

Modeli podrške razvoju ženskog preduzetništva

Rezime: U ovom radu su razmatrani savremeni trendovi razvoja preduzetništva i modeli podrške njegovom razvoju. Posebna pažnja je posvećena različitim modelima za podršku razvoju ženskog preduzetništva. U radu je dat usporedni prikaz modela u razvijenim zemljama i zemljama u tranziciji sa naglaskom na modele koji mogu poslužiti kao primjeri dobre prakse za RS i BiH.

Ključne reči: trendovi razvoja preduzetništva, žensko preduzetništvo, modeli podrške preduzetništvu, tranzicija, dobra praksa.

Summary: This article analyzes modern trends of entrepreneurship development and models for its support. Focus is given on specific models for support and development of entrepreneurship for women. The article gives a parallel review of models used in undevelopment countries and in transition economies, emphasizing the models that can be used as an example of good practice in RS and BiH.

Keywords: Entrepreneurship development trends, women entrepreneurship, entrepreneurship support models, transition, good practice.

1. UVOD

Globalizacija, inetranacionalizacija i sveopšta tehnologizacija poslovanja unose veoma brojne i značajne promjene u savremeno poslovanje.

Nova tehnologija i njena primjena u poslovanju igra sve veći značaj za povećanje konkurentne sposobnosti preduzeća. Internacionalizacija poslovanja i međunarodna saradnja sve više brišu granice između zemalja. Međutim, paralelno sa ovim trendovima sve značajniji trend je i sve veća prisutnost žena u domaćem i međunarodnom preduzetništvu.

* Rad je primljen 13. novembra 2005. godine

** Ekonomski fakultet, Banja Luka, Republika Srpska, vukmirov@teol.net

Politička i ekonomska transformacija mnogih zemalja prema demokratskim društvima uslovala je promjenu u odnosu među polovima. Pitanje ravnopravnosti polova i potreba za jednakim pravima polova kako u društvenom tako i u poslovnom životu posebno dobija na značaju.

Bitan potencijal za razvoj globalne ekonomije predstavlja žensko preduzetništvo. Žensko preduzetništvo utiče na smanjenje nezaposlenosti, osnivanje biznisa u novim sferama, primjenu novih tehnologija i razvoj preduzetništva.

Ova konstatacija skreće pažnju na trendove razvoja ženskog preduzetništva u razvijenim zemljama, ali i u zemljama u razvoju u koje spada i BiH.

U radu se istražuje da li žene preduzetnici imaju neke svojstvene karakteristike i šta ih podstiče na preduzetništvo. Takođe, identifikuje se koje su to prepreke na koje žene nailaze u osnivanju novih poslova i kakvu podršku bi im trebalo pružiti u cilju podsticanja preduzetništva.

Osnovni cilj ovog rada jeste skretanje pažnje na neiskorištene mogućnosti koje leže u ženama preduzetnicima. Na osnovu identifikovanih problema i iskustava drugih zemalja opisanih u radu, mogu se definisati inicijative i dobre prakse za podršku ženama preduzetnicima koje se mogu primjeniti u domaćim uslovima.

Rad završava opisom organizacija i programa koji postoje i primjenjuju se u drugim zemljama, a pokazali su uspjeh u stvaranju pozitivne klime za razvoj ženskog preduzetništva.

2. MODELI I TRENDOWI RAZVOJA PREDUZETNIŠTVA U BRZORASTUĆIM EKONOMIJAMA

Očigledno je da poslije određene krize, sve više ljudi razmišlja o otvaranju sopstvenog malog biznisa. Kada se masovnije mijenja odnos prema malom biznisu, mijenja se i opšte mišljenje da mali biznis omogućava, prije svega zapošljavanje, povećanje prihoda građana i umanjuje strah od otpuštanja viška zaposlenih u velikim korporacijama.

Istraživanja su pokazala, a statistika potvrdila da mali biznis nije izgubio svoju dinamiku u razvoju. Danas, u svijetu ima oko 300 miliona preduzeća. Od toga učešće malih firmi je preko 70%, što znači da malih preduzeća ima preko 210 miliona. To je izuzetno veliki potencijal koji se sve više proširuje. Od 1990. do 2005. u Americi je otvoreno 13,5 miliona novih radnih mjesta. U Njemačkoj se svake godine otvara oko 90 000 novih firmi. U Finskoj gdje gotovo i nema nezaposlenosti 96% ukupnog broja preduzeća čine organizacije malog biznisa i zahvaljujući njima nema nezaposlenih (vidi /10/ str.39). Pitanje je kuda se pomjera aktivnost malih preduzeća? Pomjera se prema uslugama, odnosno intelektualnim poslovima: 60% zapošljavaju intelektualne usluge, 14% proizvodnja, 4% poljoprivreda, a ostatak otpada na sve ostale privredne grane.

Treba napomenuti da se 60% intelektualnih usluga odnosi na bankarstvo, osiguranje, zdravstvo, sudstvo, stručno obrazovanje itd., a postoji i trend daljeg rasta ovih usluga. Kriza i bankrotstvo u Italiji su dovela do stvaranja tzv. BIC modela (Biznis Investicioni Centri) i do modela Emilio Romano gdje je stvoreno partnerstvo između države, nauke i uglednih preduzetničkih porodica. Rezultat toga je bio da je najprije ublažen, a potom i riješen problem nezaposlenosti. Danas je nezaposlenost u Italiji ponovo porasla pa se ponovo traže novi modeli podrške malim i srednjim preduzećima u kojima se najbrže otvaraju nova radna mjesta. Kriza čelika i kriza ekologije u Americi doveli su do rađanja najpoznatijeg modela poslovnih inkubatora u svijetu (Pitsburg) i naučnih parkova (Silicijska dolina).

Irski model državnih agencija pokazao se kao vrlo efikasan. Irska, iako veoma siromašna i oskudna resursima danas nema nezaposlenih. Procenat od 4-6% nezaposlenih smatra se punom zaposlenošću. Bruto proizvod Irske per capita kreće se preko 20 000 \$.

U Južnoj Koreji postoji specifičan model (koji je primjenjiv i u RS/BiH), a to je model "državnih preduzetnika". U ovoj državi postoji 2 700 ljudi obučanih i preduzetnički preferiranih, koji firmu otvore i pomognu sve što joj je potrebno za njen start, a kada firma "kreće sa poslovima", oni odlaze i rade na pokretanju novih preduzeća. Tehnološke promjene čine da proizvodnja malih kretanja, ili startova, ili promjena u proizvodima bude izvodljiva, dakle, fleksibilna. One omogućavaju fleksibilan odgovor na mijenjanje i fragmentaciju što ranije nije bilo moguće. To pogoduje razvoju malih firmi. Koncept vođenja biznisa ponudom od 1990. do 2000. godine je marketinški zamjenjen model biznisa vođenog potrošačem-prosumentom. To je model 2000.-2010. godina prema kome su kupci povezani i obuhvaćeni potrošačkom revolucijom, tj. virtuelnom ekonomijom. "Ne morate imati ništa na zalihama, ne morate proizvoditi sve proizvode, već samo jedan dio robe imati na kompjuteru". To je najnoviji trend u poslovanju putem Interneta. (vidi /10/ str. 40).

Model koncentričnih mreža (Izraelski model) omogućava pojedinačnim porodičnim firmama da u tri koncentrična kruga povežu 10x10x10 porodica. Prvi krug od 10 porodica veže za sebe po 10 novih porodica koje čine drugi krug, odnosno mrežu ili grozd. Na svaku od tih 100 porodica, u drugom krugu vezuju se po 10 novih koje čine ukupno 1000 porodica, odnosno učesnika, čija mala ulaganja od 3 do 4 000 \$ se množe i daju iznos od 3 do 4 miliona \$ za zajedničke preduzetničke poduhvate. Ove porodice u okviru tih koncentričnih krugova stvaraju kreditne zadruge, negdje i banke, koje omogućavaju i pomažu novim porodicama da razvijaju svoj biznis. Trend je novi i interesantan za BiH čije je stanovništvo prilično siromašno.

Novi trend u Škotskoj, Engleskoj, Njemačkoj je mini-mini ili home-home business. Siromašni srednji sloj koji ima niska primanja i ne zarađuje dovoljno za kućni budžet vode određene poslove u kući (npr. u Lihtenštajnu u vrijeme zimske sezone se prave najbolje proteze koje se prodaju u svijetu). Mini-mini

biznis postoji i u Sloveniji (u drvnj indsutriji) i dopunjuje kućni budžet i poboljšava ga.

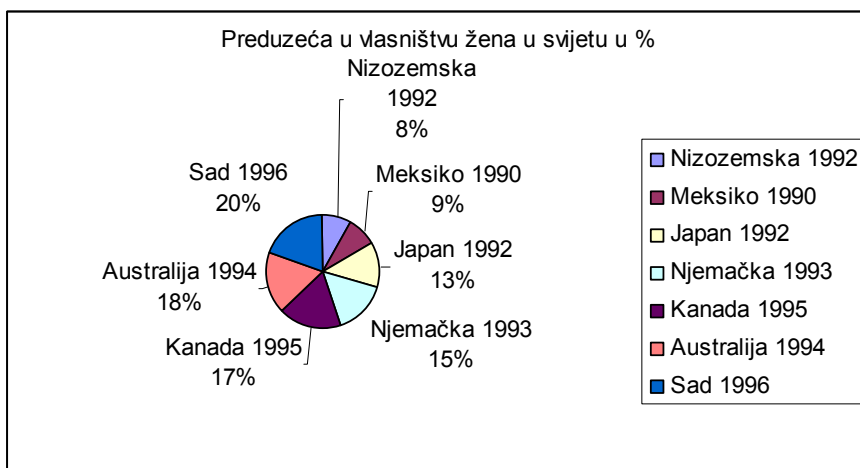
U Srbiji je osnovana jedna centralna Agencija za inoavcije koja je povezana sa raznim saveznim inovatorima i lokalnim centrima.

Konačno, model nezavisnog pregovaranja i mreža malih firmi, pogodan je za velike sisteme. U ovom modelu postojeća integrisana firma od 2 000 ljudi razlaže se na 10 firmi po 200 zaposlenih. Dugi model je podugovaranje, a primjenio ga je General Motors, kada je bio u krizi. Japanske firme idu na tzv. podugovaranje po sistemu "što manje proizvodimo u svojoj firmi". Na taj način se formira veliki broj malih kooperantskih preduzeća sposobnih da se brzo prilagođavaju promjenama na tržištu.

3. OSVRT NA TRENDOVE I RAZVOJ ŽENSKOG PREDUZETNIŠTVA

3.1. Žensko preduzetništvo u razvijenim zemljama

Ženskom preduzetništvu kao fenomenu današnjeg doba sve donedavno se pridavalo veoma malo pažnje. Prvi značajni naučni radovi na ovu temu javljaju se 1976. godine. 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. Primjera radi, prema statističkim podacima iz 1972. godine oko 4,6 % svih US biznisa su vodile žene. Danas se situacija znatno izmijenila. Između jedne četvrtine i jedne trećine svih biznisa u svijetu danas vode žene sa stopom rasta i do dva puta, u odnosu na nacionalni prosjek u USA. Firme u vlasništvu žena u svijetu čine između 1/3 i 1/4 svih biznisa u svijetu.



Grafikon 1. - Firme u vlasništvu žena u svijetu

O ovom trendu, sljedeće činjenice govore same za sebe: (vidi /4/ str.27.)

- Japan: 23 % privatnih firmi osnovala su žene,
- Rusija: žene posjeduju 64 % firmi sa 10 ili više zaposlenih,
- Kina: žene su osnovala više od 25 % preduzeća od 1978. godine,
- Njemačka: žene su osnovala više od 1/3 svih novih poslova od 1990. godine sa preko 1 milion radnih mjesta,
- Mađarska: žene su od 1990. godine osnovala više od 40 % svih novih poslova,
- Poljska: žene su vlasnici 38 % svih preduzeća,
- Meksiko: 32 % poslova u vlasništvu žena su pokrenuti u zadnjih pet godina,
- USA: žene su u vlasništvu 38 % svih firmi (8 miliona firmi), koje zapošljavaju 27,5 miliona ljudi i stvaraju u \$ 3.6 triliona godišnje prodaje,
- Velika Britanija: žene čine jednu četvrtinu privatnog sektora,
- Evropska Unija: 1/3 novih poslova započinju žene.

Po istraživanjima UN-a iz 1995. godine dvije promjene koje su nastupile u zadnjih deset godina uticale su na uspostavljanje pozitivne klime za razvoj ženskog preduzetništva:

- uspostavljanje pravne i zakonske jednakosti za žene,
- obezbjeđivanje jednakog pristupa profesionalnom obrazovanju i obuci za žene.

Žene preduzetnici u razvijenim zemljama danas predstavljaju bitnu pokretačku silu u svim sektorima ekonomije, bilo da se mjeri brojem novih poslova, brojem zaposlenih ili obimom ostvarenih profita.

3.2. Žensko preduzetništvo u zemljama u tranziciji

Većina zemlja u tranziciji pridaje veoma malu ili nikakvu pažnju ovom fenomenu. Politike manje razvijenih zemalja, te okruženje i kultura koja u njima preovladava čak su destimulisale razvoj ženskog preduzetništva.

Tradicionalna shvaćanja po kojima je muškarac "stub porodice", polna diskriminacija, te objektivne barijere kod osnivanja novih poslova dodatno su uticali na negativan trend kod samozapošljavanja žena. U većini zemalja u tranziciji teret prelaska na tržišno vođenu ekonomiju (kao što je nezaposlenost, niže plate i teži pristup određenim profesijama) najviše je pogodio žene.

Smanjenje izdvajanja za socijalnu i porodičnu pomoć u periodu tranzicije u većini zemalja stavilo je još veći teret na žene kroz brigu o porodici, s jedne strane i karijeri, s druge strane. U velikom broju slučajeva žene su morale da biraju: karijera ili porodica, ili su se opredjeljivale za poslove sa nepunim radnim vremenom koji su obično i slabije plaćeni. Ovakvom situacijom bile su najčešće pogođene: samohrane majke, velike porodice i starije žene bez porodice.

Generalno gledano, na tešku situaciju žena na tržištu radne snage u zemljama Centralne i Istočne evrope kao i u zemljama u tranziciji su uticali slijedeći faktori: (vidi /5/ str.35).

- Poslodavci radije zapošljavaju muškarce, a žene posmatraju kao radnu snagu koja ne garantuje stabilnost u poslu zbog činjenice da su žene tradicionalno opterećene porodičnim i kućnim obavezama.
- Nezaposlene žene u prosjeku imaju veći stepen obrazovanja nego nezaposleni muškarci. Najveći broj ima opšte srednje obrazovanje, što znači da se nisu specijalizovale ni za jednu posebnu oblast ili zanat. Potražnja za srednje kvalifikovanim radnicima opšteg usmjerenja je niža ili se traže dodatne vještine (znanje rada na računaru, barem jednog stranog jezika i sl).
- Generalno mišljenje koje preovladava u zemljama u tranziciji jeste da u uslovima nezaposlenosti, muškarci imaju veće pravo na zaposlenje nego žene. Istraživanja su pokazala da takvo mišljenje ima : 55% ispitanika u Češkoj i Poljskoj, 42 % u Mađarskoj, 40 % u Rusiji i 29 % u Sloveniji. Takvo mišljenje dijeli i 8 % ispitanika u Švedskoj, 11 % u Danskoj, 15 % u Finskoj, 16 % u Norveškoj, 24 % u USA.

Ovakva situacija zahtijeva radikalne promjene u uspostavljanju odgovarajućih politika koje bi regulisale prava polova i umanjile diskriminaciju u pristupu informacijama, kapitalu i znanju.

4. MOTIVI ZA RAZVOJ ŽENSKOG PREDUZETNIŠTVA

Na pokretanje sopstvenog biznisa žene se opredjeljuju iz različitih motiva, a oni su uslovljeni i različitim faktorima.

Generalno mogu se navesti slijedeći faktori koji direktno ili indirektno utiču na žensko preduzetništvo: (vidi /12/ str.45)

- Ekonomska situacija u zemlji - pristup kreditu, infrastruktura, politički kontakti, nivo korupcije, kriminal. Negativan uticaj ovih faktora na inicijativu žena naročito je izražen u zemljama u tranziciji i razvoju.
- Pravna regulativa po pitanju biznisa - da li postoji odgovarajuća pravna regulativa koja podstiče žensko preduzetništvo i eliminiše diskriminaciju žena, da li žene imaju odgovarajuću pravnu pomoć i pristup informacijama o pravnim aspektima biznisa?
- Kulturni i socijalni faktori - tradicija i preovladavajuća patrijarhalna shvatanja u društvu o tome ko treba da bude preduzetnik mogu podsticati ili destimulisati žene na taj korak.

U zavisnosti od ovih faktora različiti su i motivi za započinjanje sopstvenog biznisa. Najčešće pominjani motivi žena za osnivanje sopstvenog biznisa su:

- Želja da iskoriste i primjene iskustvo i znanje stečeno na prethodnim poslovima u sopstvenom biznisu,
- Želja za većom fleksibilnošću i kontrolom nad sopstvenim vremenom,
- Želja da samostalno odlučuju o sopstvenom životu i karijeri,
- Nemogućnost napredovanja na predhodnom radnom mjestu, te odsustvo izazova u poslu,
- Prepoznata šansa za uspjeh u određenom poslu,
- Prilika za veću zaradu kao mjere uspješnosti u poslu,
- Želja da iskoristi svoje potencijalne vještine i sposobnosti, ličnu kreativnost i "žicu" za preduzetništvo što je više moguće,
- Sindrom "staklenog plafona" - žene vide mogućnosti za unapređenje, ali ih od tog cilja dijeli naizgled nevidljiva barijera (stakleni plafon). Čest vid diskriminacije žena jer se njihov doprinos se ne priznaje i ne vrednuje u dovoljnoj mjeri,
- Želja za aktivno učestvovanje u društvenom životu i osjećaj pripadnosti i korisnosti u društvu,
- Težnja za zaposlenjem i ostvarenjem prihoda za život,
- Želja da dokažu sopstvenu vrijednost partneru, naročito u zemljama gdje se preduzetništvo tradicionalno smatra muškom aktivnosti.

U zavisnosti od stepena razvijenosti određene zemlje, te pozicije žene u društvu zavisi i prioritet odnosno dominatnost jednog motiva nad drugim.

5. PREPORUKE ZA RAZVOJ ŽENSKOG PERDUZETNIŠTVA

Na putu ka preduzetništvu i žene i muškarci nailaze na brojne prepreke. Neke od njih su objektivne i jednake za oba pola, a neke su rezultat subjektivnih faktora u društvu i više pogađaju žene.

Dobra preduzetnička ideja i motivacija nisu sami po sebi garancija da će jedan preduzetnički poduhvat uspjeti.

Barijere za preduzetništvo, naročito u zemljama u razvoju, mogu se podijeliti u tri grupe: (vidi /3/ str. 15).

Ekonomske barijere - nejasna pravna regulativa oko započinjanja sopstvenog biznisa, visoke takse, nedostatak kapitala ili izvora finansiranja, slaba potražnja zbog loše ekonomske situacije, konkurencija domaćih i stranih preduzeća, otežan pristup stranom tržištu zbog visokih standarda za ulazak i visokih troškova promocije na ovim tržištima, državne politike koji ne djeluju stimulativno na razvoj malih i srednjih preduzeća i nedostatka pomoći lokalnih vlasti.

Obrazovne barijere - nedostatak konsultativnih i savjetodavnih centara za buduće preduzetnike, ograničen pristup znanju i informacijama, veliki

troškovi visoko specijalizovanih seminara i treninga, nedostatak mogućnosti za kontinuirano učenje.

Kulturalne barijere - nedostatak društvenog razumijevanja za privatnu ekonomsku aktivnost i poštovanja prema preduzetništvu, nedostatak tradicije u obuci društva za preduzetništvo, polne predrasude i tradicionalna podjela zanimanja na muške i ženske poslove.

Uopšteno gledano, može se reći da se ekonomske i obrazovne barijere tiču i muškaraca i žena, dok treća grupa barijera uglavnom utiče na žene.

U ovom radu fokusiraćemo se na ona područja u kojima žene nailaze na najveće probleme u osnivanju sopstvenog biznisa.

5.1. Finansiranje

Problem finansiranja smatra se jednim od najozbiljnijih problema u ženskom preduzetništvu. Žene teže dolaze do početnog kapitala za osnivanje novog biznisa. Razlog tome može biti to što žene češće otvaraju nove poslove u sektoru usluga, odnosno otvaraju male firme za koje je potreban manji kapital. Banke nemaju interes za malim zajmovima i mikrokreditima jer imaju manju zaradu na njima. Osim toga, krediti koje banke nude su uglavnom preskupi za male biznise. Žene često ne mogu da obezbijede zalog za pozajmice iz sopstvene imovine, pa su često prisiljene da se oslone na neki vid samofinansiranja, odnosno da koriste druge izvore finansiranja, kao što je ušteđevina, pozajmice od porodice ili prijatelja ili mali krediti banaka.

I kod već uspostavljenih biznisa, ženama je teže doći do novih izvora finansiranja zbog težeg pristupa neformalnim finansijskim mrežama. Iako se smatra da je kod postojećih biznisa lakše doći do bankarskih pozajmica, ženama često nedostaje informacija o potencijalnim investitorima, podrška i razumijevanje za njihove poslovne zamisli.

Žene preduzetnici često pate od diskriminacije. Na to je ukazala i Nancy Barry, predsjednica Women's World Banking organizacije u USA: "mnogi komercijalni bankari još uvijek smatraju da muškarac u odijelu, bez obzira na njegov kreditni status, predstavlja bolji poslovni rizik nego siromašna crna, žuta ili bijela žena". Istraživanja su pokazala da žene smatraju da im finansijske institucije nisu obratile dovoljno pažnje, da nije bilo lako razgovarati sa kreditnim menadžerima, da se nisu osjećale ugodno, da su bankarski službenici imali predrasude prema ženama.

Stoga je u ovom području potrebna intervencija kao podsticaj za žensko preduzetništvo, kroz:

- Zajmove za početni kapital sa niskim troškovima kamata,
- Zajmove specijalno namjenjene ženama preduzetnicima,

- Mikrokredite,
- Donacije za osnivanje novih poslova,
- Donacije za investiranje,
- Niže takse za žene preduzetnike,
- Lakši pristup garancijama po zajmovima.

Iskustvo i istraživanja pokazuju da je bolje da se mladi, novi biznisi podstiču i potpomažu sa niskokamatnim zajmovima, nego donacijama. Kroz selektivnu finansijsku pomoć takođe se može nadoknaditi onaj nedostajući dio kapitala iznad sredstava dobijenih od strane standardnih institucija, banaka i finansijskih organizacija.

5.2. Marketing

Kao i finansiranje i nedostatak prodajnih i marketinških vještina jedan je od velikih problema sa kojima se žene preduzetnici susreću. Nedostatak ovih vještina otežava pristup tržištu, kako domaćem tako i stranom i na taj način predstavlja barijeru za razvoj poslovanja i povećanje obima prodaje.

Često poslovi propadaju jer se žena ne zna efikasno pripremiti i odgovoriti na izmjenjene uslove na tržištu (npr. pad tražnje ili konkurencija). Ovaj problem je veoma usko povezan sa potrebom za podizanjem nivoa menadžerskih i profesionalnih vještina žena preduzetnika.

5.3 Obrazovanje

Visokoobrazovane žene u većini zemalja stižu uglavnom obrazovanje u tipično "ženskim" zanimanjima kao npr. društvenim i socijalnim zanimanjima, medicini, a manje u "muškim" kao što su matematika, informacione tehnologije, pravo, biznis. Zato je potrebno da žene povećaju svoje učešće i znanja u tradicionalno "muškim" zanimanjima što zahtijeva dodatno investiranje u njihovo obrazovanje.

Nedostatak menadžerskih sposobnosti ili znanja za određeni posao može predstavljati veliku prepreku za žene preduzetnike. Brze promjene u današnjem svijetu, konkurencija i razvoj tehnologije zahtijevaju ne samo posjedovanje određenih sposobnosti nego i kontinuirano učenje i usavršavanje. Drugim riječima, potrebno je učiti tokom cijelog života da bismo bili u korak sa sadašnjosti. Mnoge žene preduzetnici su svjesne te činjenice, pa nastoje da kroz razne oblike seminara i stručnih usavršavanja nadomjestе znanja i sposobnosti koja im nedostaju.

Znanja koja su žene istakle kao korisna u vođenju sopstvenog biznisa su: profesionalno rukovođenje, marketing, kadrovsko upravljanje, finansije, pravna regulativa, informacije o dostupnim kreditima, strani jezici.

5.4. Tehnologija i inovacije

U zemljama u tranziciji i razvoju otežan pristup inovacijama je takođe bitna barijera za preduzetništvo. Konkurencija na tržištu, sve veća prisutnost stranih firmi, te potreba za zadovoljavanjem viših standarda na stranim tržištima postavljaju imperativ preduzećima da inoviraju sopstvene procese i primjenjuju nove tehnologije.

To zahtjeva rast i razvoj preduzeća. Ukoliko se ne prilagođavaju tim zahtjevima, preduzeća veoma brzo gube poziciju na tržištu. Bez odgovarajućih tehničkih i tehnoloških znanja, primjene kompjutera u poslovanju i pristupa Interentu teško je i zamisliti poslovanje jedne firme danas.

5.5. Tradicionalno vaspitanje

Tradicionalno vaspitanje žena u nekim zemljama predstavlja značajnu kulturalnu barijeru. Da bi se odlučile na preduzetništvo, žene često trebaju prevazići unutrašnji osjećaj koji je nastao pod uticajem vaspitanja i društvenih odnosa, da je biznis aktivnost za muškarce, a manje za žene. Žene bi trebalo da prevaziđu predrasude i stereotipe koji vladaju u društvu, zbog čega im često manjka samopouzdanja i svijesti o sopstvenim sposobnostima.

Ovakvim predrasudama ne bi trebalo biti mjesta u poslovnom svijetu, jer se pokazalo da su žene u uspostavljanju kontakata i poslovnih odnosa sa partnerima jednako uspješne kao i muškarci,

5.6. Posao i porodica

Ovaj problem je tipično samo ženski i zbog toga ga je bitno spomenuti. Današnje društvo je dovelo ženu u situaciju da mora raditi u dvije "smjene": jedna na poslu, a druga u porodici. Stoga one nose dupli teret punog radnog vremena i kućnih dužnosti. Ova situacija je teška za žene bez obzira u kojoj zemlji se nalaze. Naročito pogađa žene u zemljama u razvoju i slabije razvijenim zemljama gdje pored siromaštva i nedostatka infrastrukture žene trpe i posljedice patrijarhalnih shvatanja u društvu.

Na primjer: nedostatak odgovarajućih institucija za brigu o djeci, kraće porodijsko odsustvo, nefleksibilno radno vrijeme su samo neka područja gdje bi se ženama trebala posvetiti posebna pažnja. Prakse razvijenih zemalja pokazuju pomak u tom smislu jer žene i muškarci sve više dijele teret porodičnih obaveza.

Osim toga, sve je evidentniji trend pomjeranja troškova podizanja porodice sa državnog na porodični nivo. Ovi troškovi su naročito porasli u zemljama u tranziciji. Do kraja 1990. sve zemlje u tranziciji su imale najnižu stopu nataliteta

u Evropi i svijetu (1,35). Osnivanje porodice je za žene postala «najgora ekonomska odluka» koju žena može donijeti.

6. PODSTICAJI I PODRŠKA

Da bi se stvorila povoljna klima za razvoj ženskog preduzetništva potrebno je eliminisati naprijed navedene barijere i preduzeti mjere koje se odnose isključivo na podsticanje razvoja ženskog preduzetništva.

Uviđajući potrebu za posebnu podršku ženskom preduzetništvu, u mnogim zemljama u tom cilju se preduzimaju specijalni programi (zemlje Skandinavije i zapadne Evrope, Sjeverne Amerike te UNESCO zemlje) i osnivaju neprofitne organizacije sa ciljem potsticanja i pružanja pomoći ženama preduzetnicima. U USA je registrovano oko 700 takvih organizacija i njihov broj stalno raste. Taj trend je evidentan i u drugim zemljama, bilo razvijenim, u razvoju ili tranziciji.

Osnovni cilj ovih organizacija, bilo opšteg karaktera, bilo specijalnih, jeste:

- Podsticanje politika za podršku ženama preduzetnicima i zastupanje njihovih interesa,
- Obuka i savjetodavne usluge,
- Podrška, razvoj mreže i povezanosti žena preduzetnika,
- Informisanje ili istraživanje u cilju pomoći ženama preduzetnicima,
- Razni programi kao podrška ženama koje osnivaju biznis,
- Finansijska podrška,
- Ostale inicijative (npr. programi za brigu o djetetu u Irskoj, za razvoj internacionalnih veza između žena preduzetnika u Švedskoj, programi nagrađivanja u UK i sl.)

Ove organizacije igraju bitnu ulogu jer kroz svoju aktivnost zastupaju grupne interese žena. Kao jedinstveno tijelo imaju veću moć da skrenu pažnju nadležnih institucija i vlada na interese žena. Područja u kojima žene smatraju da im je naročito potrebna pomoć u pokretanju poslovne aktivnosti navedena su u nastavku.

6.1. Uspostavljanje veza

Networking tj. uspostavljanje veza i poslovnih odnosa se smatra veoma bitnim za uspješno preduzetništvo. Ovo se prije svega odnosi na uspostavljanje veza između preduzetnika, ali i preduzetnika i spoljnih institucija. Prednost je u tome što se na taj način smanjuju negativne strane ekonomije malog biznisa, odnosno smanjuje izolacija i osjećaj usamljenosti u poslu.

U tome posebno mjesto imaju specijalne organizacije za podsticanje ženskog preduzetništva unutar kojih članovi preduzetnici međusobno sarađuju i razmjenjuju iskustva.

6.2. Politika za podsticaj ženskom preduzetništvu

Kao što smo već spomenuli, bitnu ulogu u podsticanju ženskog preduzetništva imaju poslovne asocijacije i organizacije za žensko preduzetništvo. One igraju bitnu ulogu u njegovom razvoju i kao takve mogu uticati na veće državne i društvene institucije u korist ženskog preduzetništva.

OECD je dao nekoliko efektivnih politika koje poslovne asocijacije mogu primjeniti u cilju podsticanja ženskog preduzetništva. Svaka zemlja i asocijacija bi trebalo da analizira ove prakse i politike sa aspekta njihove primjenljivosti u konkretnim uslovima zemlje, a da zatim primjeni one koje joj najviše odgovaraju. Opcije politika koje sugerise OECD za unaprijeđenje preduzetništva, samim tim i ženskog preduzetništva, su slijedeće: (vidi /4/ str. 17)

- Ispitati da li trenutna regulativa finansijskih institucija i tržišta sputava ili podstiče dostupnost i optimalnu alokaciju finansijskih sredstava preduzetnicima,
- Ugovori o zaposlenju trebalo bi da budu fleksibilni i prilagođeni dinamičnim uslovima preduzetništva,
- Ispitati troškove koji nastaju zbog prilagođavanja vladinim administrativnim ili regulatornim zahtjevima i identifikovati područja gdje se isti mogu redukovati,
- Ispitati ukupni uticaj poreskog sistema na preduzetništvo,
- Ispitati i pojednostavniti procedure za registraciju novih poslova,
- Pregovarati i postići dogovor sa državnim institucijama da u cilju populaciju za podsticanje preduzetništva uključe i žene, mlade i manjine,
- Obezbijediti decentralizaciju izvora tj. sredstava za podsticanje preduzetništva,
- Obezbijediti prilike za razmjenu informacija na nacionalnom nivou o iskustvima lokalnih vlasti u oblikovanju i uvođenju preduzetničkih programa,
- Promovisati preduzetništvo u javnosti i podsticati razvoj preduzetničkih sposobnosti i stavova kroz obrazovni sistem,
- Pružiti mogućnosti nezaposlenima da osnuju sopstvene biznise kroz razne programe samozapošljavanja,
- Potsticati uspostavljanje veza između preduzeća u cilju uspostavljanja kulture zajedničke saradnje i preuzimanja rizika,
- Promovisati neprofitni preduzetnički sektor kroz, gdje je to moguće, ugovaranje isporuke javnih usluga koje bi zadovoljile rastuću tražnju u ekonomskom i društvenom razvoju.

6.3. Ostala područja

Ostala područja u kojima bi organizacije za žensko preduzetništvo trebalo da pruže podršku tiču se prije svega definisanja neke vrste zakonodavstva koje bi se bavilo pitanjem diskriminacije žena preduzetnika, a koja je naročito evidentna kod finansijske podrške.

Ne treba zanemariti ni potrebu organizovanog istraživanja za potrebe žena preduzetnika, podrške raznim oblicima saradnje među njima, uticaj na politike koje se tiču ženskog preduzetništva, stvaranje internacionalnih veza sa ženama preduzetnicima iz drugih zemalja i razmjena iskustva i saradnja po tom osnovu.

7. DOBRE PRAKSE NEKIH ZEMALJA

Imajući u vidu da žene sve više uzimaju učešća u preduzetništvu i predstavljaju značajan doprinos razvoju preduzetništva, u mnogim zemljama su pokrenute inicijative sa ciljem podrške ovom sektoru. Organizacije za promociju ženskog preduzetništva (o kojima će biti riječi u nastavku) svojom aktivnošću, programima i inicijativama predstavljaju glavni faktor socijalnog i ekonomskog razvoja ženskog preduzetništva i privrede zemalja u kojima djeluju.

U nastavku ćemo dati sažet pregled uspješnih praksi i inicijativa za razvoj ženskog preduzetništva u evropskim zemljama (vidi /7/ str. 27), a čiji uspjeh bi trebalo da podstakne inicijativu za primjenu sličnih praksi i u BiH.

7.1. Poslovni centar za žene, Austrija (Business Women Centre)

Pomenuti centar je osnovalo Ministarstvo za žene u Beču kao informacioni centar za žene buduće preduzetnike. Centar je osnovan kao privatno udruženje, finansirano od strane članarina, naknada ostvarenih po uslugama i javnih sredstava.

Usluge koje centar pruža ženama članicama su: podrška kod osnivanja posla, informacije, savjetovanje i konsalting, obuka i uspostavljanje poslovnih veza. Podrška ženama u uspostavljanju poslovnih veza ostvaruje se u okviru centra i omogućuje članicama razmjenu iskustva sa ostalim članicama, uspostavljanje kontakata sa partnerima kao i prisustvovanje mjesečnim sastancima centra. Ženama su na raspolaganju i razni programi koji mogu biti realizovani kao individualni, namijenjeni potrebama svakog pojedinačnog člana, ili grupni kursevi.

Centar nudi i šestomjesečni kurs obuke za članove koji uključuje obuku u menadžmentu, poslovnoj orijentaciji, marketingu, komuniciranju i osvajanju klijenata odnosno potrošača. Kurs omogućuje učesnicima da definišu i razviju sopstvene poslovne strategije i planove akcije kao i da razviju timski duh i poslovne veze u okviru grupe.

7.2. Agencija za žensko preduzetništvo, Finska (Women's Enterprise Agency)

Agencija za žensko preduzetništvo u Finskoj osnovana je u okviru Asocijacije za finske poslove i društvo. Sponzorisana je od strane Finskog Ministarstva trgovine i industrije, privatnih kompanija, banaka i osiguravajućih kompanija.

Cilj osnivanja agencije jeste podsticanje ženskog preduzetništva kroz podršku, besplatne savjete i obuku koju pružaju iskusne žene preduzetnici u različitim područjima poslovanja ženama koje tek osnivaju sopstveni biznis.

Agencija pruža podršku kroz:

- mentorstvo, na regularnim individulanim sastancima lični mentor – žena preduzetnik sa iskustvom – savjetuje i usmjerava novog preduzetnika korištenjem sopstvenih znanja, iskustva i kontakata,
- obuku, savjete, informacije – u zavisnosti od potreba klijenata, agencija organizuje kurseve i obuke kroz koje pruža klijentima informacije o proceduri osnivanja novih poslova, sa predavačima koji su aktivni preduzetnici,
- stvaranje svijesti o ženskom preduzetništvu – agencija podstiče publicitet o ženskom preduzetništvu kroz razne članke i objave o aktivnostima agencije i ženskom preduzetništvu u magazinima i novinama, putem radio stanica i drugih medija.

7.3. Garantni fond za žene, Francuska (Guarantee Fund For Women)

Ovaj program administrira Institut za razvoj socijalne ekonomije (Institut de Developpement de l'Economie Sociale – IDES), a sredstva obezbjeđuje Evropski Socijalni Fond (European Social Fund – ESF).

Cilj programa je pomoć ženama preduzetnicima u pristupu finansijskim sredstvima. Naime, utvrđeno je da je problem finansiranja jedan od glavnih problema sa kojima se susreću žene u osnivanju biznisa bilo zbog nedostatka sredstava, malih projekata koje pokreću ili diskriminacije od strane nekih finansijskih institucija.

Ovaj program obezbjeđuje garanciju za finansijske pozajmice žena preduzetnika kako bi im se olakšao pristup sredstvima. Žena preduzetnik treba stupiti u kontakt sa bankom i regionalnim predstavnikom za ženska prava. Banka odlučuje o finansijskoj pozajmici i šalje dokumentaciju IDES-u koji odlučuje o uslovima garancije. Garacija pokriva srednjoročne bankraske kredite, gdje za pozajmice između 5 .000 i 38. 000 EUR-a, od 2 do 7 godina, garantni fond IDES-a pokriva i do 70 % iznosa.

7.4. Program za podsticanje ženskog preduzetništva, Grčka ('Reinforcement of Female Entrepreneurship' Programme)

Program je osnovan od strane Organizacije za mala i srednja preduzeća i zanate u Grčkoj. Ima za cilj pružanje podrške ženama u stvaranju modernih samoodrživih preduzeća. Program naročito potencira preduzetništvo u području proizvodnje, e-trgovine, usluga, turizma sa fokusom na lokalni i regionalni razvoj, kao i korištenje novih tehnologija i inovacija. Svrha ovog programa je podrška ženama između 18 do 55 godina bez iskustva u biznisu da postanu preduzetnici.

Pomoć se ostvaruje kroz finansijsku podršku koja ide i do 50 % sredstava definisanih preduzetničkim planom. Iznos u krajnjoj liniji zavisi od samog plana, područja u kome se preduzeće osniva i vrste biznisa.

7.5. Prodavnica osnivanja biznisa, Italija (Enterprise Creation Shop)

Ovaj program podrške je pokrenuo Komitet za jednake mogućnosti (Equal Opportunities Committee) s ciljem stvaranja i razvoja ekonomske aktivnosti u zanatskom sektoru.

Program pruža podršku ženama tako što im pomaže da prevaziđu birokratske prepreke, pomaže kod finansiranja putem specijalnih aranžmana sa finansijskim institucijama, putem raznih treninga za nove preduzetnike i informisanja o potencijalnim programima podrške na nacionalnom i lokalnom nivou.

7.6. Žene u fokusu, Norveška (Women in Focus)

Organizacija je sponzorirana od strane Norveškog Fonda za industrijski i regionalni razvoj. Fokus programa je na razvoju kompetentnosti žena, porastu broja žena u izvršnim tijelima i razvoj novih kao i postojećih preduzeća u njihovom vlasništvu.

To se postiže na dva načina: networkingom na nacionalnom i internacionalnom nivou i kroz usluge obučavanja i treninga preduzetnika. Iskusne i uspješne žene preduzetnici pomažu svojim iskustvom i savjetima kao mentori ženama novim preduzetnicima. Nakon uspješno završene obuke žene koje su obučavane i koje su postigle uspjeh u poslu i same postaju savjetnici i mentori.

Dva značajnija projekta ove organizacije su:

- 'Lighthouse' projekat – usmjeren na razvoj kompetencija žena u biznisu, prvenstveno onih koje su završile početnu fazu posla, imaju više od pet zaposlenih i godišnji obrt od oko 650.000 EUR-a. Cilj je domino efekat: uspješne žene preduzetnici služe kao primjer i obučavaju druge žene kroz jednogodišnji program obuke s fokusom na menadžment. Nakon završenog programa učesnice se odužuju dajući savjete ostalim ženama preduzetnicama.
- 'Women in Executive Committees' – cilj ovog projekta je porast broja žena u izvršnim tijelima i na višim pozicijama, kroz stvaranje baze ženskih članica koje mogu biti potencijalni kandidati u izvršnim komitetima. Bazu mogu koristiti oni koji traže kadar za više pozicije, a na ovaj način se podiže svijest o potencijalnim ženskim kandidatima.

7.7. Online kurs za žene koje osnivaju biznis, Njemačka (On Line Course for Female Enterprise Starters)

On-line kurs za žene preduzetnike je inicijativa pokrenuta od strane studenata Tehničkog koledža Karlsruhe iz Njemačke, uz pomoć profesora, pravnika i konsultanata. Projekat je finansiralo Federalno Ministarstvo za obrazovanje i istraživanje.

Cilj ove inicijative je pomoć ženama koje započinju sopstveni biznis, a naročito onima sa fakultetskim diplomama. On-line kurs je dostupan putem Interneta, CD-a ili putem download-a i vodi korisnika kroz sve faze osnivanja biznisa. Kurs se sastoji iz četiri modula: orijentacija, oblikovanje koncepta, realizacija i konsolidacija, koji se završavaju sa vježbama koje omogućavaju praktičnu primjenu naučenih koncepta.

7.8. Žene u mreži, UK (Women into the Network)

Inicijativa je pokrenuta u Sjevernoistočnoj Engleskoj u okviru veće inicijative 'Shema za ubrzano žensko preduzetništvo' sa 10 partnera u UK i 6 u Evropi, s ciljem razvoja projekata koji podržavaju žensko preduzetništvo.

Polazna osnova za ovu inicijativu je značaj Interneta kao izvora informacija što predstavlja priliku za žene za bolji pristup informacijama i širenje poslova. Pristup informacijama i podršci je omogućen kroz jednostavan i pristupačan Web portal. Putem njega zainteresovane žene mogu naći potrebne informacije i pomoć u područjima aktivnosti kao što su komunikacija i publikacije, istraživanja, događaji i obuka i razvoj. Posjetioci na portalu mogu pristupiti članicama 'Žene u mreži', naći njihove kontakt podatke, istraživati njihove sajtove i na taj način se povezati sa drugim ženama preduzetnicima.

Osim navedenog, korisnicima su dostupne i e-publikacije u kome se daju razne novosti, mogućnosti i uspjesi drugih preduzetnika, kao i on-line forum gdje korisnici mogu direktno komunicirati sa drugim korisnicima, dijeliti ideje i rješavati probleme.

Inicijativu je pokrenula Fondacija za razvoj malih i srednjih preduzeća, a finansirana je od strane Fonda za Evropski regionalni razvoj, javnih i privatnih sponzora.

8. ZAKLJUČAK

Žensko preduzetništvo dobiva sve značajniju ulogu na domaćoj i internacionalnoj privrednoj sceni i predstavlja bitan potencijal za razvoj privrede jedne zemlje. U razvijenim zemljama žene imaju posebne podsticaje i podrške za razvoj sopstvenog preduzetništva. Pored politika koje se primjenjuju, a koje štite žene protiv diskriminacije i nejednakosti, u ovim zemljama djeluju i brojne organizacije i udruženja koje se bave pitanjem žena i pružaju im razne vidove podrške.

U manje razvijenim zemljama i zemljama u tranziciji situacija je ipak drugačija. Ženama se još uvijek ne pridaje značaj kakav zaslužuju i često inicijative koje one pokreću nailaze na ekonomske, političke ili kulturne barijere koje destimulišu razvoj ženskog preduzetništva.

Osim prepreka uslovljenih stepenom razvoja zemlje, trebalo bi spomenuti objektivne prepreke sa kojima se susreću žene preduzetnici u osnivanju vlastitog biznisa. Osnovna i najozbiljnija prepreka su finansije bez kojih i najbolja preduzetnička ideja ne može da se realizuje. Nedostatak kapitala predstavlja problem i kod osnivanja biznisa i kod razvoj postojećih poslova. I pored kapitala žene često ne poznaju najbolje tržište i prodajne i marketinške vještine, a poznato je da je pristup kupcu i efikasna marketing strategija bitan uslov za opstanak biznisa. Usko za to vezan je i problem nedostatka odgovarajućih znanja i menadžerskih sposobnosti, te pristup novim tehnologijama, što zahtijeva kontinuirano obrazovanje i praćenje novih trendova u poslovanju. One takođe nailaze na određene prepreke specifične samo za žene, a to su tradicionalna shvatanja, predrasude prema ženama i teret porodice. Žene moraju da se izbore sa predrasudama da ženama nije mjesto u biznisu i da uspješno izbalansiraju privatni i poslovni život, što im predstavlja dodatno opterećenje u poslu.

Shodno značaju ovog segmenta za razvoj preduzetništva, te postojećim preprekama na koje žene nailaze o osnivanju sopstvenih poslova, društvo bi trebalo da pruži adekvatnu podršku razvoju ženskog preduzetništva. To se naročito odnosi na zemlje u tranziciji i razvoju gdje su ove prepreke naročito izražene i gdje ne postoji organizovana aktivnost poslovnih udruženja koja podupiru žene i pružaju im potrebnu podršku.

Podrška ženama je naročito potrebna u područjima finansiranja, poslovnog konsaltinga i stručne obuke te networkingu tj. uspostavljanju formalnih i neformalnih veza sa partnerima. Takođe je potrebno preispitati pravnu i poslovnu regulativu u smislu da li postojeća pravna regulativa diskriminiše žene te djelovati u pravcu otklanjanja bilo kakvih diskriminatornih praksi. Podizanje svijesti o ulozi žena u poslovnom svijetu je takođe bitno, te se i u tom pravcu organizacije koje se bave pitanjima žena trebaju založiti i lobirati kod javnih i državnih institucija u korist žena preduzetnika.

Literatura:

1. Kotler, Ph.: Lateralni marketing, Finesa, Beograd, 2005.
2. Deželjin J., Deželjin J., Dujanić M., Tadin H., Vujić V., *Poduzetnički menadžment - Izazov, rizik, zadovoljstvo*, M.E.P. CONSULT, Zagreb, 2002.
3. United Nations Economic Commission for Europe, *Women's Entrepreneurship in Eastern Europe and CIS Countries*, United Nations, Geneva, 2002.
4. Jalbert S.E., *Women Entrepreneurs in the Global Economy*, Center For International Enterprise, Washington D.C., 2000.
5. Greene P., Hart M., Gatewood E., Brush C., Carter N., *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center, An overview of Research and Theory*, 2003.

6. *Young Women, Ethnic Minority and Co-Entrepreneurs*, CEEDR, Final Report, Middlesex University, 2000.
7. *Promoting Entrepreneurship Amongst Women, Best Report No 2*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2004.
8. Stanković, F., i Vukmirović, N.: *Preduzetništvo*, Matica Srpska, Novi Sad, 1995.
9. Galogaža, M. i Vukmirović, N.: *Preduzetni marketing*, MMC, Novi Sad, 1999.
10. Jojić, R.: *Mega trendovi i stanje malih i srednjih preduzeća u okruženju*, Zbornik radova sa okruglog stola "Dugoročni razvoj MSP u RS / BiH", RARS, Banja Luka, 2005.
11. Rakita, B.: *Međunarodna poslovna perspektiva malih i srednjih preduzeća*, Ekonomski anali br. 10-12./99., Ekonomski fakultet, Beograd.
12. www.womensbusinessresearch.org
13. www.kauffman.org