrađivanje zahtjeva klijenata u koncept proizvoda, usluge ili procesa. Inkrementalne inovacije su vezane za povećanje broja varijanti istog proizvoda, a time i zadovoljenja zahtjeva većeg broja kupaca (eksterni razlog) te smanjenja troškova, povećanja produktivnosti i fleksibilnosti (interni razlog).

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj daje sljedeću klasifikaciju inovacija:²

- inovacije proizvoda i usluga
- inovacije procesa,
- inovacije marketinga i
- inovacije organizacije

Inovacije proizvoda podrazumijevaju uvođenje proizvoda koji su novi ili značajno poboljšani u pogledu njihovih karakteristika ili namjeravane upotrebe. Ovdje su obuhvaćena poboljšanja u tehničkim specifikacijama, komponentama i materijalima, prilagođenosti korisniku ili drugim funkcionalnim karakteristikama.

2 OECD, Eurostat, Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, OECD Publishing, Paris, 2005, str. 47.

Inovacije usluga uključuju značajna poboljšanja u načinu na koji se one pružaju (npr. u smislu njihove efikasnosti ili brzine), dodavanje novih funkcija postojećim uslugama ili uvođenje potpuno novih usluga.

Inovacije procesa podrazumijevaju nove ili značajno poboljšane metode proizvodnje ili isporuke. Ove metode mogu obuhvatati promjene u opremi, softveru, u tehnikama ili organizaciji proizvodnje ili u svim ovim oblastima. Cilj inovacija procesa jeste uvođenje nove proizvodne tehnologije koja ubrzava proces proizvodnje, povećava preciznost i kvalitet proizvodnje ili značajno smanjuje troškove proizvodnje.

Inovacije marketinga predstavljaju implementaciju nove marketinške metode koja uključuje značajne promjene u dizajnu ili ambalaži proizvoda, pozicioniranju, promociji ili cijeni. Cilj inovacija marketinga jeste bolje rješavanje potreba kupaca, otvaranje novih tržišta ili novo pozicioniranje proizvoda na tržištu, s krajnjim ciljem povećanja prodaje. Ključna razlika između inovacija marketinga i postojećih marketing instrumenata jeste implementacija marketinške metode koja u preduzeću nije prethodno korištena. To mora biti dio novog marketing koncepta ili strategije koja predstavlja značajno odstupanje od postojećih marketinških metoda preduzeća. Inovacije organizacije predstavljaju implementaciju nove metode organizacije u poslovnoj praksi preduzeća, organizaciji radnog mjesta ili vanjskim odnosima. Ove inovacije imaju za cilj poboljšanje poslovnih performansi preduzeća, smanjenje administrativnih ili transakcionih troškova i troškova nabavke, poboljšanje uslova rada (a time i povećanje produktivnosti) i obezbjeđenje pristupa eksternom znanju. Karakteristika koja izdvaja inovacije organizacije od ostalih organizacionih promjena u preduzeću jeste implementacija nove metode organizacije koja prethodno nije primjenjivana u preduzeću, a koja je rezultat strateških odluka menadžmenta.

ZNAČAJ INOVACIJA U PREDUZETNIŠTVU

Inovacije i preduzetništvo su usko povezani koncepti koji imaju niz zajedničkih atributa kao što su kreativnost, znanje, nesigurnost, preuzimanje rizika i težnja ka uspjehu. „Preduzetništvo je praksa ponašanja koja se zasniva na inventivnosti i znanju kao sredstvu preduzetnika za postizanje određenih ciljeva.“³

Inovacija je specifičan alat savremenog preduzetnika pomoću kojeg on koristi promjene kao povoljne prilike za neki novi posao ili poboljšanje postojeće proizvodne ili uslužne djelatnosti. Savremeni preduzetnik, ne mora biti inovator,

3 Adrović, S., Preduzetništvo u malom biznisu, Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru, Ekonomski izazovi, Godina 2, broj 4, 2012, str. 85-96.

ali mora poznavati značaj inovacija u poslovanju preduzeća.

Izazovi s kojima se preduzeća stalno suočavaju postaju sve složeniji. Preduzeća se susreću sa sve većom globalnom konkurentnošću, sve većim brojem naučnih saznanja i širenjem novih tehnologija te sve bržim mijenjanjem potreba i zahtjeva kupaca koji smanjuju životni vijek proizvoda te ubrzavaju proces proizvodnje i plasmana proizvoda i usluga. Zato su preduzeća primorana uvoditi inovacije u poslovanje.

Takva aktivnost trebala bi biti rutina za preduzeća svih veličina. Veoma je malo preduzeća koja mogu dugo da se održe bez uvođenja inovacija u poslovanje. Inovacija je potrebna svim preduzećima, od onih najmanjih pa do onih kojima je ona glavna pokretačka sila razvoja. Orijentacija preduzeća na inovacije doprinosi povećanju produktivnosti, odnosno povećanju efikasnosti u procesu pretvaranja sirovina u konačan proizvod. Također se povećava i konkurentnost preduzeća koja se manifestuje kroz rast tržišnog udjela, smanjenje troškova i maksimizaciju profita.⁴ U suštini, svaka vrsta inovacija je povezana s određenim dobitima, koji služe kao glavni motivi za preduzeća da inoviraju.

ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO I INOVACIJE

Žensko preduzetništvo predstavlja svjetski fenomen u razvoju preduzetništva. U američkom časopisu "Journal of Contemporary Business" objavljen je rad "Entrepreneurship: A New Female Frontier" čime je skrenuta pažnja na uzlazni trend ove vrste preduzetništva. Afirmaciji ženskog preduzetništva pridonijela su i brojna istraživanja koja su pokazala kako su žene najbrže rastuća preduzetnička populacija te su preduzetnički poduhvati koje su pokrenule žene značajni u smislu povećanja broja novih radnih mjesta, rasta prodaje i inovacija.

Prema američkoj definiciji koja datira još od 1979. godine žensko preduzeće je „privredni subjekt čijih je barem 51% u vlasništvu žene koja istovremeno vodi i kontroliše preduzeće“⁵ Iako ne postoje precizni statistički podaci pretpostavlja se da preduzeća u vlasništvu žena čine jednu četvrtinu do jednu trećinu svih biznisa u svijetu. Žene preduzetnici značajno utiču na globalnu ekonomiju. O ovom trendu govore sljedeće činjenice: ⁶

- Japan: 23% privatnih firmi osnovale su žene,
- Rusija: žene posjeduju 64% firmi s 10 ili više zaposlenih,
- Kina: žene su osnovale 25% preduzeća od 1978. godine;

4 Galović, T., Uvod u inovativnost poduzeća, Sveučilišni udžbenik – prvo izdanje, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Tiskara, Zagreb, 2016., str. 10.

5 Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I., Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb, 2002.

6 Jalbert, S.E., Women Entrepreneurs in the Global Economy, Center For International Enterprise, Washington D.C., 2000., str. 10.

- Njemačka: žene su osnovale više od 1/3 svih novih biznisa od 1990. godine s preko 1 milion radnih mjesta,
- Mađarska: od 1990. godine žene su osnovale više od 40% svih novih biznisa,
- Poljska: žene su vlasnici 38% preduzeća,
- Meksiko: 32% biznisa u vlasništvu žena su pokrenuti u zadnjih pet godina,
- Francuska: žene vode 1/4 preduzeća,
- Švicarska: žene su vlasnice oko 70% mikro, malih i srednjih preduzeća,
- USA: žene su u vlasništvu 38% preduzeća (8 miliona preduzeća), koje zapošljavaju 27,5 miliona ljudi i stvaraju u \$ 3.6 triliona godišnje prodaje,
- Velika Britanija: žene čine 1/4 samozaposlenog sektora,
- Europska Unija: 1/3 novih biznisa započinju žene.

Inovativne žene se u uspostavi, vođenju i širenju poslovanja susreću s nizom specifičnih izazova i prepreka. Istraživanje koje je 2008. godine provela Europska komisija utvrdilo je tri grupe prepreka razvoju inovativnog preduzetništva za žene, a to su: ⁷

- Kontekstualne prepreke, koje se odnose na izbor obrazovanja i tradicionalne stavove, ali i istereotipe o ženama, nauci i inovacijama;
- Ekonomske prepreke, gdje sektor inovacija zahtijeva obimna investiranja, a žene se smatraju manje finansijski sposobnim od muškaraca, što im onemogućava pristup potrebnim resursima za pokretanje posla;
- Meke prepreke odnose se na nedostatak pristupa tehničkim, naučnim i poslovnim mrežama te nedostatak pristupa edukaciji u oblasti poslovanja, inspirativnih uzora preduzetnica i preduzetničkih vještina.

Inovacije koje kreiraju preduzetnice, individualno, bez logistike i posebne razvojne službe u okviru preduzeća, iako možda kreativno oblikovane, često nisu pripremljene za tržišnu bitku. Zato im je potrebna sistemska podrška. U ukupnom sistemu podrške veoma je bitna institucionalna podrška. Ona može biti sa dva nivoa – državnog i lokalnog. Uloga države jeste da stvori otvoreno i konkurentno okruženje za preduzeća i pojedince koji su se voljni upustiti u inovativne preduzetničke poduhvate i preuzeti rizike koji oni sa sobom nose.⁸

Za razvijanje inovativnih preduzetničkih poduhvata žena od vitalnog je značaja da im se osigura blagovremeni pristup znanju, kroz obrazovanje i nauku. Osnovni cilj savremenih obrazovnih sistema je razvoj kompetentnih učenika i budućih obrazovanih građana, zaposlenika i preduzetnika čije će ideje, znanje i inovacije biti osnovni pokretač razvoja društva i države.

⁷ European Commission: Evaluation on policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship - Final Report, Brussels, 2008., str. 3.

⁸ Jovičić, J., Petković, S.: Inovacije kao čimbenik konkurentnosti privrede s osvrtom na Bosnu i Hercegovinu, Obrazovanje za preduzetništvo – E4E, vol. 6, br. 1, 2016., str. 99-110.

ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO U BOSNI I HERCEGOVINI

Žensko preduzetništvo nema tradiciju u bosansko hercegovačkom društvu. Tradicionalna shvatanja po kojima je muškarac „stub porodice“, spolna diskriminacija te objektivne prepreke kod osnivanja novih biznisa dodatno su uticali na negativan trend kod samozapošljavanja žena.

Rezultati za Bosnu i Hercegovinu, prezentovani u GEM svjetskom izvještaju o ženskom preduzetništvu za 2012. godinu, pokazuju da je:

- stopa ukupne rane preduzetničke aktivnosti (stopa učestalosti pojedinaca koji su aktivno uključeni u vođenje biznisa ne starijeg od 42 mjeseca) za žene preduzetnice dvostruko niža u odnosu na muškarce i iznosi 5%,
- stopa žena vlasnika/menadžera etabliranih biznisa (biznisa starijih od 42 mjeseca) u Bosni i Hercegovini iznosi 4%, dok je ova stopa za muškarce preduzetnike 8%,
- stopa straha od neuspjeha biznisa (procenat osoba koji vidi prilike za započinjanje biznisa, ali bi ih strah od neuspjeha spriječio u tome) kod žena u BiH iznosi 26% i nešto je niža u odnosu na stopu kod muškaraca.⁹

ANALIZA STANJA INOVACIJA U PREDUZEĆIMA KOJA VODE ŽENE NA PODRUČJU MOSTARA

Ciljna populacija bile su preduzetnice s područja Mostara vlasnice mikro i malih biznisa. Anketirano je 50 preduzetnica, a na anketni upitnik odgovorilo je 36 žena.

U prošloj godini registrovano je 340 djelatnosti. Od toga su žene registrovale 129 djelatnosti. Grad Mostar u budžetu grada ne izdvaja sredstva za podsticanje preduzetništva uopšte pa ni žena.¹⁰

Statistička analiza anketnog upitnika

- Starosna struktura ispitanica/preduzetnica:
 - Najzastupljenije su žene između 31 i 40 godina starosti (38,9%), a
 - najmanje one iznad 50 godina (13,9%).
- Obrazovna struktura je sljedeća:
 - Većina žena obuhvaćenih ovim istraživanjem, njih 47,2%, ima završenu srednju školu,
 - 41,6% ima fakultetsku diplomu.
- Prethodno iskustvo ispitanica:

⁹ <http://www.cerpod-tuzla.org/index.php/bs/vijesti/77-preko-126-miliona-zena-poduzetnica-u-svijetu>

¹⁰ Podaci dobijeni iz Službe za privredu Grada Mostara, april 2018.

- Rezultati istraživanja pokazuju da je:
- više od trećine ispitanica bilo nezaposleno prije pokretanja biznisa (38,9%),
- oko 45% žena je bilo ranije u radnom odnosu.
- četvrtina je bila angažovana u privatnom preduzeću, a 19,4% u javnom sektoru.
- 11,2% žena su ušle u preduzetništvo direktno nakon završetka školovanja.

➤ Osnovna djelatnost biznisa:

- Procenat žena koje su prijavile uslužnu djelatnost je 41,6 što je tri puta više u odnosu na broj žena koje su navele proizvodnju kao osnovnu djelatnost (13,9%).

- Trgovina je osnovna djelatnost kod svake pete žene, a svaka četvrta se bavi proizvodno-uslužnom djelatnošću.

➤ Osnovni motivi za pokretanje biznisa:

Po mišljenju žena koje su učestvovalе u istraživanju, glavni motiv za pokretanje biznisa:

- lično ispunjenje i zadovoljstvo u poslu (33,3%).
- želja za samostalnošću i iskorištavanjem znanja i vještina su tipični primjeri pozitivnih podsticaja, a za njih se odlučilo 30,5% žena.

- Zajedno s ova dva, drugo mjesto među prioritetnim motivima zauzima nezaposlenost. Žene koje su pokrenule biznis zbog nezaposlenosti su često vođene finansijskim dobitcima takvog poduhvata. Svaka četvrta žena je mogućnost zarade označila kao jedan od primarnih motiva pokretanja biznisa.

➤ Presudan motiv za pokretanje biznisa:

- Ubjedljivo je više žena koje su pokrenule poslovni poduhvat zbog ekonomske nužde (86,1%),
- a zbog eksploatacije poslovne ideje bazirane na inovaciji tek (13,9%).

➤ Percepcija ispitanica o značenju riječi inovacija u kontekstu njihovog biznisa:

- Na molbu da ukratko opišu značenje riječi inovacija u kontekstu njihovog biznisa nisu se izjasnile sve ispitanice. Ovo je znak da veliki broj žena ne zna šta bi za njihovo poslovanje predstavljale inovacije ili možda nisu sigurne u značenje pa stoga nisu bile ni zainteresovane izjašnjavati se.

➤ Uvođenje inovacija u poslovanje:

Na pitanje „Da li ste do sada uveli inovacije u poslovanje?“ dati su sljedeći odgovori:

- 19,4% žena je odgovorilo potvrdno. Najčešće su to bile fakultetski obrazovane žene starosti između 31 i 40 godina.

➤ Vrste inovacija:

Na pitanje „Koje vrste inovacija ste uveli u poslovanje?“ odgovarale su žene koje su potvrdno odgovorile na prethodno pitanje. Takvih žena je 19,4%. Od svih vrsta inovacija ispitanice su najčešće prijavljivale:

- inovacije proizvoda i usluga (85,7%),
- zatim inovacije organizacije (57,1%), a
- najmanje pažnje ispitanice supoklanjale marketingu (14,3%).

➤ Razlog neuvođenja inovacija:

- Oko 62% ispitanica je navelo da su faktori poput visokih troškova inovacija, otežanog pristupa finansijskim resursima, nedostatka znanja, nedostatka informacija o tržištu itd. bili razlog neuvođenja inovacija u poslovanje,

- 13,8% žena se izjasnilo da je nedostatak kreativne ideje uzrok neinovativnosti.

Interesantno da je gotovo svaka četvrta ispitanica izjavila da nije bilo potrebe za uvođenjem inovacija.

➤ Planiranje uvođenja inovacija u poslovanje:

U pogledu namjere žena obuhvaćenih ovim istraživanjem da pokrenu inovativne aktivnosti, došlo se do sljedećih podataka:

- 11,2% njih se izjašnjava da ne planira da pokrene inovativne aktivnosti,
- 58,3% razmišlja o toj mogućnosti i ima je u planu,
- a 22,2% već radi na tome.

➤ Važnost faktora koji otežavaju ili spriječavaju uvođenje inovacija u poslovanje

- Otežan pristup finansijskim resursima je faktor koji ima najvišu prosječnu ocjenu (4,4) pa konstatujemo da je to najvažnija prepreka s kojom se ispitanice susreću pri pokušaju inoviranja.

- Na drugom mjestu je nedostatak znanja o inovacijama koji je svaka druga ispitanica navela kao izuzetno važnu prepreku.

- Poteškoće u pronalasku partnera i nedostatak informacija o tržištu kao faktori s prosječnom ocjenom 3,7 zauzimaju treće mjesto.

- Visoki troškovi inovacija našli su se na četvrtom mjestu. Za ispitanice najmanju važnost imaju jaka konkurencija na tržištu i nesigurna potražnja za inovativnim idejama.

➤ Značaj strategije i politike nadležnih institucija za stimulisanje inovacija

- Ispitanice prepoznaju nadležne institucije kao značajan faktor stimulisanja inovativnog preduzetništva žena. Na pitanje „U kojoj mjeri bi Vas postojanje odgovarajuće strategije i politike nadležnih institucija stimulisalo da se bavite inovacijama?“ oko 83% ispitanica potvrđuje da bi postojanje strategije i politike nadležnih institucija uvećalo šanse da se bavi inovacijama.

➤ Mjere za podsticanje inovacija

- Budući da su ispitane žene kao najveću prepreku inovacijama označile finansije sasvim očekivano se najčešće i percipiraju kao vrsta podrške koja bi najviše značila da se pokrenu inovativni projekti. Ono što ženama ubjedljivo najviše nedostaje jeste finansiranje inovativnih poduhvata pod povoljnijim uslovima (skraćene procedure, niže i fiksne kamate, duži grejs period, duži rokovi otplate).

Ispitanice su iskazale potrebu i za uspostavljanjem centra za edukaciju. Uz adekvatno osmišljenu strukturu i pažljivo odabrane predavače, centri mogu biti značajan faktor pokretanja inovativnih poduhvata. Jačajući znanja i sposobnosti preduzetnice će biti sposobnije pronaći poslovne prilike.

Implementaciji inovacija u poslovanju pomoglo bi u velikoj mjeri organizovanje personaliziranih oblika podrške. Treninzi bi trebali biti osmišljeni tako da se fokusiraju na znanja i vještine specifične za djelatnost kojom se žena bavi, ali da obuhvate i vještina iz područja poslovnog menadžmenta i vođenja kako bi bile u mogućnosti procijeniti i mobilisati resurse za pokretanje i rast inovativnih poduhvata.

Ispitanice su pokazale zainteresovanost i za uspostavljanje info-punktova koji bi pomogli pri dobijanju tačnih i kvalitetnih informacija. Cilj ove mjere bio bi učiniti dostupnim aktuelne informacije o tržištu, modelima finansiranja, programima edukacije te omogućiti preduzeticama da koriste ove informacije radi generisanja inovativnih aktivnosti.

Jedan od mogućih načina podsticanja inovacija jeste saradnja preduzetnica s organizacijama koje djeluju u oblasti inovacija. Interakcija preduzetnica s timom pojedinaca koji već imaju iskustva s inovacijama može dovesti do razmjene znanja i informacija te pojave inovativnih ideja. Također, preduzetnice u takvoj interakciji uče i stiču vještine inovativnog ponašanja, te su ih u stanju oponašati.

Ispitanice su se izjasnile i da bi im specijalizovane savjetodavne usluge podržane od strane iskusnih stručnjaka bile značajne. Saradnja preduzetnica sa stručnjacima i konsultantima omogućila bi im pristup aktuelnim informacijama o trendovima na tržištu i potrebama potrošača.

SUMIRANJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U provedenom istraživanju došlo se do sljedećih podataka:

- najveću skupinu čine žene koje imaju između 31 i 40 godina, a zatim slijede žene starosti između 41 i 50 godina.
- Svega 11,2% ispitanih žena nema završenu srednju školu, a 41,6% ih je sa završenim fakultetom.
- Oko 45% žena je imalo radno iskustvo prije pokretanja vlastitog biznisa, a 11,2% prethodno nije radilo već su u preduzetništvo ušle odmah nakon okončanja školovanja.
- Djelatnost kojom se ispitanice žene bave najvećim dijelom se odnosi na usluge (41,6%). Četvrtina ispitanica je prijavila proizvodno-uslužnu djelatnost. Najmanje zastupljena djelatnost je proizvodnja, koja je osnovna djelatnost kod svega 13,9% ispitanica.
- Motivaciju žena za otpočinjanje preduzetničke aktivnosti čini kombinacija push (negativnih) i pull (pozitivnih) faktora. Push faktori koji su odveli žene u preduzetništvo su nezaposlenost i ideja da preduzetništvo omogućava usklađivanje karijere s porodičnim obavezama. Pull faktori su oblikovani u potrazi žena za ličnim zadovoljstvom i samostalnošću, iskorištavanjem znanja i vještina te finansijskim dobitkom. Kada je riječ o presudnom motivu pokretanja biznisa 86,1% ispitanica je navelo da su se u preduzetništvo angažovale zbog ekonomske nužde odnosno nedostatka drugih mogućnosti zapošljavanja.
- Procenat ispitanica koje je realizovale inovacije u svom poslovanju je 19,4. Očekivano mlađe žene i one s fakultetskim obrazovanjem više uključuju inovacije u svoje poslovanje. Pretežno su to inovacije proizvoda i usluga i u nešto manjem obimu inovacije organizacije.
- Ispitanice su navele da je najvažniji faktor koji je ograničavao inovacije otežan pristup finansijskim resursima, pa se može konstatovati da je glavna prepreka razvoja inovativnih ženskih preduzetničkih poduhvata otežan pristup finansijskim resursima. Pored toga, njihove inovativne aktivnosti su usporene i zbog nedostatka informacija koje se odnose na tržište a koje bi bile potrebne za razvoj inovacija
- Oko 40% ispitanica je navelo da su slabo upoznate s postojanjem podrške uvođenju inovacija u poslovanje od strane nadležnih institucija. Ipak, one su prepoznale nadležne institucije kao značajan faktor stimulisanja inovativnog preduzetništva

i istakle da bi ih postojanje adekvatne politike i strategije stimulisalo da se bave inovacijama. Na osnovu navedenog može se konstatovati da nedostatak odgovarajuće strategije i politike nadležnih institucija djeluje destimulirajuće na razvoj inovativnih ženskih preduzetničkih poduhvata

- Uprkos ovim preprekama i izazovima, istraživanje je pokazalo da postoji interes ispitanica za inovativne aktivnosti pa bi ih trebalo podržati određenim mjerama kako bi se pretvorile u konkretnu akciju. Prije svega, ispitanice izjavljuju da je neophodno poboljšati pristup finansijskim resursima. To je moguće učiniti uspostavljanjem posebnih i povoljnijih kreditnih linija, alternativnih izvora finansiranja, te stvaranjem namjenskog fonda za finansiranje inovativnih poslovnih ideja. Pored finansijskih vidova pomoći ispitanicama su važni i nefinansijski. Više od 90% ispitanica se složilo da je neposjedovanje znanja o inovacijama ograničavajući faktor razvoja inovativnih ženskih preduzetničkih poduhvata. Stoga bi im različiti vidovi edukacije mogli pomoći da steknu znanja i vještine kako bi unaprijedile svoje poslovanje, upustile se u inovativne poduhvate i smanjile mogućnost njihovog neuspjeha.

ZAKLJUČAK

Žensko preduzetništvo je novija disciplina u okviru područja preduzetništva. Često se prepoznaje kao nedovoljno razvijen i iskorišten ekonomski potencijal u savremenim društvima. Kroz preduzetničke aktivnosti žene doprinose stvaranju nove vrijednosti, kreiranju novih radnih mjesta, poboljšanju društvenog i vlastitog ekonomskog blagostanja.

Tema inovacija u ženskom preduzetništvu je bez osnova zanemarena i nedovoljno istražena. Opće je poznato da inovacije imaju ključno mjesto u podsticanju rasta proizvodnje, produktivnosti i konkurentnosti preduzeća i razvoja privrede u cjelini. Nema sumnje da će sposobnost inoviranja i uspješnog donošenja inovacija na tržište biti odlučujuća determinanta globalne konkurentnosti. Ovaj rad je imao za cilj dati okvirnu sliku stanja inovativnosti u preduzećima koja vode žene na području Mostara.

Na bazi sprovedenog istraživanja može se reći da je inovativna aktivnost preduzeća u vlasništvu žena prilično slaba. Utvrđeno je da se žene u preduzetništvo angažuju u većoj mjeri zbog ekonomske nužde odnosno nepostojanja drugih/boljih mogućnosti zapošljavanja nego što su u tu aktivnost privučene postojanjem dobre poslovne ideje bazirane na inovaciji

U radu su se ispitali faktori koji sputavaju razvoj inovativnog preduzetništva žena. Slaba inovativna aktivnost se može objasniti glavnim problemima s kojima se žene susreću, a to su: visoki troškovi inovacija, otežan pristup finansijskim resursima, nedostatak znanja o inovacijama, poteškoće u pronalasku partnera

za razvoj inovacija, nedostatak informacija o tržištu, nesigurna potražnja za inovativnim idejama i jaka konkurencija na tržištu. Rezultati istraživanja pokazuju da je najznačajniji faktor koji je spriječavao inovativnu aktivnost finansijske prirode, odnosno otežan pristup finansijskim resursima.

Inovativne aktivnosti preduzeća određuju odgovarajuće inovativne politike koje bi trebale da podrže inovacije u preduzećima i smanje prepreke za njihovo ostvarivanje. Inovacije ne nastaju same od sebe. Njihov nastanak se zasniva na djelovanju sposobnih i kreativnih ljudi u dinamičnom i podsticajnom okruženju. Najvažnije institucije koje utiču na ekonomsko okruženje su vlada i lokalne vlasti. Vlada je odgovorna za uspostavu odgovarajućeg zakonodavnog okvira koji će podsticati rast i razvoj inovativnog malog preduzetništva, te oblikovati politike u funkciji njegove tržišne održivosti. S druge strane, lokalna vlast, koja je svjesna svoje proaktivne uloge u upravljanju procesima lokalnog ekonomskog razvoja, može odigrati odlučujuću ulogu u stvaranju pogodnog poslovnog ambijenta za stimulisanje nastanaka i razvoja inovacija. Žene koje su učestvovalе u istraživanju su istakle da bi postojanje adekvatne politike i strategije uvećalo šanse da se bave inovacijama.

Primjena inovacija zahtijeva pojedince koji su obrazovani i sposobni da analiziraju i razvijaju inovativne odgovore na probleme. Uvođenje inovacija u poslovanje zahtijeva pripremu žena na taj poduhvat kroz suštinska znanja i razvoj i oblikovanje odgovarajućih stavova koji podržavaju inovacije. Preko polovine žena, koje su učestvovalе u istraživanju, navodi da namjerava u budućnosti implementirati inovacije u poslovanje, ali tvrde da ih nedostatak znanja ograničava da svoje ambicije i ostvare.

U cilju povećanja stope inovativnih preduzetničkih poduhvata žena potrebno je mijenjati stavove društva prema anagažmanu žena u preduzetništvu, sprovesti politike koje će podržati razvoj inovacija u malim preduzećima koja vode žene, omogućiti povoljnija finansijska sredstva, osnivati fondove za inovativne ideje, osvijestiti žene mogućnosti koje inovacije nude, te ohrabrivati ih na dodatno obrazovanje i stalno usavršavanje, što će se sigurno pozitivno odraziti na privredni razvoj na lokalnom i nacionalnom nivou.

LITERATURA

1. Adrović, S., Preduzetništvo u malom biznisu, Internacionalni - Univerzitet u Novom Pazaru, Ekonomski izazovi, Godina 2, broj 4, 2012.
2. Drucker, P.F., Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles,

- Harper and Row, New York, 1985.
3. European Commission: Evaluation on policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship - Final Report, Brussels, 2008.
 4. Galović, T., Uvod u inovativnost poduzeća, Sveučilišni udžbenik – prvo izdanje, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Tiskara, Zagreb, 2016.
 5. Jalbert, S.E., Women Entrepreneurs in the Global Economy, Center For International Enterprise, Washington D.C., 2000.
 6. Jovičić, J., Petković, S., Inovacije kao čimbenik konkurentnosti privrede s osvrtom na Bosnu i Hercegovinu, Obrazovanje za preduzetništvo – E4E, vol. 6, br. 1, 2016.
 7. Miošić Lisjak, N., Ćurlin, I., Žene i poduzetništvo, The Star Network of World Learning, Zagreb, 2002.
 8. OECD, Eurostat, Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition, OECD Publishing, Paris, 2005.
 9. Službe za privredu Grada Mostara, april 2018.
 10. <http://www.cerpod-tuzla.org/index.php/bs/vijesti/77-preko-126> miliona-
zeta poduzetnica-u-svijetu