

ФАКТОРИ УСПЈЕШНОСТИ ЖЕНА У ПРЕДУЗЕТНИШТВУ

INDICATORS WHICH DEMONSTRATE SUCCESSFUL FEMALE LEADERS IN ENTREPRENEURSHIP

Ненад Лалић

Универзитет у Источном Сарајеву, Факултет пословне економије Бијељина,
Република Српска, Босна и Херцеговина
nenad.lalic@yahoo.com

Олга Тмушић

Република Српска, Босна и Херцеговина
o.tmusic@hotmail.com

Соња Пајкић

Студент II циклуса студија, Lauder Business School, Аустрија
pirate_sonia@hotmail.com

Абстракт: У посљедњих двадесет година, жене су оствариле значајан напредак у области здравства, образовања, политике и економије. Предузетништво је кључни инструмент за економски развој и одрживост широм свијета. Жене чине половину свјетске популације, па им је неопходно омогућити да конструктивно учествују у економским активностима својих земаља. Идентификоваћемо и анализирали факторе који утичу на креирање профила предузетница. Знање, вјештине, мотивација и поштовање подстичу женско предузетништво. Жене се међусобно стимулишу и подстичу на предузетништво, али не постоје свеобухватна истраживања фактора који утичу на успјех жена у Босни и Херцеговини. Упоредно са истраживањем, коауторке овог рада ће покренути сопствени бизнис и пратити развој на самом тржишту.

Кључне ријечи: Женско предузетништво, фактори, мотивација, успјех

Abstract: In the last twenty years, women have made significant progress in health, education, politics and economics. Entrepreneurship is a key instrument for economic development and sustainability around the world. Women make up half the world population, therefore it is necessary to allow them to constructively participate in the economic activities in their countries. Knowledge, skills, motivation and respect encourage female in entrepreneurship, hence women stimulate and inspire each other to start their own business. The main issue is the lack of comprehensive studies that indicate certain factors which are affecting the success of women in entrepreneurship

in Bosnia and Herzegovina. The purpose of the study is to research existing literature and support arguments, with relevant evidence, which are recognized as significant in acquirement of successful female entrepreneur. Along with the study, co-author of the paper will found their own business and monitor development and success in the market.

Key Words: *Female Entrepreneurship, Factors, Motivation, Success*

УВОД

Жене у предузетништву представљају битан ресурс привредног развоја и посљедњих година су почеле да стичу једнака права као и мушкарци у свим сферама живота. Пред женама је задатак да мијењају, већ утврђене, моделе друштва који фаворизују улогу мушкарца у пословном свијету и да разбију предрасуде и традиционална вјеровања. Иновативне жене захваљујући предузетништву могу да афирмишу своје пословне способности. Кроз овај рад желимо да идентификујемо и анализирамо факторе који жене мотивишу да покрену сопствени бизнис, али исто тако и оне који их задржавају и захваљујући којима опстају у борби на тржишту. Искуства предузетница представљају темеље и основе за прилагођавања у планирању и спровођењу политика које су усмјерене у процесу побољшавања улоге и значаја жена у предузетништву.

1. ПРЕГЛЕД И АНАЛИЗА ДОСАДАШЊИХ ИСТРАЖИВАЊА

Према савременој дефиницији предузетништво је скуп људских активности на креирању и иновативном комбиновању ресурса ради остваривања одређеног пословног подухвата (Вукмиворвић, Лалић, 2015:19). Бројна истраживања су показала да жене у предузетништву посједују мотивисаност, упорност, дозу агресивности, лидерске особине и склоне су преузимању ризика. Савремена жена жели независност и самосталност. Постоје митови и предрасуде који се односе на жене које су на руководећим позицијама у фирмама, али ове форме бизниса имају значајну стопу преживљавања. Без обзира на промјене у друштву и на бољи положај жена у високом образовању, процесу запошљавања, политичком оснаживању и економској независности, и даље је присутна полна асиметрија (Schindehutte, Morris, Brennan, 2003).

Пред женама се постављају захтјеви, изазови и бројна питања. Уколико жена жели директорску позицију, неопходно је да ради прековремено, да демонстрира личне амбиције и да показује озбиљну лојалност према пословној организацији (Daily, Certo, Dalton, 1999). Ранија истраживања показују да породични живот и мала дјеца утичу на напредак каријере, док жене 21. вијека покушавају да направе равнотежу између посла и породице. Потребно је разумјети природу и факторе који су критични за успјех жене у предузетништву и представити реалнију слику о томе шта покретање новог бизниса подразумјева (Winn, 2004:151). Истраживање на тему балансирања између професионалних и личних потреба и утицаја на развој предузећа је релативно неистражена област. У Босни и Херцеговини се овим питањем мање бавила научна заједница, а више невладине организације, које организују семинаре, едукације и конференције на тему планирања и руковођења. Политичка

заједница улаже напоре и подстиче жене да покрену сопствени бизнис. Независност у сваком смислу је оно што стимулише жену, док је кривица због недостатка времена и пажње према породици спутава. Профилисање (локалне) пословне жене је кључно питање које се намеће у овом истраживању, док је одговор у факторима које посједују успјешне предузетнице.

2. АНАЛИЗА ФАКТОРА КОЈИ УТИЧУ НА КРЕИРАЊЕ ПРОФИЛА ПРЕДУЗЕТНИЦА

Предузетник је менаџер спреман да предузме пословни подухват и који преферира ка креирању промјене и коришћењу потенцијала који се у њој крију умјесто да ефикасно одражава постојеће ресурсе организације (Бобера, 2010: 19). Предузетници имају предност над осталим професијама, јер имају висок ниво образовања, завидне приходе, имају углед и статусни положај у друштву као значајна професионална група која се бави пословним управљањем (Лалић, 2016:101).

Предузетнице су власнице предузећа и њиме управљају. Изучавајући предузетништво и особине предузетника, мушкарци и жене који су успјешни предузетници имају исте карактеристике, а то су: иновативност самопоуздање, прихватање ризика, профитна оријентација и слично. Анализирајући успјешне предузетнице јасно се кристалишу фактори који мотивишу жене да се баве предузетнишвом, а са друге стране су и фактори који их ограничавају. Истраживања показују да су предузетнице високо образоване и више користе савремену технологију од својих мушких колега, и представљају економску силу на коју треба рачунати за одрживи економски опоравак (Karacostas 2012, Sisson 2010). Осим тога, предузећа која су у власништву жена имају тенденцију смањивања ризика, како би њихов лични и пословни живот били у хармонији (Kepler and Shane 2007). Жене се одлучују на покретање сопственог бизниса како би креирале позитивно радно окружење. Изазов је оно што их мотивише као и стицање независности. Посебан фактор који утиче на жене је флексибилно радно вијеме, јер тако могу успјешно да балансирају између породице и посла. Овај фактор разликује предузетништво жена и мушкараца и представља један од кључних мотивационих фактора за жене. Самопоштовање, признање, самоопредељење, а крајњи циљ каријера су кључни покретачи за женско предузетништво. Каријерни пут жене је сазидан од потенцијала, спремности, склоности ризику како би се постигао жељени циљ. Економска нестабилност, незапосленост и развод могу да приморају жене у предузетничке активности. Са појавом медија, жене су постале свјесне својих квалитета и пословних могућности. Ограничавајући фактори се односе на недостатак неопходног знања и искустава за започињање бизниса. Одсуство самопоуздања дестимулише жене и никада не реализују своје идеје.

3. ИСТРАЖИВАЊЕ ТРЕНУТНОГ СТАЊА

GEM (глобални монитор предузетништва) има за циљ да постане водећи извор информација и анализа о предузетништву широм свијета. Односи се на мјерење разлике у нивоима ране фазе предузетничких активности између земаља, открива факторе који одређују ниво предузетничке активности и идентификује политике које могу повећати ниво предузетничке активности. Жене у Босни и Херцеговини имају позитивне перцепције према сопственим способностима, односно према посједовању вјештина и знања које су потребне за покретање бизниса.

Табела број 1. Ставови популације жена старости од 18. до 64. године везано за уочене прилике, способности, предузетничке намјере и страх од неуспјеха у Босни и Херцеговини

БиХ	Уочене прилике	Уочене способности	Предузетничке намјере	Страх од неуспјеха
	36,2	51,2	13,3	30,7

Извор: GEM испитивање одрасле популације 2010.

Чак 51,2% жена од укупног броја обухваћених GEM истраживањем, сматра да посједује адекватна знања и вјештине за покретање посла. Жељели смо да истражимо колико је жена спремно да започне нови бизнис и да се упусти у „предузетничке воде“. Истраживање је спроведено на узорку од 150 особа женског пола, кроз анонимну анкету која је била доступна на друштвеним мрежама четири дана.

1. Старосна структура?

до 18 година	0	0%
19 до 25	68	46,00%
26 до 35	60	40,00%
36 до 45	11	7,00%
46 до 60	11	7,00%
преко 60	0	0%

Највећи проценат испитаника припада старосној структури од 19 до 35 година. У Босни и Херцеговини је запажен већи број младих жена које се одлучују за предузетништво (18 до 24 године) и не постоји значајно одступање заступљености предузетница осим у позној доби (55 до 64) којих је мало.

2. образовање?

Основна школа	0%
Средња школа	28,90%
Виша/висока	47,40%
Мастер/магистарски	23,70%
Доктор наука	0%

Медији најчешће промовишу приче о успјешним предузетницама које имају нижи ниво образовања. GEM истраживања показују да жене предузетнице, углавном, имају завршено средње или више образовање. Ниво образовања предузетница се повећава како земља напредује ка вишим фазама развоја.

3. Град?

Бања Лука	1,33%
Добој	1,33%
Приједор	2,00%
Тузла	2,67%
Зворник	4,00%
Угљевик	6,00%
Сарајево	8,67%
Брчко Дистрикт	17,33%
Бијељина	56,67%

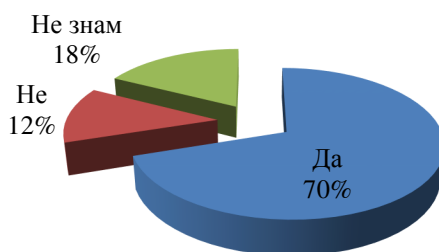
Највећи проценат испитаница је из Бијељине, зато што је и највећи проценат пријатеља на друштвеним мрежама из нашег града.

4. Запослење?

Незапослена	30,00%
Приватни сектор	30,00%
Јавни сектор	17,50%
Студентика	15,00%
Пензионерка	0%
Предузетница	7,50%

Особе укључене у рану предузетничку активност су се одлучиле за предузетништво, јер нису имали другу опцију за запослење.

5. Да ли бисте покренули сопствени бизнис?



Истраживање показује да је чак 70% испитаница спремно и има жељу да покрене сопствени бизнис. Испитанице су указале на ограничења која утичу на покретање сопственог посла, више од половине истиче недостатак финансијских средстава и недовољно информација. Жене ограничава и мањак самопоуздања и подршке од породице и пријатеља. Испитанице њих 10,50% не би покренуле сопствени посао, јер су задовољне тренутним. Као што смо већ

навели, свуда у свијету, па тако и код нас економска неопходност и независност представљају главне мотиве потенцијалних предузетница. Испитанице стимулишу и успјешне приче из окружења. Најсмјелије су истакле да их мотивише жеља да се испитају крајње границе предузетничке идеје.

4. КРЕИРАЊЕ АМБИЈЕНТА ЗА РАЗВОЈ ЖЕНА У ПРЕДУЗЕТНИШТВУ

Жене су мало укључене у политички живот, у Парламенту БиХ има девет посланица, док у Скупштини Града Бијељина само једна одборница. У посљедње вријеме се све више говори о подршци државе и локалне власти предузетништву, рационализацији прописа и процедура, различитим тијелима и агенцијама које постоје у сврху подршке и подстицања предузетништва и унапређењу привредног амбијента. Неопходна су истраживања, праћења и анализа пословања како би се идентификовао значај женског предузетништва у привреди. Развојем предузећа, жене постају значајне у националној привреди док економија земље извучи добит из смањеног сиромаштва, смањења незапослености и привредног раста. Потребна су умрежавања и нова знања.

Да би имао најпапетније људе, немој престати да учиш (Tisen, Andrisen, Depe, 2006:160). Улагање у формално и неформално образовање жена, јер су образоване жене су продуктивније, али и своју дјецу ће одгајати и образованију. На овај начин би се тренутна улагања могла вишеструко вратити на привредном и друштвеном плану.

Савремено пословање је динамично, па предузетнице морају непрестано да стичу нова знања из области рачуноводства, технике и информационих система, маркетинга, организације и руковођења. Предузетнице које прихватају промјене, могу лакше да развију лидерске компетенције. Савремени теоретичари лидерства идентификују да се додатна вриједност најбоље постиже кроз визију и спровођење вођства на такав начин да се промовише идеја „купити“ од пратиоца/сљедбеника (Avolio, Bass, 2002).

Кроз овај рад жељели смо да направимо корак напријед када је у питању израживање. Истражили смо тржиште и открили да су атрактивни производи ручне радиности, док се посебно издвајају производи направљени од мерино вуне. Ови производи су веома скупи и нису доступни свима и потражња за њима је активна у зимским мјесецима. Из тог разлога смо одлучили да понудимо производе који су направљени од памучних трака, изгледом подсећају на мерино производе, али су доста јефтинији. Сваки производ је јединствен, међутим нема продаје без дефинисања цијене.

Приликом одређивања цијене потребно је узети у обзир трошкове материјала и трошкове радне снаге. Трошкови рада треба да обухвате вријеме које је потребно да се направи производ и фотографише исти. За иновације је потребна лична ефикасност.

Степен ефикасности функционисања захтјева промјене. Сама чињеница да увођење иновације изазива узбуђење и привлачи многе друге људе, значи да иноватор мора да буде у праву већ први пут. Иновација заснована на знању са собом носи велики публицитет, улагања и профит. Ова иновација је један од

најтежих путева, али обезбјеђује велику славу (Лалић, Матовић, Тмушић, 2016:238). Циљ је покретање бизниса и у исто вријеме стварање идентитет брэнда. Креирање идентитет брэнда на самом почетку може да одигра кључну улогу у успјеху овог бизниса. Брэнд Diente de Leon треба да асоцира купце на маслачак, али и топлину у исто вријеме. Брэнд би се градио на друштвеним мрежама, instagram и pinterest профили су креирани и направљене су фотографије производа. Пријатељи и окружење су заинтересовани за домаће и квалитетне производе, али је продаја планирана од септембра 2017. године.

Слика број 1. Pinterest профил



ЗАКЉУЧАК

Захваљујући предузетништву, иновативне жене афирмишу своје пословне способности и буди се свијест о потреби развоја женског предузетништва. Женско предузетништво је неискоришћен ресурс економског раста. Предузетништво има огроман потенцијал у оснаживању жена и представља покретачку снагу за економски развој, отварање нових радних мјеста, лични развој и самооснаживање. Женско предузетништво је неопходно за дугорочни економски раст у данашњем свијету, када жене више нису традиционалан ресурс ограниен на сферу домаћинства и породице. Многа истраживања су показала да се предузетнице фокусирају на стварање заједничког радног окружења, дијеле информације и снагу, посједују демократски менаџерски приступ и воле тимски рад. Позитивна мишљења и ставови према предузетништву су повезани са повољним статусом предузетница и медијском пажњом која им се поклања. Све већи број пројеката усмјерених на развој женског предузетништва је допринио оснаживању жена у одлуци да постану предузетнице. Веома је важно да се подстакне дугорочни женски предузетнички ангажман у циљу подстицања друштвено-економског развоја.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] B.J. Avolio and B.M. Bass (2002), *Developing Potential Across a Full Range of Leadership*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- [2] C.M. Daily, S.T. Certo & D.R. Dalton, (1999), A decade of corporate women: Some progress in the boardroom, none in the executive suite, *Strategic Management Journal*
- [3] Д. Бобера, (2010), *Предузетништво*, Суботица: Економски факултет у Суботици
- [4] E. Kepler and S. Shane, (2007), *Are male and female entrepreneurs really that different?* Small Business Research Summary, Report number 309
- [5] J. Winn, (2004), *Entrepreneurship: not an easy path to top management for women*, *Women in Management Review*, Vol. 19
- [6] M., Schindehutte, M. Morris, & C. Brennan, (2003), *Entrepreneurs and Motherhood: Impacts on Their Children in South Africa and the United States*. *Journal of Small Business Management*
- [7] Н. Вукмировић, Н. Лалић, (2016), *Лидери у предузетништву*, Бањалука-Бијељина: Факултет пословне економије
- [8] Н. Лалић, (2016), *Предузетништво и одлучивање*, Брчко: Економски факултет
- [9] Н. Лалић, Д. Матовић, О. Тмушић, (2016), *Планирање и управљање спортским организацијама*, Андрићград: Економија данас, Слободе, конкуренција, субвенције
- [10] N. Sisson, (2010), *NTop 20 women for entrepreneurs to follow on Twitter*, Forbes S. Karacostas, (2012), *Women entrepreneurs & social marketing - a natural fit*, Topic: small business marketing
- [11] R. Tisen, D. Andrisen, F.L. Depre, (2006), *Дивиденда знања*, Нови Сад: Адижес