



Izvještaj Studije izvodljivosti za pružanje usluga poslovnog razvoja vlasnicima malih i mikro preduzeća





Udruženje «Bosanski savjet za pomoć»
Petra Kočića 8,
75000 Tuzla
Bosna i Hercegovina
Tel/Fax: +387 (0) 35 264 257, 247 730;
E-mail: bospo@bospo.ba;
www.bospo.ba

DTP i štampa:
d.o.o HARFO-GRAF, Tuzla



Ovaj dokument je napravljen uz finansijsku pomoć Evropske unije. Sadržaj ovog dokumenta je isključiva odgovornost BOSPO-a Tuzla i ni pod kojim uvjetima ne smije se uzimati kao stav Evropske unije.

SADRŽAJ

Riječ BOSPO-a	5
1. Uvod	7
1.1 Specifičnosti istraživačkog problema	7
1.2 Definisanje istraživačkih hipoteza	8
1.3 Predmet i ciljevi istraživanja	8
2. Socio – demografska i ekonomska obilježja poduzetnika	9
2.1 Odabir ispitanika	9
2.2 Karakteristike poduzetnika i njihovih biznisa/poduzeća	10
3. Analiza prikupljenih podataka	13
3.1 Rezultati anketnog istraživanja	13
3.1.1 Svjesnost malih i mikro poduzetnika (MMP) o njihovoj poziciji na tržištu	13
3.1.2 Ocjena utjecajnih faktora za opredijeljenost MMP za biznis	15
3.1.3 Ocjena opšteg znanja o poduzetništvu	19
3.1.4 Ocjena specifičnih znanja o poduzetništvu	21
3.1.5 Ocjena procesnih znanja malih i mikro poduzetnika od ideje, prilike, započinjanja i realizacije do održivog razvoja biznisa	24
3.1.6 Nedostajuća znanja i vještine malih i mikro poduzetnika	26
3.1.7 Potrebna edukacija i trening malih i mikro poduzetnika	28
3.2 Rezultati istraživanja fokus grupe	31
4. Zaključci i preporuke	32
Ograničenja studije	37
Preporuke	37
Lista referenci	38

Riječ BOSPO-a

BOSPO je osnovan u martu 1995. i široko je poznat kao organizacija koja pruža usluge izgradnje kapaciteta NVO sektoru i civilnim inicijativama u BiH. Naša misija je obezbijediti mogućnosti za edukaciju, informiranje i učešće građana u stvaranju pozitivnih demokratskih promjena u zajednici i društvu.

Kroz saradnju sa Mikrokreditnom organizacijom MI-BOSPO koja je do 2000. godine bila u sklopu BOSPO-a kao mikrokreditni program, uočili smo potrebu malih i mikro poduzetnika za uslugama poslovnog razvoja. Tako je i nastala ova studija, čiji je cilj utvrditi vrste i nivoe znanja potrebnih poduzetnicima kako bi mogli u persepektivi ostvariti svoj biznis na većem razvojnom nivou.

Sprovedeno istraživanje obavljeno je na području sjeveroistočne Bosne i Hercegovine, u saradnji sa profesorima i studentima Ekonomskog fakulteta u Tuzli, te uz podršku mikrokreditnih organizacija MI-BOSPO i EKI, koje su nam ustupile neophodne podatke o klijentima.

Rezultati istraživanja potvrdili su ranije uočene potrebe malih i mikro poduzetnika za dodatnom edukacijom i treningom iz oblasti poduzetništva, odnosno za znanjima koja se odnose na proces od kreiranja poduzetničke ideje do njene realizacije. Također, poduzetnici su istakli i potrebu za konsaltingom i treningom iz oblasti organizacije i vođenja biznisa, tržišnog nastupa i upravljanja ljudskim potencijalima.

Ovaj dokument predstavlja sažetak studije, i ističe osnovne nalaze proizašle iz istraživanja. Nadamo se da će pomoći svim razvojnim institucijama u ovom području da svoje poslovne usluge bolje prilagode potrebama i znanjima malih i mikro poduzetnika.

1. UVOD

1.1. Specifičnosti istraživačkog problema

U uslovima tržišnih odnosa i slobodne ekonomske inicijative, poduzetništvo i menadžment se pokazuju kao nezaobilazne značajke djelovanja u svim sferama ljudskog života, privrede i društva u cjelini. Privatni poduzetnik se kontinuirano nalazi između težnje za maksimizacijom profita i minimiziranjem rizika od gubitka, što od njega zahtjeva inovativnost i racionalnost u odlučivanju.

Poduzetništvu i menadžmentu, sa aspekta kadrova, neophodno je pristupiti organizovano u smislu poticanja, profiliranja i preusmjerenja poduzetničke prakse, te povećanja ponude, efikasnosti i efektivnosti poduzetnika i menadžera. Identifikacija stvarnih potreba mikro i malih poduzetnika u smislu vještina i usluga koje su im neophodne za rukovođenje i proširenje njihovih biznisa, te dugoročniju uspješnost na tržištu, se postavlja kao imperativ za kreiranje strategije razvoja poduzetništva u BiH. Takođe, na osnovu stavova samih poduzetnika treba da se utvrde potreba za institucionalnom podrškom razvoju poduzetništva. Izgradnja kapaciteta mikro i malih poduzetnika bi trebala biti usmjerena ka tome da bolje planiraju, rukovode i prošire svoj biznis u skladu sa dugoročnom vizijom. Stavovi poduzetnika treba da opredijele društvo na promociju i zagovaranje uslova i pretpostavki koji su povoljni za vlasnike mikro i malih preduzeća/biznisa. U konačnici rezultati bi se trebali implementirati i dovesti do ekonomske revitalizacije i osnaživanja mikro i malih poduzetnika u poslijeratnoj BiH.

Problemi vezani za početak vlastitog biznisa, stabilizacija mikrobiznisa i stvaranje pretpostavki za njegov razvoj ka većem biznisu, u smislu kapaciteta, u uslovima bosanskohercegovačke privredne prakse nisu dovoljno istraživani. Mikro i mali poduzetnici su uspješno podržani u obezbjeđenju finansijskih usluga, prije svega od mikrokreditnih organizacija, dok su nefinansijske usluge razvoja biznisa bile pretežno uspostavljane za biznise sa većim kapacitetima. Mikro i mali biznisi ograničeni su faktorima kao što su nizak nivo edukacije o menadžmentu, marketinške vještine, neadekvatne tehničke vještine, limitiran pristup tržištima i nesigurna infrastruktura. Zbog toga nije rijetkost da se novouspostavljeni biznisi teško održavaju, ali i da ostanu na niskom nivou svoga razvoja.

Na vrhu problema rezultiranih iz slabosti u vještinama i/ili nadostacima u znanju, vlasnici mikro i malih biznisa se takođe suočavaju sa ekonomskim i političkim barijerama koje sprečavaju njihov rast i mogu prijetiti njihovom opstanku. Ove prijetnje variraju između širokog spektra normativnih pitanja, kao što su zahtjevi ili procedure vezane za registraciju biznisa i plaćanje poreza i doprinosa, do politike vlasti vezane za promociju i podsticaj privatnog poduzetništva.

Ključni izazovi za BiH u kreiranju i promociji mikro i malog biznisa su:

- identifikacija praktičnih i jeftinijih metoda za razvoj ljudskih resursa obezbjeđenjem usluga koje će ojačati poduzetničke i menadžerske vještine vlasnika mikro i malih biznisa;
- povećanje ponude poduzetnika podržavajući mikro i male poduzetnike u njihovim poduzetničkim naporima. Ove aktivnosti neće samo voditi ekonomskoj regeneraciji i poboljšanoj stabilnosti zajednica u poslijeratnoj BiH, već mogu pomoći u sveukupnom osnaživanju poduzetništva.

Stoga je za kadrove koji su već mikro ili mali poduzetnici neophodno istražiti:

- svjesnost njihove pozicije na tržištu i u društvu
- faktore koji utječu na ponudu poduzetnika
- znanje o poduzetništvu i poduzetničkom menadžmentu
- potrebe i očekivanja vezana za poduzetništvo
- nedostajuća znanja i vještine poduzetnika
- sklonost radu s grupama i timovima
- stavovi o bitnim pitanjima za poduzetništvo i sl.

Značaj ovog istraživanja ogledao bi se u potrebi selekcije odluka o:

- bitnim elementima poduzetničkog ambijenta
- afirmaciji timskog i multidisciplinarnog pristupa poduzetništvu
- posebnoj edukaciji o poduzetništvu i menadžmentu
- trenazu u realnim uslovima i sl.

Predmetno istraživanje je u skladu sa Srednjoročnom razvojnom strategijom BiH (PRSP), Regionalnom strategijom ekonomskog razvoja – Ekonomska regija Sjeveroistočna BiH i Strategijom regije Tuzlanskog kantona. Srednjoročna razvojna strategija BiH definisala je jasne ciljeve: da se ohrabri razvoj i rast mikro i malih preduzeća, privuku kompanije da se pokrenu iz sive ka formalnoj ekonomiji i kreiraju novi poslovi u privatnom sektoru.

1.2. Definisane istraživačke hipoteze

Značajan uspjeh u podršci u finansijskim uslugama mikro i malim biznisima u poslijeratnoj BiH imaju mikrokreditne organizacije (MKO). Mikrokreditne organizacije na području BiH imaju vrlo značajnu i razgranatu mrežu usluga i kreditiranja mikro i malog biznisa. Međutim, razvoj mikro i malog biznisa je praćen nizom ograničenja, od čega posebno treba istaći slijedeća:

- neadekvatan podsticaj vlasti stanovništvu na razvijanju vlastitog biznisa
- nedostatak obrazovanih kadrova i iskusnog osoblja za mikro i malo poduzetništvo
- nedovoljna menadžerska znanja i neplanski pristup biznisu
- neadekvatno korištenje oskudnih resursa
- niska produktivnost i
- nizak stepen tehnologije mikro i malog biznisa.

Ova i druga ograničenja onemogućavaju ostvarivanje uloge poduzetništva u smanjenju stope nezaposlenosti. Iz tih razloga su do sada često fragmentarno povodena istraživanja koja su se odnosila na nivo svijesti, znanja i drugih potreba postojećih i potencijalnih korisnika usluga mikrokreditnih organizacija kako bi se podstakao razvoj poduzetništva i na taj se način doprinijelo rješavanju problema velike nezaposlenosti.

Stoga se postavljaju dvije istraživačke hipoteze:

- *Mali i mikro poduzetnici (MMP) imaju potrebu za dodatnom edukacijom i treningom iz oblasti poduzetništva, odnosno za znanjima koja se odnose na proces od kreiranja poduzetničke ideje do njene realizacije.*
- *Mali i mikro poduzetnici imaju potrebu za konsaltingom i treningom iz oblasti organizacije i vođenja biznisa, tržišnog nastupa i upravljanja ljudskim potencijalima.*

1.3. Predmet i ciljevi istraživanja

Da bi se shvatio i objasnio prethodno istaknuti problem, nužno ga je objektivno i emirijski istražiti kako bi se identifikovali uzroci problema i definisali adekvatni instrumenti njegovog rješavanja. Stoga, *predmet ovog istraživanja jeste utvrđivanje vrste i nivoa poduzetničkih znanja potrebnih postojećim i potencijalnim korisnicima usluga mikrokreditnih organizacija kako bi mogli u perspektivi ostvariti svoj biznis na većem razvojnom nivou.*

Opšti cilj istraživanja je da se obavi detaljna studija izvodljivosti koja će relevantnim ekonomskim razvojnim institucijama pomoći da razumiju situaciju sa kojom se suočavaju mali i mikro poduzetnici, te da se na osnovu rezultata pokrenu odgovarajuće akcije.

Glavni ciljevi istraživanja su:

- definisati nivo svjesnosti MMP o njihovoj poziciji na tržištu
- utvrditi utjecajne faktore na oprijedjeljenje MMP za biznis
- utvrditi nivo opštih znanja o poduzetništvu kod MMP
- utvrditi nivo specifičnih znanja o poduzetništvu kod MMP
- ocijeniti nivo procesnih znanja MMP od ideje, prilike, započinjanja i realizacije do održivog razvoja biznisa
- provjeriti ispravnost vlastitih gledišta i djelovanja MMP
- utvrditi nedostajuća znanja i vještine MMP
- utvrditi nivo potreba za edukacijom, konsaltingom i treningom MMP
- identificirati različitosti u stavovima prema poduzetništvu i poduzetničkim znanjima na osnovu socio-demografskih i ekonomskih obilježja MMP.

Specifični ciljevi istraživanja su:

- realizacija potreba i smetnji klijenata i potencijalnih klijenata mikrokreditnih organizacija
- identifikacija sredstava za adresiranje potreba i smetnji malih i mikro poduzetnika.

2. SOCIO - DEMOGRAFSKA I EKONOMSKA OBILJEŽJA PODUZETNIKA

Da bi se uspješno realizirali postavljeni ciljevi neophodno je prikupiti podatke koji dovoljno «dobro» reprezentuju problemsku situaciju u kojoj se nalazi mikro i malo poduzetništvo na prostoru regije Sjeveroistočna BiH. Iz razloga nedostatka adekvatnih sekundarnih podataka, istraživanje je usmjereno na prikupljanje primarnih podataka. Jezgro podataka treba da odrazi reprezentativnost procesa u odnosu na oblik, jedinice i vrijeme prikupljanja koji se biraju na osnovu reprezentativnog uzorka. Uvažavajući specifičnosti problema vezanih za poduzetništvo, opredijelili smo se za slijedeće:

- metode za prikupljanje podataka: usmeno ispitivanje putem ankete i diskusije pomoću fokus grupa
- instrumenti prikupljanja: anketni upitnik i vodič za diskusiju
- jedinice prikupljanja: mikro i mali poduzetnici.

Značaj jedinica prikupljanja ogleda se u reprezentativnosti njihovog izbora i analizi socio-demografskih i ekonomskih obilježja ispitanika mikro i malih poduzetnika.

2.1. Odabir ispitanika

Ovo istraživanje obuhvata dvije vrste ispitanika mikro i malih poduzetnika koji su klijenti ili neklijenti mikrokreditnih organizacija. U studiji su obuhvaćene dvije mikrokreditne organizacije: MI-BOSPO Tuzla i EKI Tuzla, koje su organizovane kao nevladine, neprofitne i nedepozitne organizacije. Obje su registrirane i djeluju u FBiH i RS.

MI-BOSPO Tuzla daje kredite od 1996 godine. Do 2000. godine program mikrokreditiranja funkcionirao je u sklopu Humanitarne organizacije «Bosanski savjet za pomoć» BOSPO, a 2000. godine registrovan je kao mikrokreditna organizacija. Odobrava grupne i individualne kredite ciljnoj populaciji ženama poduzetnicama sa niskim prihodima koje investiraju zajmove za ostvarivanje dobiti za porodice i kreiranje profita u biznisu.

EKI Tuzla, takođe, daje kredite od 1996 godine. Osnivač je World Vision. Odobrava grupne i individualne kredite ciljnoj populaciji pojedincima koji nemaju pristupa bankarskim kreditima i biznisima, koji se mogu kreirati i održati.

Stoga je anketno istraživanje kao ciljnu populaciju za primarno prikupljanje podataka obuhvatilo dvije skupine ispitanika:

- *klijente* mikrokreditnih organizacija MI-BOSPO i EKI,
- *neklijente* ovih mikrokreditnih organizacija, a koji predstavljaju lokalne konkurente poduzetnicima koji su klijenti pomenute dvije mikrokreditne organizacije.

Ispitanici su podijeljeni u dvije grupe:

- *eksperimentalna grupa* – koju čine klijenti mikrokreditnih organizacija MI-BOSPO i EKI koja broji 240 ispitanika,
- *kontrolna grupa* – koju čine neklijenti, lokalni konkurenti klijenata mikrokreditnih organizacija koji nisu koristili usluge mikrokreditnih organizacija. Kontrolna grupa je brojala 60 ispitanika.

Fokus grupe su organizirane kao heterogene grupe respektujući pol stvarnog poduzetnika, sektor i fizičku lokaciju biznisa. Anketno istraživanje je obuhvatilo uzorak od 300 poduzetnika, u skladu sa projektom. Usvojeni odnos klijenata, odnosno neklijenata u uzorku između MI-BOSPO i EKI je 70%:30%.

U planu uzorkovanja ispitanici su odabrani po principu slučajnog proporcionalnog stratificiranog sistematskog uzorka, što omogućuje dovoljno dobru reprezentativnost klijenata, odnosno neklijenata MKO. Područje istraživanja su općine Sjeveroistočne BiH i to: Bijeljina, Ugljevik, Kalesija, Zvornik, Šekovići, Sapna, Teočak, Osmaci, Bratunac, Tuzla i Čelić.

Obilježja na osnovu kojih je izvršena stratifikacija su:

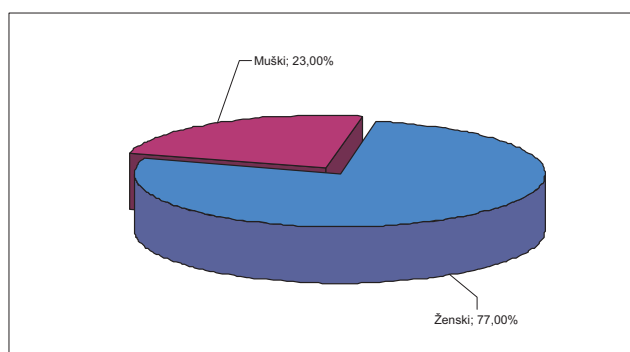
- lokacija primarnog biznisa (Bijeljina, Ugljevik, ...) i
- sektor biznisa (mala proizvodnja, poljoprivreda, trgovina, usluge).

2.2. Karakteristike poduzetnika i njihovih biznisa/preduzeća

Jedinice istraživanja, kao što je prethodno istaknuto, su mikro i mali poduzetnici koji su vlasnici i menadžeri svojih biznisa. Ispitanici u ovoj studiji su reprezentativni za klijente i neklijente MKO koji su obuhvaćeni studijom.

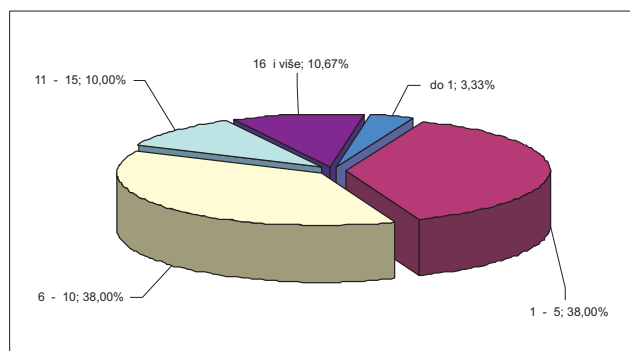
S obzirom da su ciljna grupa MI-BOSPO-a prije svega žene poduzetnici, u spolnoj strukturi klijenata stvarnih poduzetnika-menadžera dominiraju žene (80,33%). U strukturi neklijenata žene-poduzetnici, također, učestvuju značajnije sa 61,67%. Naravno i u ukupnom uzorku žene stvarni poduzetnici - menadžeri imaju veće učešće od muškaraca (77%). S obzirom i na rezultate drugih dostupnih istraživanja, može se zaključiti da žena poduzetnika klijenata MKO ima više nego muškaraca.

Grafik 2.1. Spolna struktura ukupnog uzorka



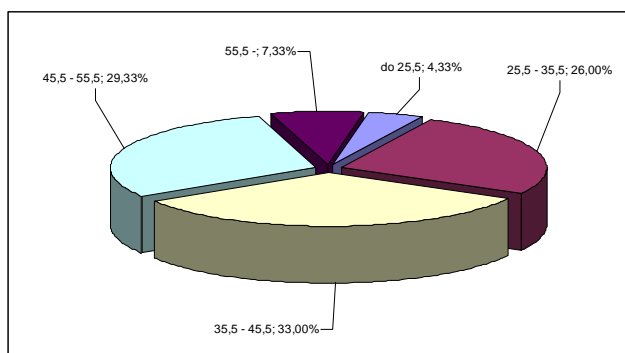
Prosječna starost biznisa u uzorku je 7,80 godina. Prosječan poduzetnik klijent se bavi biznisom 7,62 godina, dok neklijenat prosječno 8,5 godina. Uglavnom i u strukturi klijenata i neklijenata veće učešće imaju stariji biznisi kojima se bave poduzetnici više od 6 godina. Značajno je učešće i biznisa kojima se bave poduzetnici između jedne i pet godina (38%). Posebno zabrinjava podatak da «mladi» biznisi starosti do jedne godine učestvuju u strukturi u svim grupama sa 3,33%. To može implicirati zaključak da je sve manje poduzetnika početnika i da je poduzetništvo u društvenoj zajednici u krizi.

Grafik 2.2. Struktura ukupnog uzorka prema dužini bavljenja privatnim poslom



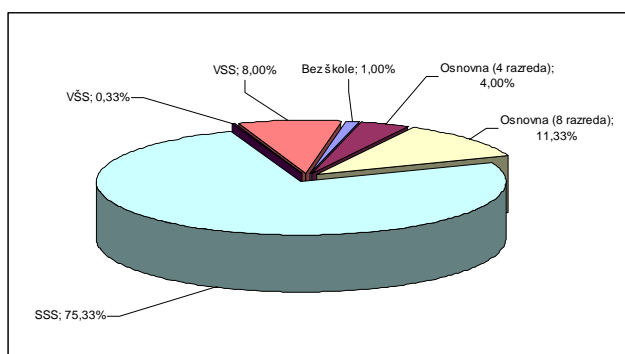
Prosječna starosna dob poduzetnika kod oba tipa ispitanika je približno ista (klijenti – 40,75 godina, neklijenti – 41,67 godina, u uzorku ukupno - 40,93 godina). Preko 2/3 ispitanika je starosne dobi iznad 35 godina. Mladih poduzetnika od 25 godina je zanemarivo malo (u uzorku samo 4,33%), što implicira zaključak da mlađa populacija stanovništva se teže odlučuje za poduzetništvo i poduzetničku karijeru. Ovo ukazuje da poduzetništvo u našim uslovima još uvijek nije dovoljno promovirano i podržano, posebno među mlađom populacijom.

Grafik 2.3. Starosna struktura ukupnog uzorka



Razina obrazovanja klijenata i neklijenata je relativno slična. Najviše poduzetnika u uzorku ima srednju stručnu spremu (75,33%), što je slično za oba tipa ispitanika. Učešće poduzetnika u uzorku sa višom i visokom stručnom spremom iznosi 8,33%, što implicira zaključak da se još uvijek visokoobrazovani kadrovi teže odlučuju za poduzetničku karijeru. Ohrabruje činjenica da malo cca 15% oba tipa ispitanika ima osmogodišnje i niže obrazovanje. Na osnovu prethodnog može se zaključiti da edukaciju o poduzetništvu i menadžmentu u našim uslovima treba pretežno usmjeriti u završne razrede srednjih škola ili specijalističke kurseve nakon završetka srednje škole. Prema tome, ciljna populacija za poduzetničku edukaciju i finansijsku i nefinansijsku podršku poduzetništvu treba da budu pretežno mladi sa završenom srednjom školom.

Grafik 2.4. Školska sprema ukupnog uzorka

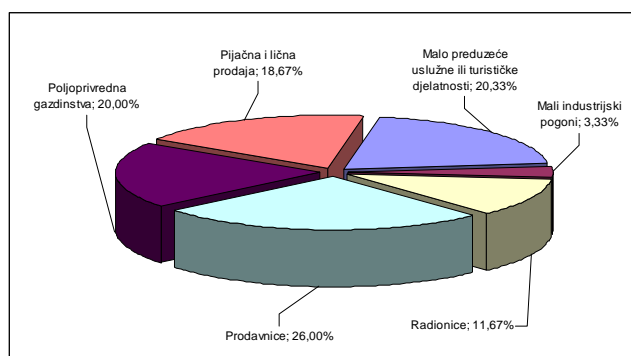


Prihodi domaćinstva su u širokoj upotrebi kao pokazatelj dobrobiti domaćinstva. Na osnovu prikupljenih podataka može se uočiti da prosječni mjesečni prihod od biznisa domaćinstava poduzetnika koje je obuhvatilo ovo istraživanje iznosi 1.082 KM ili godišnje 12.984 KM. Od ukupnog broja poduzetnika ispitanika najviše njih (46,67%) ima mjesečni prihod manji od 750 KM što ih približava granici siromaštva. Od ukupnog broja anketiranih 25% ima mjesečne prihode između 750 i 1.500 KM. Ohrabrujući su podaci da 18% ispitanika ima mjesečne prihode veće od 1.500 KM. Od ukupnog broja ispitanika 12,33% je izjavilo da nema prihoda ili da posluje sa gubitkom. Među ovim ispitanicima može se očekivati da jedan broj ispitanika nije htio dati odgovor, ali ima i onih koji žive ispod granice siromaštva.

Stopa neregistrovanja biznisa, odnosno djelovanja biznisa u neformalnom sektoru kod obje grupe ispitanika je relativno visoka. U ukupnom uzorku ispitanika poduzetnika 50% njih nema registrovan biznis. Kod klijenata učešće neregistrovanog biznisa je nešto veće i iznosi 52,08%, dok kod neklijenata je manje i iznosi 41,67%. Međutim, ovoliko učešće neregistrovanih biznisa ukazuje da je izostala državna podrška biznisima da se pokrenu iz sive ka formalnoj ekonomiji. Među neregistrovanim biznisima nalazi se i poljoprivredna djelatnost, koja nema istu obavezu registrovanja kao ostale djelatnosti.

Od ukupnog broja ispitanika poduzetnika 25,67% ima organizovan biznis kao prodavnice. Slično učešće prodavnica je i kod obje vrste ispitanika. Mala preduzeća uslužne djelatnosti su pogodan oblik organizovanja za 20,33% ispitanika. Za 20% ispitanika klijenata i neklijenata poljoprivredno gazdinstvo je oblik organizovanja biznisa. Pijačna i lična prodaja u ukupnoj strukturi učestvuje 18,67%. Od ukupnog broja ispitanika njih 11,67% koristi radionice kao oblik organizovanja biznisa. Posebno malo učešće imaju mali industrijski pogoni, svega 3,33% ispitanika.

Grafik 2.5. Oblik organizacije biznisa za ukupan uzorak



S obzirom da mikro i mali biznisi po definiciji zapošljavaju mali broj radnika, efekti njihovog razvoja na zapošljavanje zavise od ukupnog broja mikro i malih biznisa. Ukupan broj zaposlenih kod anketiranih poduzetnika iznosi 379 ili 1,26 po poduzetniku. Članova vlastitog domaćinstva je uposleno 276 ili 72,82%, dok je 103 radnika ili 27,18% zaposleno izvan domaćinstva. Prema tome, istraživana populacija uglavnom je samozaposlena ili zapošljava članove svojih domaćinstava.

Od ukupnog broja poduzetnika njih 201 ili 67% zapošljava samo članove vlastitog domaćinstva, dok njih 23 ili 7,67% zapošljava samo radnike izvan domaćinstva. Njih 76 ili 25,33% zapošljava i članove svoga domaćinstva i radnike izvan domaćinstva. Slični zaključci vaće i za grupe klijenata i neklijenata.

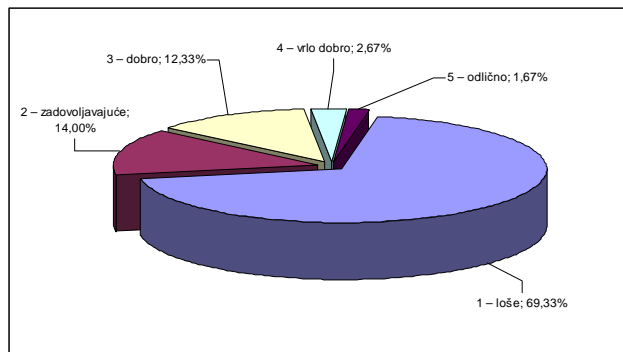
3. ANALIZA PRIKUPLJENIH PODATAKA

3.1. Rezultati anketnog istraživanja

3.1.1. Svjesnost malih i mikro poduzetnika o njihovoj poziciji na tržištu

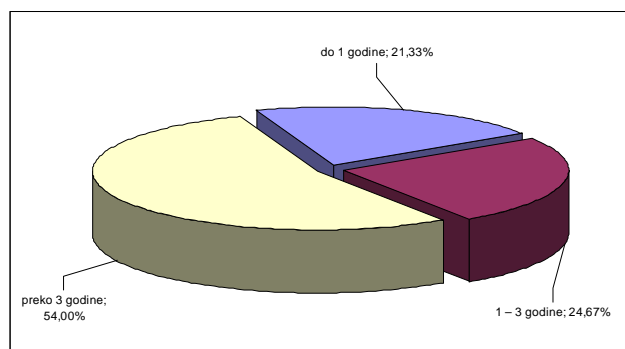
Iskustva razvijenih zemalja, te naprednih tranzicijskih zemalja pokazuju da razvoj ovog sektora doprinosi rastu i razvoju proizvodnje, trgovine i usluga, rastu dohodka po glavi stanovnika, odnosno standarda, tržišnoj ekspanziji privrede i što je najvažnije porastu zaposlenosti. Međutim, nijedan drugi sektor privrede nema toliko veliku potrebu za sistemskom i ekonomskom pomoći države i njenih institucija kao što je slučaj sa poduzetničkim sektorom. Zbog toga smo narednom grupom pitanja nastojali utvrditi koliko su mali i mikro poduzetnici svjesni svoje pozicije na tržištu i u zajednici.

Grafik 3.1. Ocjena pomoći države u razvoju poduzetništva za ukupan uzorak



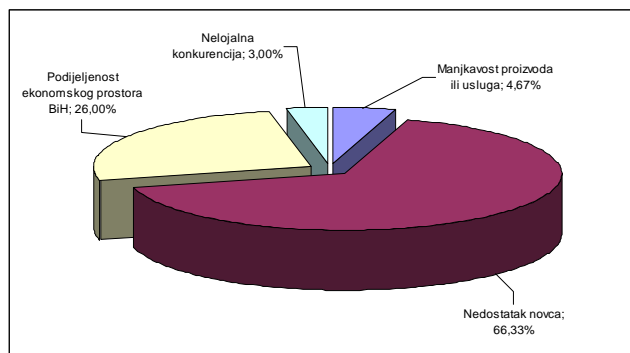
Anketa je pokazala da 69,33% ukupno anketiranih poduzetnika smatra da je pomoć države u razvoju njihovog biznisa loša, dok je samo 1,67% anketiranih odgovorilo da je ta pomoć odlična. Oko 14% anketiranih smatra da je pomoć države zadovoljavajuća, dok ih 12,33% smatra da je dobra. Da je pomoć države vrlo dobra smatralo je manje od 3% anketiranih poduzetnika. Prosječna ocjena pomoći države razvoju biznisa poduzetnika iznosi 1,55 (između loše i zadovoljavajuće). Dosta slične odgovore su dali ispitanici klijenti i neklijenti, s tim da je procenat onih koji smatraju da je pomoć države loša bio nešto viši kod klastera neklijenti, tj. čak 80% anketiranih. Nažalost, vidimo da naša vlada nije shvatila da se uspješan biznis ne zasniva na velikim parama i burnim poduhvatima, već na idejama pojedinaca poduzetnika koje podržava povoljno okruženje.

Grafik 3.2. Ocjena ispitanika o perspektivi njihovog posla za ukupan uzorak



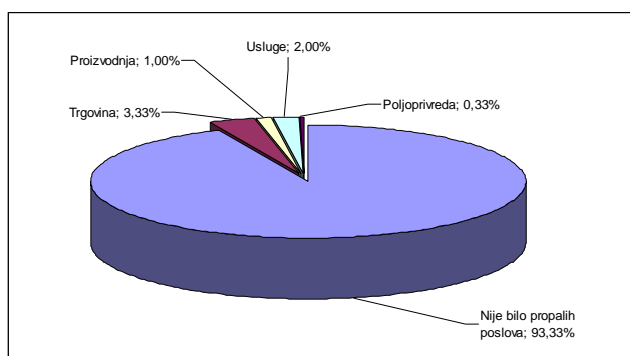
Ono što ohrabruje je činjenica da su poduzetnici optimistični u pogledu dugoročne perspektive posla kojim se bave. Naime, 54% anketiranih poduzetnika je odgovorilo da njihov posao ima perspektivu dužu od 3 godine, cca 25% da postoji perspektiva u periodu od 1 – 3 godine, dok 21,33% smatra da je perspektiva posla kojim se bave kratkoročna, odnosno do jedne godine. Kod klastera neklijenti procenat onih koji smatraju da njihov posao ima perspektivu dužu od 3 godine je veći i iznosi preko 58%, dok je manji procenat (16,67%) onih koji smatraju da je perspektiva posla kojim se bave kratkoročna.

Grafik 3.3. Najveće smetnje u razvoju privatnog biznisa za ukupan uzorak



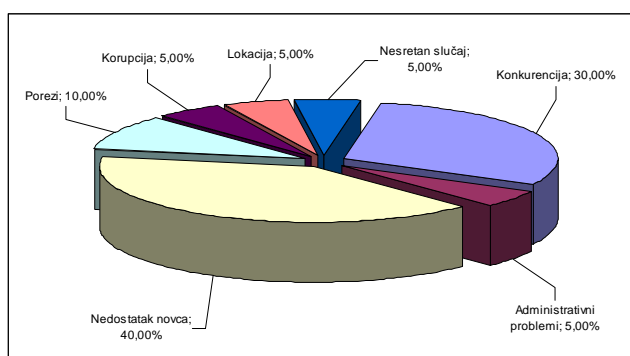
Anketa je pokazala da postoje brojne barijere u razvoju poduzetništva, te da se negativno odražavaju na razvoj mikro i malih poduzetnika. Čak 66,33 % anketiranih je izjavilo da je nedostatak novaca najveća smetnja u razvoju njihovog posla. Ni manjkavost proizvoda ili usluga nije značajnija smetnja u poslovanju anketiranih poduzetnika. Samo je 4,67% anketiranih ukazalo na ovu smetnju. Skoro identične odgovore su dali ispitanici klijenti i nekljenti.

Grafik 3.4. Dosadašnji neuspješni poslovi poduzetnika za ukupan uzorak



Anketa je pokazala da je mali broj poduzetnika imao neuspješne poslovne poduhvate, svega njih 6,66% što potvrđuje njihovu odgovornost i racionalnost u poslovanju. Kod klastera nekljenti je bilo nešto više propalih poslova (17,33%), i to najčešće u trgovinskom, uslužnom i proizvodnom sektoru.

Grafik 3.5. Razlozi dosadašnjih neuspješnih poslova poduzetnika za ukupan uzorak



Poduzetnici koji su imali neuspješne poslovne poduhvate su kao razloge neuspjeha naveli nedostatke novca (40%), konkurenciju (30%), poreze (10%), te manje podjednako važne administrativne probleme, korupciju, lokaciju i nesretan slučaj.

Zanimljiv podatak je odgovor ispitanika nekljenti, gdje je preko 45% anketiranih kao glavni razlog neuspjeha navelo konkurenciju, a tek na drugo mjesto svrstali nedostatak novca (27,27%), dok je redoslijed razloga kod klijenata bio obrnut.

Na osnovu prikupljenih podataka može se zaključiti da najveći broj poduzetnika dobro poznaje svoje ambicije, jake strane i slabosti (95%). Da su poduzetnici skromni i da ne vole da se hvale svojim uspjesima pokazalo je i ovo istraživanje (78,33%), dok se hvali svojim uspjesima 16,67% anketiranih. Anketa je pokazala i da u našoj zemlji nije u potpunosti uništen socijalni kapital, odnosno da postoji međusobno povjerenje poduzetnika prema njihovim saradnicima (64,33%), dok (19%) nema povjerenja prema saradnicima. Za male poduzetnika je podrška porodice važnija od bilo kakve druge podrške (97,33%).

Od ukupnog broja anketiranih 48,67% smatra da se zarada koju ostvaruju stalno povećava, dok njih 36,67% smatraju da nema povećanja zarada. Onih koji nisu sigurni u stalno povećanje zarade ima 14,67% poduzetnika.

Svojim poslovnim uspjehom je zadovoljno 73,67% anketiranih, dok je nezadovoljno svega 17,67% poduzetnika. Potpuno spremno prihvatiti nova znanja i informacije je čak preko 90% poduzetnika jer su svjesni svojih interesa, vrijednosti i očekivanja u budućem periodu (85%).

Značajan broj anketiranih je potvrdilo pretpostavku da naše okruženje posmatra poduzetnike kao negativce blizu 50%, dok je suprotnog mišljenja bilo 28,67%.

Rezultati istraživanja pokazuju da je organizovanost društva u BiH u stvaranju povoljnog poduzetničkog ambijenta loša, jer država ne stimuliše i ne pomaže poduzetnike (64,33%), dok je svega (17,67%) anketiranih smatralo da država stimuliše poduzetnike. Prosječna ocjena da država stimuliše i pomaže poduzetnike je 1,57. Takođe ni lokalna vlast ne pomaže poduzetnicima jer je 59% anketiranih smatralo da je pomoć nedovoljna. Prosječna ocjena da lokalna vlast pruža podršku razvoju biznisa je 1,75. Anketirani smatraju da je podrška mikrokreditnih organizacija poduzetnicima na visokom nivou, odnosno da je odlična (preko 59%). Prosječna ocjena da mikrokreditne organizacije pomažu razvoju biznisa je 4,29.

Da je kamatna stopa na kredit u bankama povoljna, a postupak dobivanja kredita jednostavan i brz smatralo je cca 20% anketiranih, dok je suprotno mišljenje imalo cca 51% anketiranih. Prosječna ocjena da banke jednostavno i brzo pružaju svoje usluge je 2,49.

Da je stručnost poduzetnika na zavidnom nivou smatra preko 25% anketiranih, dok suprotno mišljenje ima cca 29%. Prosječna ocjena da je stručnost na zavidnom nivou je 2,93.

Skoro svi anketirani poduzetnici su odgovorili da u njihovoj lokalnoj zajednici ne postoji organizovano obučavanje za pokretanje i razvoj privatnog biznisa (84 %). Prosječna ocjena o brizi lokalne zajednice za razvoj poduzetništva je 1,55.

Sličan odgovor je bio i u vezi pitanja o institucijama koje pružaju podršku i pristup značajnim podacima i informacijama za pokretanje i razvoj privatnog posla. Da ne postoje ovakve institucije smatralo je 81% anketiranih. Prosječna ocjena o podršci i pristupu značajnim podacima i informacijama za razvoj biznisa je 1,63.

Da u lokalnoj zajednici ne postoji ni međunarodna pomoć malim poduzetnicima u pokretanju i razvoju privatnog biznisa (neposredna finansijska pomoć, strani savjetnici, seminari, obuka i sl.) smatra 74% anketiranih. Pozitivan odgovor je dalo samo 10,67% anketiranih poduzetnika. Prosječna ocjena o podršci međunarodnih institucija razvoju biznisa je 1,83.

Stavove o poštivanju ekološke svijesti na visokom nivou ima 48,33% anketiranih, a na nešto nižem nivou 16,67% poduzetnika. Lošu i nedovoljnu ekološku svijest ima 26% anketiranih poduzetnika. Prosječna ocjena poštivanja zahtjeva o zaštiti čovjekove okoline je 3,75.

3.1.2. Ocjena utjecajnih faktora na opredjeljenost malih i mikro poduzetnika za biznis

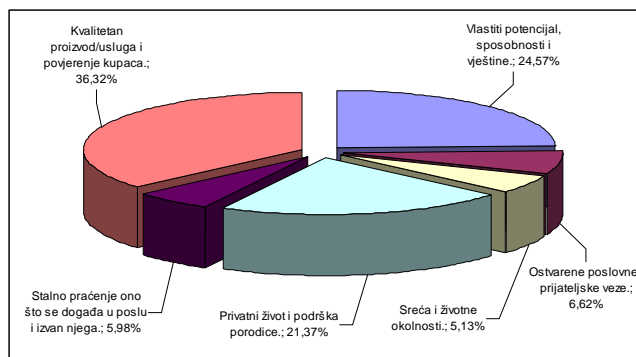
Stavovi poduzetnika o faktorima koji opredjeljuju mikro i male poduzetnike su posljedica njihovih neformalnih uopštavanja i vlastitih procjena koje se odnose na predispozicije za poduzetništvo. Svjesnost ciljeva, alternativa i ograničenja za uspješnu karijeru poduzetnika definirana je skupom otvorenih i zatvorenih pitanja, te stepenom njihovog slaganja sa ponuđenim tvrdnjama.

U pogledu najvećih šansi poduzetnika za ostvarenje poslovnog uspjeha mogu se uočiti u potpunosti podijeljena mišljenja, u smislu da imaju:

- (1) kvalitetan proizvod/uslugu i povjerenje kupaca (36,32%),
- (2) vlastiti potencijal, sposobnosti i vještine (24,57%),
- (3) podršku porodice (21,37%),

- (4) ostvarene poslovne i prijateljske veze (6,62%),
- (5) stalno prate ono što se događa u poslu i izvan njega (5,98%),
- (6) zbog sreće i životnih okolnosti (5,13%). Kod ispitanika neklijenata struktura odgovora se nije značajnije razlikovala u odnosu na klijente.

Grafik 3.6. Najveće šanse za ostvarenje poslovnog uspjeha za ukupan uzorak



Za preko 59% anketiranih poduzetnika ne vrijedi tvrdnja da «poduzetnik može biti svaka osoba», dok se 36,33% anketiranih složilo sa tom tvrdnjom.

Na tvrdnju da poduzetnici moraju biti izuzetno stručni pojedinci pozitivno je odgovorilo 54% ispitanika, negativno 37,67%, a indiferentno je 8,33%.

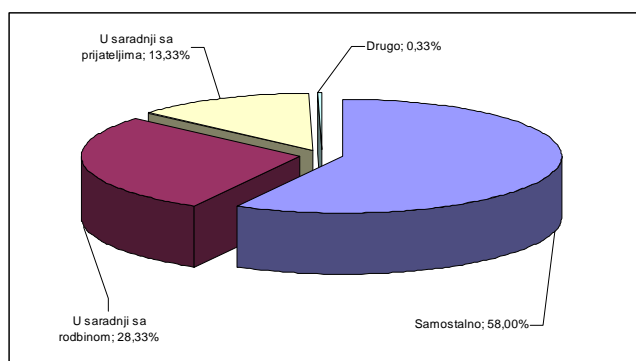
Anketirani poduzetnici vjeruju u procentu 39,67% da su poduzetnici ljudi rođeni sa posebnim sposobnostima, dok se veći dio anketiranih ne slaže sa ovom tvrdnjom (50,33%). Smatramo da ovakav stav koji se odnosi na prirodne osobine poduzetnika, a ne druge koje su društvene i koje se vremenom stiču, su posljedica nepoznavanja problema poduzetništva i skromnog poduzetničkog ambijenta.

Na tvrdnju da je poduzetnika moguće stvoriti u školskim klupama, odgovorilo je pozitivno 44,33% ispitanika, dok je neslaganje iskazalo 40,67% anketiranih.

Većina neanketiranih vjeruje da kvalitetna edukacija može unaprijediti poduzetnička znanja. Na pitanje «znanja i vještine ljudi koje zapošljavaju poduzetnici imaju najveću važnost za uspjeh privatnog posla», pozitivno je odgovorilo 68%, a negativno svega 18,67% anketiranih.

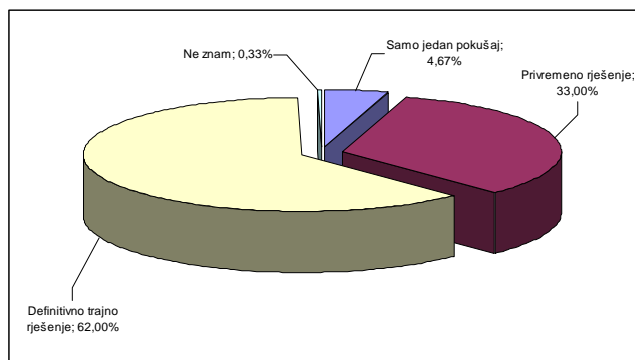
Da je timski rad osnova poduzetničkog uspjeha vjeruje čak 84,33%, dok suprotno mišljenje ima samo 11,67% anketiranih ispitanika.

Grafik 3.7. Način na koji treba ostvariti pokretanje biznisa za ukupan uzorak



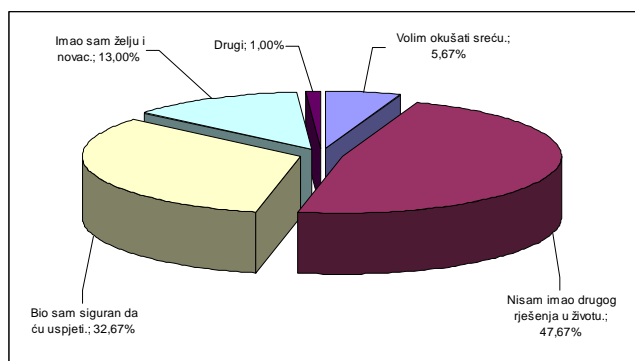
Stavovi poduzetnika o tome sa kime žele realizirati poduzetnički projekat treba da ukažu na opredijeljenost poduzetnika za rad u timu ili samostalno. Na osnovu podataka iz ankete uočava se da najveći broj anketiranih se opredijelio za realizaciju vlastitog biznisa samostalno, tačnije njih 58%, dok njih 28,33% smatra da pokretanje privatnog biznisa treba realizirati u saradnji sa rodbinom, a 13,33% u saradnji sa prijateljima. Kod klastera neklijenti struktura odgovora se nije značajnije razlikovala u odnosu na klijente.

Grafik 3.8. Šta za sadašnje poduzetnike (posmatrano za ukupan uzorak) predstavlja njihov privatni posao



Anketirani poduzetnici u velikom broju imaju trajno opredjeljenje za vlastiti biznis (62%). Značajan broj poduzetnika se opredijelio za biznis kao privremeno rješenje tj. njih 33%, dok se samo 4,67% poduzetnika izjasnilo da je pokretanje vlastitog biznisa za njih bio samo jedan pokušaj. Kod obje grupe ispitanika klijenata i neklijenata nije bilo većih odstupanja u datim odgovorima.

Grafik 3.9. Razlozi ulaska u privatni biznis posmatrano za ukupan uzorak



U pogledu razloga ulaska u privatni biznis poduzetnici preferiraju slijedeće odgovore:

- (1) nisu imali drugog rješenja u životu 47,67%,
- (2) sigurni su da će uspjeti 32,67%,
- (3) imali su želju i novac 13%, i
- (4) zato što vole okušati sreću 5,67%.

Na postavljeno pitanje: «Smatrate li da imate dovoljno znanja za stvaranje novih poslovnih ideja?» 74,33% anketiranih poduzetnika je pozitivno odgovorilo, što znači da poduzetnici izražavaju opće znanje o tome čime bi se u budućem biznisu eventualno bavili. Na ovo pitanje negativno je odgovorilo samo 13,67%, dok njih 12% nije imalo stav u vezi ovog pitanja.

Na pitanje: «Smatrate li da je najlakše doći do poslovne ideje saradnjom sa stručnjacima različitih stručnosti?» poduzetnici su dominantno odgovorili potvrdno tj. njih 84,33%, njih 8,67% nije znalo odgovor na pitanje, a samo 7% anketiranih poduzetnika je odgovorilo odrično.

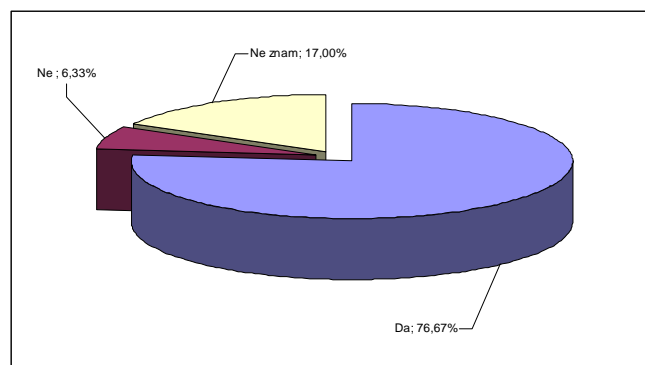
Na pitanje: «Da li sada nove ideje zaokupljaju Vašu pažnju i slobodno vrijeme?» 69,33% poduzetnika je odgovorilo potvrdno, 26,67% odrično, a 4% nije znalo odgovor.

Od ukupnog broja anketiranih poduzetnika njih 70,33% vjeruje da bi mogli uspješno realizirati neku novu poslovnu ideju, što je dobra pretpostavka za širenje preduzetništva. Odrično je odgovorilo 14,33% anketiranih poduzetnika, a nije znalo odgovor 15,33% anketiranih.

Kako smo mogli i pretpostaviti na pitanje da li nove ideje proizilaze iz vlastitog poduzetničkog iskustva, najveći broj njih, tj. 76% je odgovorio potvrdno. Naravno bilo je i onih poduzetnika čije nove ideje ne proizilaze iz vlastitog iskustva ali je njihov broj znatno manji, tačnije 47 od ukupno 300 anketiranih ili 15,67%. Svega 8,33% poduzetnika nije imalo stav o ovom pitanju.

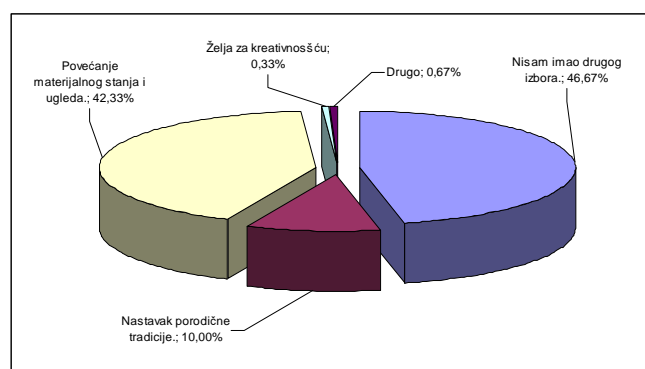
Na pitanje da li poduzetnici znaju ko bi njihovu ideju mogao financirati više od polovine se izjasnilo da znaju, tačnije njih 168 od 300 anketiranih ili 56%. Odrično je odgovorilo 18,67% anketiranih poduzetnika, a nije znalo odgovor 25,33% anketiranih.

Grafik 3.10. *Opravdanost opredjeljenja za privatni posao posmatrano za ukupan uzorak*



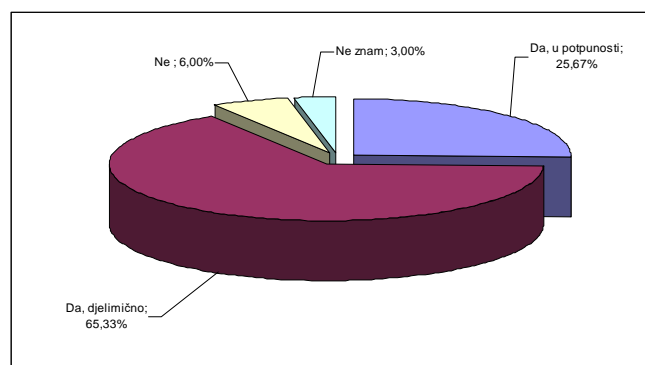
Izjašnjavajući se o opravdanosti i pravilnosti vlastite odluke o bavljenju poduzetništvom može se zaključiti da većina anketiranih smatra da je napravila pravi potez opredjeljujući se za privatni biznis, tačnije 76,67% anketiranih poduzetnika, dok je negativno odgovorilo svega 6,33% ispitanika. Indiferentno je 17% anketiranih.

Grafik 3.11. *Motivi opredjeljivanja za privatni posao posmatrano za ukupan uzorak*



Od osnovnih motiva za bavljenjem mikro i malim poduzetništvom istaknuta su dva najčešća razloga zbog kojih poduzetnici ulaze u poduzetništvo, prvi, jer nemaju drugog izbora (46,67%) i drugi razlog, povećanje materijalnog stanja i ugleda (42,33%). Da je razvoj poduzetništva u našoj zemlji još uvijek u povelju pokazuje i činjenica da se poduzetništvom zbog nastavka porodične tradicije bavi samo 10% anketiranih poduzetnika.

Grafik 3.12. *Stepen ispunjenosti očekivanja od pokretanja privatnog posla posmatrano za ukupan uzorak*



Očekivanja poduzetnika od privatnog biznisa su se uglavnom ispunila, i to u potpunosti (25,67%) i djelimično (65,33). Samo 6% anketiranih poduzetnika nije ispunilo svoja očekivanja. Kod klastera klijenti se može vidjeti veće zadovoljstvo sa ostvarenim rezultatima.

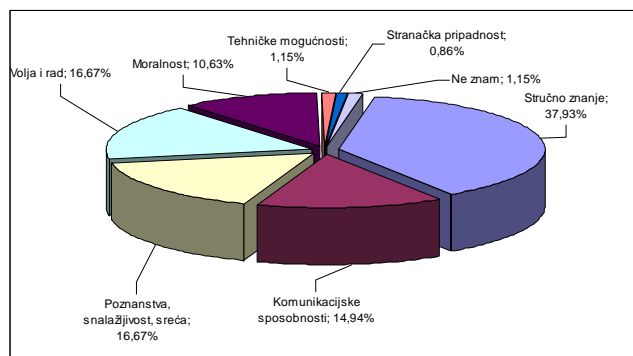
Provjerom vrijednosnog slaganja ispitanika od 1 (uopšte ne vrijedi za mene) do 5 (u potpunosti vrijedi za mene) sa ponuđenim tvrdnjama željeli smo provjeriti potencijal poduzetnika, njihovu kreativnost, sistematičnost, želju za liderstvom, znanja o upotrebi računara i sl.

- a) Tvrdnjom «Sve što radim, želim da uradim bolje od drugih» željeli smo provjeriti ambicioznost anketiranih poduzetnika. Najambicioznijih poduzetnika ima 45,33%, dok ambicioznih poduzetnika ima nešto manje 26%. Prema tome, ambiciju kao karakteristiku uspješne karijere ima 71,33% anketiranih poduzetnika.
- b) Tvrdnjom «Navikao sam da sebi postavim ciljeve, a potom se dobro potrudim da ih ostvarim» željeli smo provjeriti sklonost poduzetnika za planiranjem i upornosti u dostizanju postavljenih ciljeva. Za većinu anketiranih poduzetnika (93%) tvrdnja vrijedi ili potpuno vrijedi, što je obećavajuće za njihovu buduću karijeru.
- c) Stepem slaganja sa tvrdnjom «Bolje radim ako me neko vodi i savjetuje» je trebao inicirati zaključak o liderskim ambicijama anketiranih poduzetnika. Izrazitih lidera ima 11,33%, dok lidera ima 22,33%. Indiferentnih poduzetnika je bilo 17,67%, dok poduzetnika koji nemaju liderskih ambicija ima 48,66%.
- d) Najveći broj anketiranih poduzetnika sa ocjenom 4 i 5 (90,33%) želi da bude obaviješten o procesima koji se događaju oko njih.
- e) Provjerom stepena slaganja sa tvrdnjom da poduzetnici radije prave planove, nego što ih sprovode željela se provjeriti njihova sistematičnost i sklonost realiziranju planiranog. Najsistematičnijih i najupornijih ima 24,33%, dok indiferentnih ima 21,33%. Sa ocjenom 1 i 2 ima 54,33% poduzetnika što znači da nesistematičnost i neplanski pristup je preovlađujući kod ove populacije.
- f) Stepem slaganja anketiranih poduzetnika sa tvrdnjom «Uživam da i drugi budu zadivljeni mojim uspjesima» i u ovom istraživanju je veoma visok, jer za većinu ispitanika vrijedi tvrdnja (71%) i to 22,33% je iskazalo da za njih vrijedi tvrdnja i 48,67% da za njih u potpunosti vrijedi tvrdnja. Ovi podaci ukazuju na želju poduzetnika za odgovarajućim društvenim statusom.
- g) Vrednovanjem tvrdnje «Spreman sam žrtvovati slobodne vikende i miran san» htjeli smo provjeriti nivo posvećenosti, energiju, upornost i želju za postignućem očekivanih rezultata poduzetnika. Čak 67,67% anketiranih je u potpunosti spremno sve svoje resurse angažirati u cilju postizanja uspjeha, dok ih se 18% izjasnilo da su spremni za djelimičnu žrtvu i angažman. Samo 10,33% anketiranih nisu spremni za značajniju žrtvu za dostizanje svojih ciljeva, dok ih je 4% indiferentno.
- h) Tvrdnjom «Sposoban sam i voljan naučiti prodavati proizvode i usluge» htjeli smo provjeriti spremnost poduzetnika da na tržištu rada stiču marketinška znanja, sposobnosti i vještine kojima bi mogli komercijalizirati svoja znanja. Apsolutnu opredijeljenost za sticanje marketinških znanja, sposobnosti i vještina iskazalo je čak 67% anketiranih, dok ih je još pokazalo slaganja sa iskazanom tvrdnjom 20,67%.
- i) Vrednovanjem tvrdnje «Suočen sa neuspjehom, radije počinjem nešto novo umjesto da se držim započetog» željela se ispitati istrajnost poduzetnika u dostizanju ciljeva. Od ukupno anketiranih najupornijih ima 10%, dok dovoljno upornih ima 18%. Kolebljivaca i nesigurnih ima 65,67%, a indiferentnih 6,33%.
- j) Tvrdnjom «Ponekad u svom poslu zanemarim ljudskost i moralnu stranu života» željeli smo utvrditi moralnost i etičnost anketiranih poduzetnika. Na osnovu rezultata istraživanja došli smo do spoznaje da su 77% anketiranih poduzetnika etično i poslovno moralne osoba, što je vrlo ohrabrujuće.
- k) Može se zaključiti da samo 28,66% anketiranih poduzetnika u svom poslovanju koristi računar što je zabrinjavajući podatak. Čak 60% anketiranih ne koristi računare, dok je neodlučnih bilo 11,33%.

3.1.3. Ocjena opšteg znanja o poduzetništvu

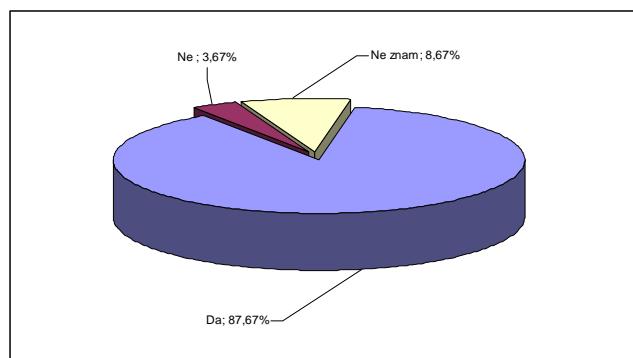
Grupom pitanja o poduzetničkim znanjima htjeli smo utvrditi koliko su poduzetnici upoznati sa poduzetništvom, te da li prate na medijima obrazovne i informativne teme o privatnom poslovanju.

Grafik 3.13. Znanja i vještine potrebne za uspjeh poduzetnika



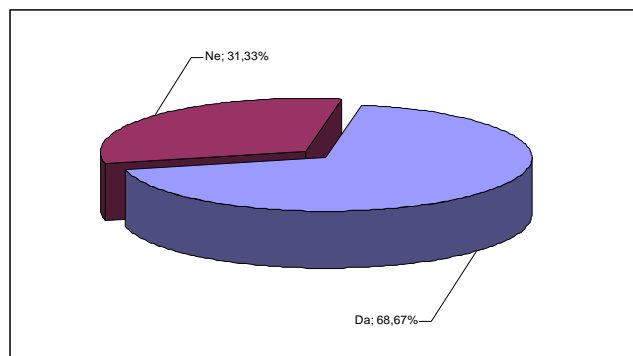
Najvažnija znanja i vještine za uspjeh poduzetnika za 37,93% poduzetnika je stručno znanje. Zatim slijede volja i rad (16,67%), komunikacijske sposobnosti (14,94%), poznanstva, snalažljivost i sreća (16,67%), moral (10,63%) itd. Kod ispitanika nekljenti struktura odgovora se nešto razlikovala. Naime, oni smatraju da je za uspjeh privatnika pored stručnog znanja (33,33%) najvažnije poznanstvo, snalažljivost i sreća (21,90%).

Grafik 3.14. Stepen potrebnog znanja i vještina poduzetnika da i dalje vode svoj biznis



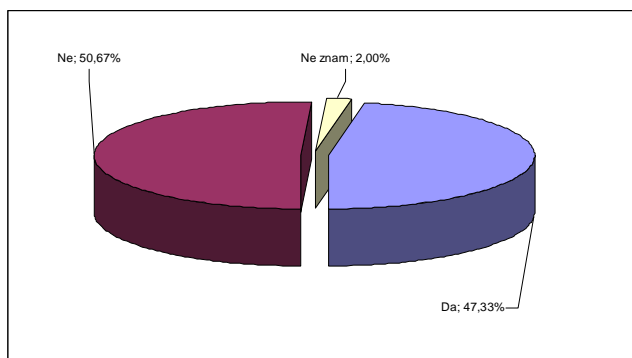
Da su poduzetnici osobe koje imaju samopouzdanje, potvrdilo je i ovo istraživanje. Naime, na postavljeno pitanje da li anketirani posjeduju znanje i vještine da uspješno vode svoj privatni biznis, potvrdno je odgovorilo 87,67%. Samo je 3,67% dalo negativan odgovor, dok je indiferentnih bilo 8,67%.

Grafik 3.15. Stepen informisanosti poduzetnika o privatnom poslovanju



Anketirani poduzetnici uglavnom prate na elektronskim medijima informativne i obrazovne emisije o privatnom poslovanju, tačnije 68,67% anketiranih je dalo potvrdan odgovor. Može se zaključiti da klijenti u većem procentu prate informativne i obrazovne emisije na medijima nego nekljenti.

Grafik 3.16. *Ranije iskustvo vezano za poduzetništvo*

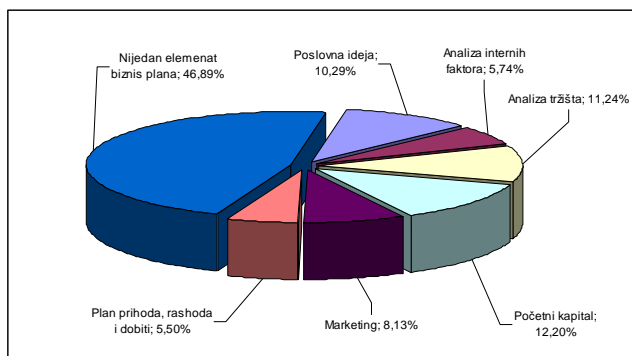


Iskustvo vezano za poduzetništvo, prije nego što su se i sami opredijelili za vlastiti biznis imalo je 47,33% anketiranih poduzetnika. Struktura odgovora kod obje grupe ispitanika (kljenti, nekljenti) je skoro identična.

3.1.4. Ocjena specifičnih znanja o poduzetništvu

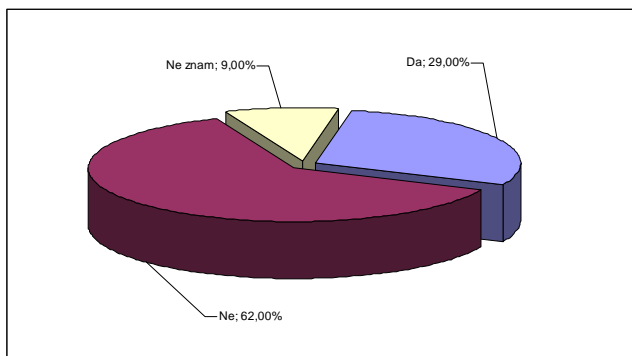
Poduzetništvo zahtjeva specifična znanja koja se odnose na planiranje, informisanje, istraživanje tržišta, menadžerske vještine, finansijski sistem i sl. Proveru elementarnog znanja iz oblasti biznis planiranja u istraživanju realizirali smo sa pitanjem kojim je bilo neophodno navesti nekoliko elemenata biznis plana.

Grafik 3.17. *Stepen poznavanja biznis planiranja*



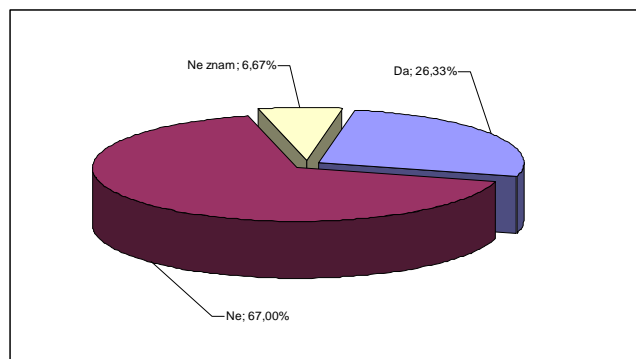
Podaci pokazuju izuzetno slabo poznavanje biznis planiranja anketiranih poduzetnika. Od ukupnog broja anketiranih čak njih 196 nije znalo niti jedan element biznis plana, odnosno 65,33%. Od poduzetnika koji su poznavali elemente biznis plana najčešće su se navodili slijedeći odgovori: početni kapital (22,97%), analizu tržišta (21,17%), te poslovne ideje (19,37%) i marketing (15,32%).

Grafik 3.18. *Stepen informisanosti poduzetnika o brzo rastućim malim preduzećima u EU*



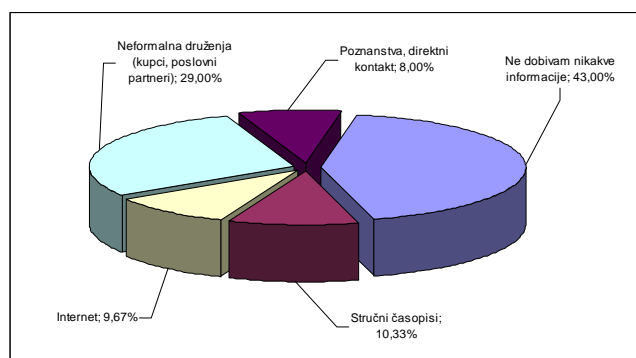
S obzirom da poduzetništvo, u savremenim uslovima u središte stavlja dinamične poduzetnike, koji su sposobni stvarati brzo rastuća visokoprotivna preduzeća o kojima se često govori i piše, u istraživanju smo željeli utvrditi koliko su poduzetnici o njima informisani, odnosno da li su uspjesi tih vizionara i lidera imali utjecaje na stavove i mišljenja naših poduzetnika. Rezultati pokazuju da su poduzetnici slabo informisani o brzo rastućim malim preduzećima u EU i našem bližem okruženju (Hrvatska, Slovenija i SCG), gdje je upoznato svega 29% poduzetnika. Čak 62% anketiranih poduzetnika nema nikakve informacije o brzo rastućim malim preduzećima u okruženju.

Grafik 3.19. *Stepen znanja poduzetnika o uvezivanju u poslovne inkubatore*



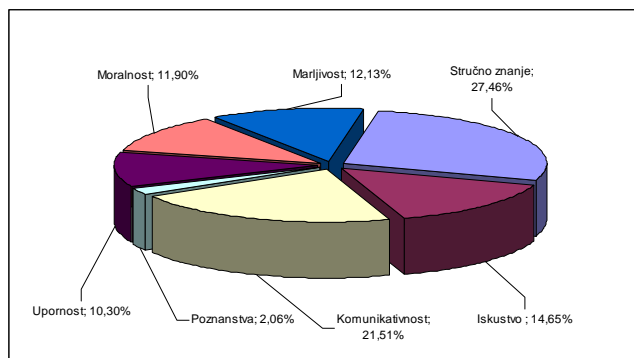
I pored činjenice, da poslovni inkubatori predstavljaju metod razvoja novog biznisa, te mogućnost višestruke kombinacije poslovne saradnje među vlasnicima mikro i malih preduzeća i na bazi toga efikasno korištenje njihovih raspoloživih resursa na uskom prostoru, čak 67% anketiranih poduzetnika nije ni čulo za mogućnost uvezivanja u poslovne inkubatore. Za ovu mogućnost koja se pokazala veoma uspješnom u zemljama tradicionalne podrške razvoju malog biznisa, čulo je samo 26,33% anketiranih poduzetnika. Na osnovu ovih odgovora možemo zaključiti da zajednica ne radi dovoljno na stvaranju lokalne ekonomske baze za razvoj poduzetništva pod krovom poslovnih inkubatora.

Grafik 3.20. *Načini dobivanja informacija o kupcima i konkurenciji*



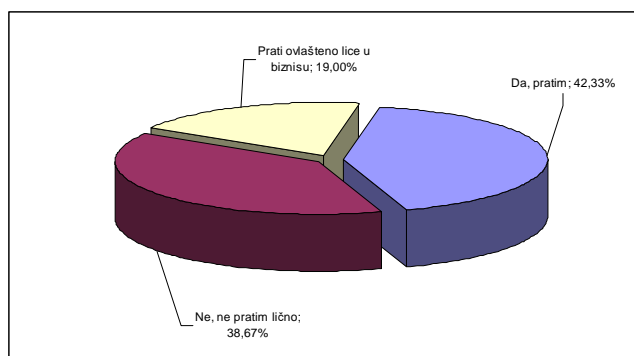
Anketa je pokazala da poduzetnici nemaju sistematski i planski pristup dobijanju potrebnih informacija, već se uglavnom zadovoljavaju neformalnim pristupom. Tako su neformalna druženja najčešći način na koji poduzetnici dobivaju informacije o kupcima i konkurenciji (29%), zatim slijede stručni časopisi (10,33%) i internet (9,67%). Međutim, najveći broj anketiranih poduzetnika ne dobiva nikakve informacije o kupcima i konkurenciji (43%). Kod klastera nekljenti se može primijetiti da 40% anketiranih smatra da su poznanstva i direktni kontakt najčešći način na koji poduzetnici dobivaju informacije o kupcima i konkurenciji.

Grafik 3.21. Znanja i vještine koje su poduzetnicima pomogle u poslovnoj praksi



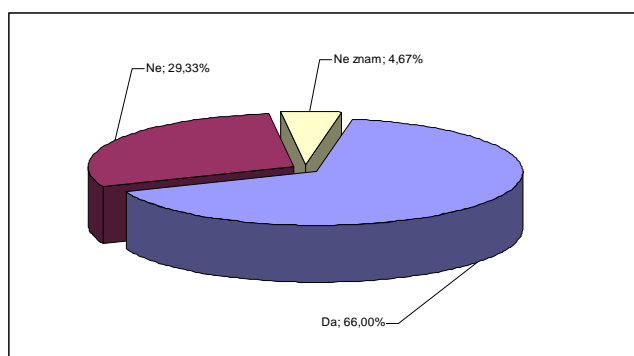
U pogledu stavova o znanjima i vještinama koje su poduzetnicima najviše pomogle u dosadašnjoj poslovnoj praksi nijedan aspekt ili vrsta se posebno ne ističu. Tako su stručno znanje (27,46%), komunikativnost (21,51%) i iskustvo (14,65%) najviše pomogli anketiranim poduzetnicima u dosadašnjem poslovanju. Anketirani poduzetnici su smatrali da je od značaja bila i marljivost (12,13%), moralnost (11,90%), upornost (10,30%). Poznanstva nisu bila od velike pomoći u poslovnoj praksi poduzetnika, osim za oko 2% anketiranih.

Grafik 3.22. Stepen praćenja izmjena propisa u poreskom sistemu BiH



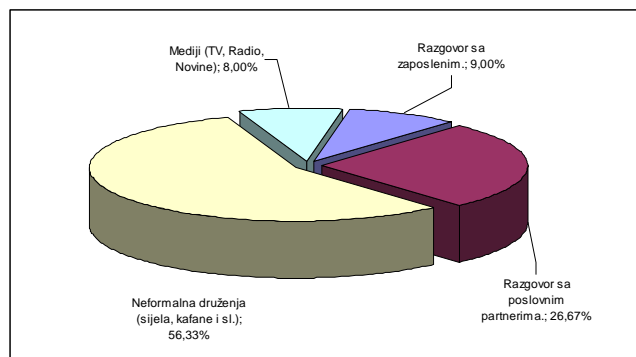
Anketa je pokazala da čak 42,33% anketiranih poduzetnika lično prati izmjene propisa u poreskom sistemu u BiH, dok ne prati lično 38,67% anketiranih. Za 19% anketiranih ovu oblast prati ovlašteno lice u biznisu.

Grafik 3.23. Stepen praćenja uslova dobivanja kredita



I ovo istraživanje je potvrdilo činjenicu da je nedostatak vlastitog kapitala u poslovanju najčešća barijera u poslovanju poduzetnika, tako da se poduzetnici najčešće okreću ka kreditnim izvorima. Anketa pokazuje da poduzetnici pomno prate uslove dobijanja kredita (66% anketiranih). Samo 29,33% anketiranih ne prate uslove dobijanja kredita u BiH, dok je indiferentnih odgovora bilo 4,67%.

Grafik 3.24. Način praćenja privrednih kretanja u lokalnoj sredini

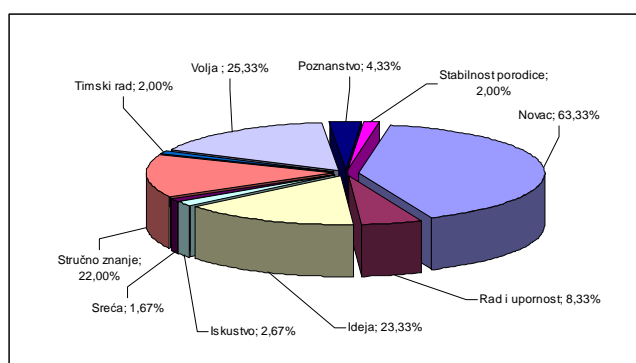


S obzirom na dostupnost elektronskih medija željeli smo istražiti koliko i na koji način poduzetnici prate privredna kretanja u lokalnoj sredini. Uopšteno može se zaključiti da poduzetnici ne prate elektronske i pisane medije (samo 8%), a da dominantno do podataka o privrednim kretanjima dolaze kroz neformalna društva (56,33%), razgovore sa poslovnim partnerima (26,67%) i zaposlenicima (9%).

3.1.5. Ocjena procesnih znanja malih i mikro poduzetnika od ideje, prilike, započinjanja i realizacije do održivog razvoja biznisa

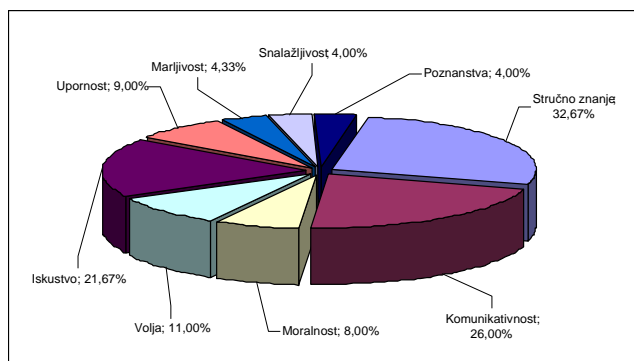
Da bi smo došli do spoznaje koja znanja mikro i malim poduzetnicima su potrebna od ideje, prilike i započinjanja biznisa do održivog razvoja biznisa istražili smo bitne aktivnosti koje bi mogle da vrednuju i motiviraju poduzetnički potencijal, njegove potrebe, želje i sl.

Grafik 3.25. Faktori koji utiču na uspješno pokretanje poslova



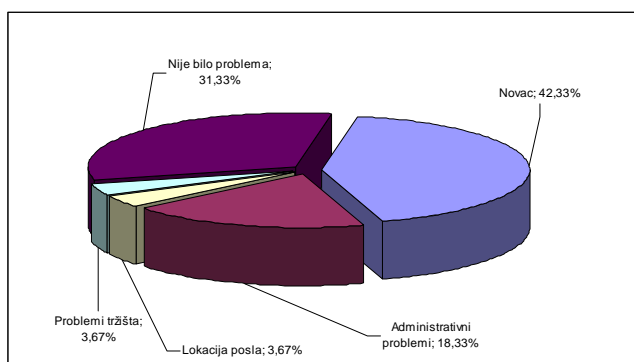
U pogledu faktora koji utječu na uspješno pokretanje vlastitog posla, za većinu anketiranih poduzetnika to je novac (63,33%), a zatim slijede volja (25,33%), ideja (23,33%), stručno znanje (22%), rad i upornost (8,33%). U strukturi odgovora kod klastera neklijenti su posebno naglašeni bili novac i ideje kao faktori značajni za pokretanje vlastitog biznisa.

Grafik 3.26. Znanje i vještine koje su poduzetnicima pomogle da pokrenu svoj biznis



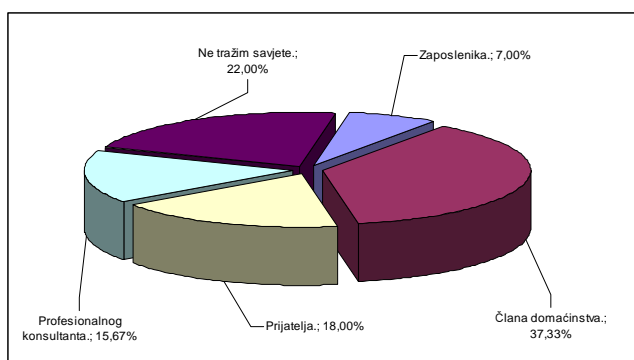
Ocjena o znanjima i vještinama koja su poduzetnicima najviše pomogla da pokrenu svoj biznis u odnosu na ukupan broj ispitanika (ispitanici su mogli davati višestruke odgovore) su: stručna (tehnička) znanja (32,67%), komunikativnost (26%) i iskustvo (21,67%). Osim ovih osobina poduzetnici su naveli i volja (11%), upornost (9%), moralnost (8%), marljivost (4,33%), snalažljivost (4%) i poznanstva (4%).

Grafik 3.27. Problemi sa kojima su se poduzetnici susretali pri pokretanju posla



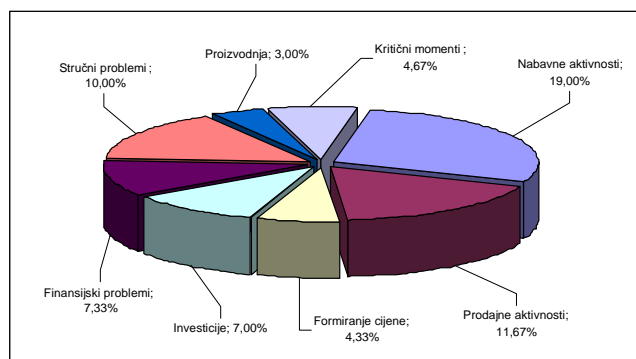
Podaci koji se odnose na najveće probleme koje su poduzetnici imali pri pokretanju vlastitog posla se odnose na novac, tačnije kod 127 od ukupno 300 anketiranih, ili 42,33%, zatim slijede administrativni problemi (18,33%), problemi tržišta (3,67%), te lokacija posla (3,67%). Zanimljivo je da čak 31,33% anketiranih poduzetnika nije imalo nikakvih problema pri pokretanju vlastitog posla. Kod klastera nekljenti je veoma visok procenat anketiranih koji pri pokretanju posla nije imalo nikakvih problema, tj. 41,94% u odnosu na klijente 28,69%.

Grafik 3.28. Savjetovanja u vezi posla



Na osnovu dobivenih podataka može se zaključiti da većina poduzetnika savjete u vezi posla traži od člana domaćinstva (37,33%), prijatelja (18%), profesionalnog konsultanta (15,67%), zaposlenika (7%), dok 22% anketiranih poduzetnika uopšte ne traži savjete u vezi svog biznisa.

Grafik 3.29. *Situacije u kojima poduzetnici najviše traže savjete*

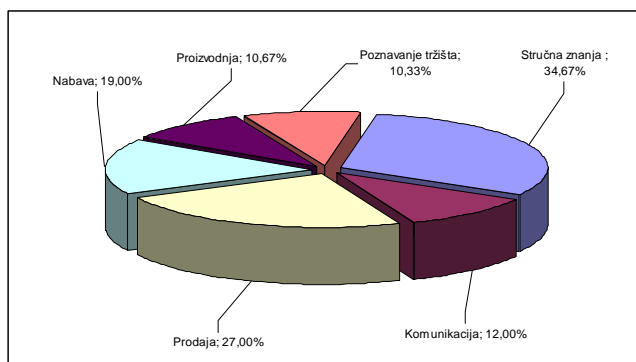


Poduzetnici najviše savjet traže u slijedećim situacijama (mogući višestruki odgovori): nabavne aktivnosti (19%), stručni (tehnički) problemi (10%), prodajne aktivnosti (11,67%), finansijski problemi (7,33%), formiranje cijena (4,33%), proizvodnja (3%), investicije (7%), i drugi kritični momenti (4,67%). Kod klastera nekljenti dobiveni odgovori se razlikuju u odnosu na klijente, jer su najčešće situacije u kojima traže savjet slijedeće: investicije (25%), prodajne aktivnosti (20%) i nabavne aktivnosti (11,67%).

3.1.6. Nedostajuća znanja i vještine malih i mikro poduzetnika

Poduzetnička znanja u anketi smo pokušali utvrditi putem vlastitog stava poduzetnika, svjesnosti o nedostajućim znanjima, provjere znanja, informisanosti, ocjene postojeće edukacije iz oblasti poduzetništva.

Grafik 3.30. *Područja u kojima poduzetnici imaju najviše stručnih znanja*



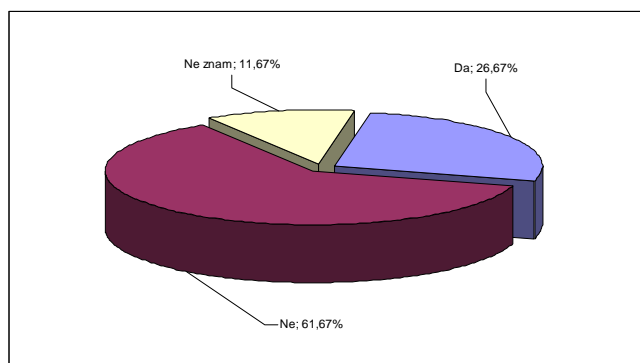
Anketirani poduzetnici smatraju (imali su mogućnost višestrukih odgovora) da imaju najviše stručnih (tehničkih) znanja iz područja kojim se bave (34,67% u odnosu na ukupan uzorak), zatim iz područja prodaje (27%), nabave (19%), poznavanja tržišta (10,33%), komunikacije s klijentima (12%) i proizvodnje (10,67%). Uglavnom, u područjima vezanim za tržište poduzetnici nemaju adekvatna znanja.

Uopšteno ispitivani poduzetnici su samouvjereni, te verbalno izražavaju stavove o visokom poznavanju poduzetništva i menadžmenta, od ideje do realizacije. Stoga smo odlučili da utvrdimo koeficijent konzistentnosti odgovora ispitanika na bazi pitanja 22 (provjera znanja ispitanika o elementima biznis plana) i njihovog stava o znanju vezanom za izradu biznis plana. Na pitanje 22 ukupno 196 ispitanika nije navelo nijedan elemenat biznis plana, dok u ovom pitanju, 110 ispitanika je dalo ocjenu 1 (izuzetno loše) vlastitog nivoa znanja o biznis planiranju. Očigledno ispitanici su se htjeli predstaviti sa boljim performansama. Prema tome, koeficijent konzistentnosti stavova ispitanika o vlastitom znanju iznosi 110/196, sa kojim ćemo korigirati stvarne ocjene ispitanika.

- Prosječna ocjena nivoa znanja u kreiranju poslovne ideje poduzetnika je 3,51 a korigirana 1,97. Poduzetnici smatraju da imaju dovoljan nivo znanja o tome kako se kreira poslovna ideja. Samo 19,67% ispitanika smatra da ima odlično znanje u kreiranju poslovne ideje, dok vrlo dobro znanje ima 29,67%. Izuzetno loše i nedovoljno znanje ima 13,34% anketiranih, dok dobro znanje ima 37,33%.
- Prosječna ocjena nivoa znanja u oblasti pribavljanja finansijskih sredstava za realizaciju ideje je 3,58 a korigirana 2,01. U pribavljanju finansijskih sredstva za realizaciju ideje dovoljno znanja ima preko polovine anketiranih, tačnije 51,67%, dok nema dovoljno znanja samo 16,33%.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja u izradi biznis plana je 2,53 a korigirana 1,42. Za izradu biznis plana nedovoljno znanja ima čak 49,34% anketiranih, a samo 28,67% anketiranih ima dovoljno znanja za izradu biznis plana. Smatramo i da 22% anketiranih koji su bili indiferentni po ovom pitanju imaju potrebu za dodatnim znanjem u oblasti poslovnog planiranja.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja u oblasti organizacije i upravljanja poslom je 4,06 a korigirana 2,27. U oblasti organizacije i upravljanja poslom dovoljno znanja ima većina anketiranih, tačnije 76%. Samo 5,33% anketiranih ima potrebu za dodatnim znanjem, dok je 18,67% indiferentno.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja o korištenju računara je 2,33 a korigirana 1,30. Zabrinjavajući je podatak da čak 60% anketiranih ima izuzetno loše i nedovoljno znanje u korištenju računara.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja o zahtjevima kupaca i tržišta je 3,93 a korigirana 2,20. Odlično i vrlo dobro znanje o zahtjevima kupaca i tržišta ima oko 70% anketiranih poduzetnika.
- Prosječna ocjena nivoa znanja o upravljanju zaposlenicima je 3,66 a korigirana 2,05. Slična situacija je i u oblasti upravljanja ljudskim resursima, gdje je oko 60% ispitanika odgovorilo potvrdno. Skoro 30% anketiranih je bilo indiferentno što znači da su jedini zaposleni u firmi i da nemaju iskustvo u upravljanju zaposlenicima.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja u oblasti donošenja poslovnih odluka je 3,98 a korigirana 2,23. U oblasti donošenja poslovnih odluka dovoljno znanja ima 72,67% anketiranih, a nedovoljno znanja ima samo 5,33%. Ostali su bili indiferentni.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja stranog jezika je 2,22 a korigirana 1,24. Izuzetno loše i nedovoljno znanje stranih jezika ima 61,34% anketiranih, dok odlično znanje ima samo 6,33% poduzetnika.
- Prosječna ocjena nivoa znanja u pribavljanju novih tehnologija je 3,04 a korigirana 1,70. U pribavljanju novih tehnologija potrebu za dodatnim znanjem ima 33,67% ispitanika, dok odlično znanje u ovoj oblasti ima 19,33%.
- Prosječna ocjena nivoa vlastitog znanja u vođenju poslovnih knjiga je 2,42 a korigirana 1,36. Izuzetno loše i nedovoljno znanje u vođenju poslovnih knjiga ima više od polovine anketiranih, ili 56%, dok odlično ili vrlo dobro znanje ima 26% anketiranih poduzetnika.

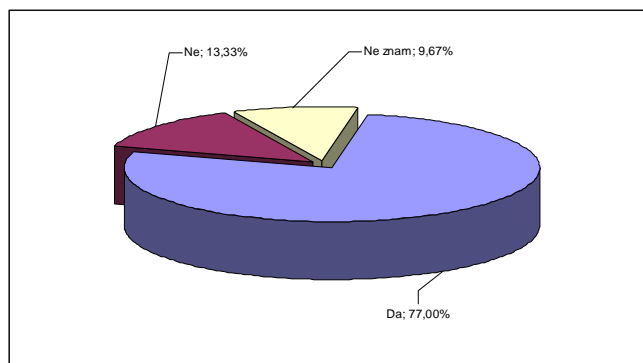
Na bazi sopstvenih subjektivnih i objektiviziranih ocjena stavova ispitanika o svom znanju može se zaključiti da ispitanici žele da se predstave u boljem svjetlu nego što stvarno jesu. Korigovane ocjene vlastitog znanja ukazuju na nizak nivo znanja i vrlo široku lepezu nedostajućih znanja od kreiranja poslovne ideje, pribavljanja finansijskih sredstava, izrade biznis plana, korištenja računara, zahtjeva kupaca i tržišta, upravljanja zaposlenicima, donošenju poslovnih odluka, stranog jezika, pribavljanju tehnologija i vođenju poslovnih knjiga.

Grafik 3.31. *Uticaj poslovnog okruženja na razvoj poduzetništva*



Da li je poslovno okruženje unaprijeđeno i da li je stimulatívno za razvoj poduzetništva pokušali smo utvrditi putem pitanja o tome da li je lakše pokrenuti vlastiti biznis sada ili prije par godina. Stav anketiranih poduzetnika je bio negativan jer je njih 61,67% smatralo da je sada teže pokrenuti vlastiti posao nego prije nekoliko godina. Samo 26,67% anketiranih je mišljenja da se poslovno okruženje poboljšalo posljednjih godina. Indiferentnih je bilo 11,67%. Obje grupe ispitanika su dale približno slične odgovore.

Grafik 3.32. *Stepen zadovoljstva poduzetništva svojim poslom*



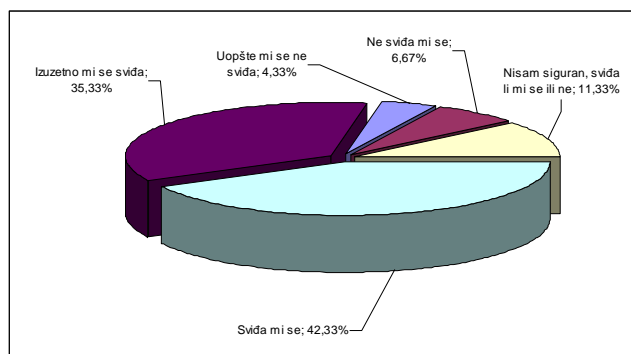
Istraživanje je pokazalo da najveći broj poduzetnika bi se i danas ponovo opredijelio za isti poziv. Od ukupnog broja anketiranih čak 77% poduzetnika je odgovorilo da bi se ponovo opredijelili za isti posao, dok je suprotnog mišljenja bilo samo 13,33% poduzetnika, a indiferentnih je bilo 9,67% anketiranih. Ovo implicira zaključak velikog zadovoljstva poduzetnika svojim pozivom i biznis karijerom.

3.1.7. Potrebna edukacija i trening malih i mikro poduzetnika

S obzirom na naše ocjene o očekivanim nedostacima postojećeg sistema edukacije iz oblasti poduzetništva u regionu, željeli smo ispitati da li poduzetnici imaju potrebu za edukacijom i treningom iz oblasti poduzetništva i menadžmenta, te kako ocjenjuju ideju o organizaciji centra za pokretanje i razvoj privatnog posla.

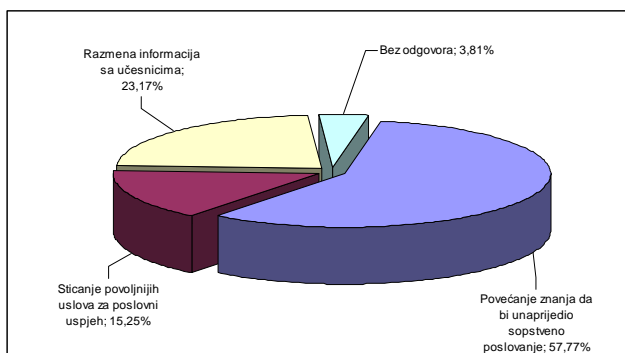
Anketa pokazuje da je veoma mali broj poduzetnika učestvovao na obučavanju za privatni biznis i poduzetništvo, tačnije svega 19,67% poduzetnika, dok čak 80,33% anketiranih nije učestvovao na bilo kakvim seminarima ili treninzima za poduzetnike. Sličan odgovor je dobiven i kod ispitanika klijenata i neklijenata.

Grafik 3.33. *Spremnost učestvovanja u obučavanju iz oblasti organizovanja i upravljanja poslom*



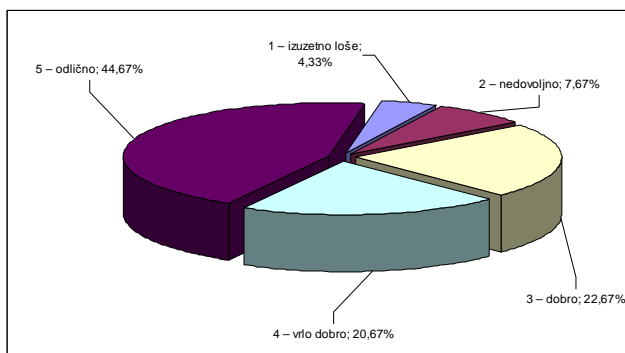
Od ukupnog broja anketiranih 77,66% poduzetnika je odgovorilo da im se sviđa (izuzetno se sviđa i sviđa se) ideja učestvovanja u obučavanju iz oblasti organizovanja i upravljanja privatnim poslom, dok je negativno odgovorilo samo 11% anketiranih. I kod ispitanika neklijenata je evidentna spremnost učestvovanja u obučavanju iz oblasti organizovanja i upravljanja privatnim poslom. Potvrдно je odgovorilo 76,66% anketiranih, dok je negativno odgovorilo samo 6,67%.

Grafik 3.34. Razlozi učešća na obuci



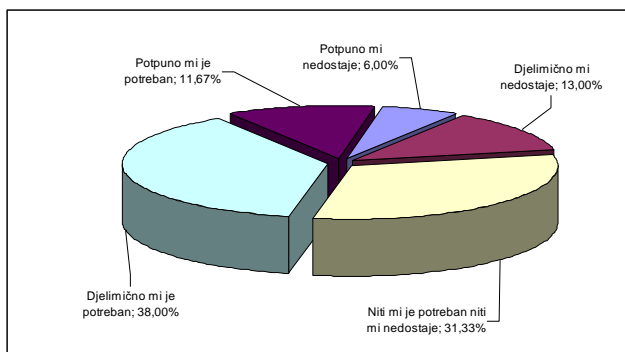
Najveći broj anketiranih, tačnije preko 57,77% kod obje grupe ispitanika je odgovorilo da bi osnovni razlog učestvovanja na obuci (treningu) za poduzetnike bio povećanje znanja da bi unaprijedio sopstveno poslovanje, za 23,17% anketiranih osnovni razlog učestvovanja bi bila razmjena informacija sa učesnicima, a za 15,25% sticanje povoljnijih uslova za poslovni uspjeh. Prosječna ocjena koju su dali poduzetnici organizaciji dostupnog savjetovanja za pokretanje i razvoj vlastitog biznisa je vrlo visoka (vrlo dobra) i iznosi 3,98.

Grafik 3.35. Ocjena dostupnog savjetovanja za pokretanje i razvoj privatnog posla



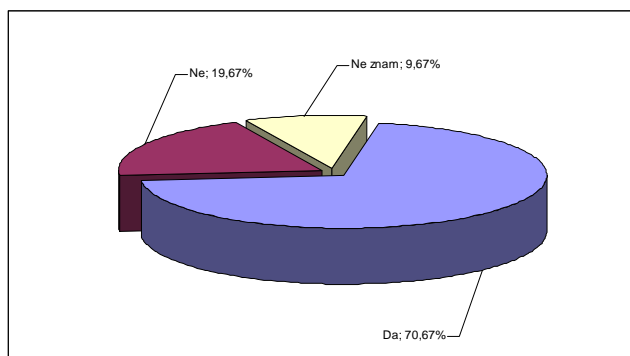
Kao vrlodobru ili odličnu ideju o organizaciji poduzetnicima dostupnog savjetovanja za pokretanje i razvoj privatnog biznisa ocijenilo je 65,34% kod obje grupe anketiranih ispitanika.

Grafik 3.36. Potreba za organizovanim oblikom obučavanja



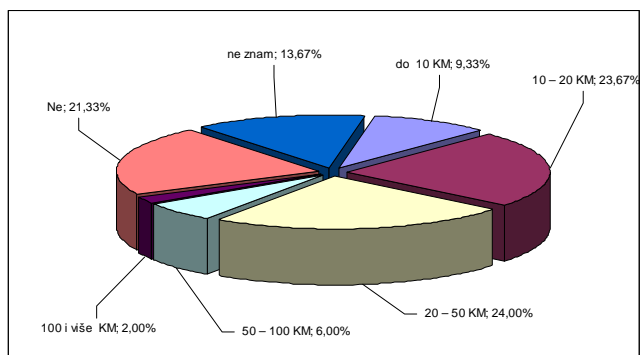
Od ukupnog broja anketiranih poduzetnika cca 50% anketiranih smatra da im je (djelimično ili potpuno) potreban organizovan oblik obučavanja za uspješan nastup u procesu prodaje proizvoda. Negativno je odgovorilo oko 19% anketiranih, a indiferentno bilo 31,33%. Kod ispitanika neklijenata procenat onih kojima je (djelimično ili potpuno) potreban organizovan oblik obučavanja za uspješan nastup u procesu prodaje proizvoda je nešto veći, tj 51,67% anketiranih.

Grafik 3.37. Spremnost na korištenje usluga savjetovanja vezano za pokretanje i razvoj posla



Čak 70,67% anketiranih želi biti korisnik usluga obučavanja i savjetovanja vezanog za pokretanje i razvoj privatnog biznisa, dok je taj procenat značajno niži kod ispitanika neklijenata i iznosi 63,33%. Oko 20% anketiranih ne želi biti korisnik takve vrste obučavanja i savjetovanja, dok su ostali indiferentni.

Grafik 3.38. Spremnost poduzetnika za plaćanje usluga savjetovanja i obučavanja



Prosječna cijena koju su spremni plaćati poduzetnici za usluge savjetovanja i obučavanja iznosi 30 KM. Od ukupnog broja 57% anketiranih je spremno plaćati usluge obučavanja i savjetovanja ukoliko bi one iznosile do 50 KM. Samo 8% anketiranih je spremno plaćati takve usluge više od 50 KM. Nije spremno plaćati takve usluge 21,33% anketiranih, dok je indiferentno bilo 13,67%. Kod ispitanika neklijenata učešće indiferentnih poduzetnika je veće i iznosi 18,33%, dok je 61,67% anketiranih neklijenata spremno plaćati takve usluge ukoliko ne bi prelazile 50 KM.

Provjerom vrijednosnog slaganja ispitanika od 1 (uopšte ne vrijedi za mene) do 5 (potpuno vrijedi za mene) sa datim tvrdnjama, željeli smo provjeriti intenzitet stavova ispitanika koja se odnose na znanja iz oblasti poduzetništva i menadžmenta.

Da poduzetnici u lokalnoj zajednici nemaju dovoljno znanja iz oblasti vođenja posla smatra cca 57% ispitanika (ocjena 4 i 5), dok je suprotnog mišljenja 25% anketiranih.

Od ukupnog broja 75% (vrijedi i u potpunosti vrijedi) se izjasnilo da poduzetnici imaju potrebu za dodatnim obučavanjem iz oblasti upravljanja ljudskim resursima, dok je svega 10,33% anketiranih imalo suprotno mišljenje.

Od ukupnog broja 74,33% anketiranih ističe (vrijedi i u potpunosti vrijedi) da postoji izražena potreba za obučavanjem poduzetnika u oblasti uspješne prodaje proizvoda na tržištu.

Preko 75% poduzetnika se izjasnilo da je neophodno uskladiti vlastito poslovanje sa standardima EU.

Da postoji izražena potreba za lakšim pristupom poslovnim informacijama u vezi načina pribavljanja novčanih sredstava, načinom uspješne prodaje proizvoda i pružanja usluga na tržištu izjasnilo se 86% poduzetnika.

Takođe, preko 72% anketiranih ističe da poduzetnici nemaju dovoljno znanja o transferu novih tehnologija.

Čak 78,33% anketiranih je istaklo da postoji izražena potreba za obukom poduzetnika u oblasti vođenja finansija i poreza.

3.2. Rezultati istraživanja fokus grupe

Prva grupa pitanja se odnosi na registraciju biznisa. Većina učesnika grupe je smatrala da je registracija biznisa veoma važna, te da se mnogi poduzetnici bave nelegalnim biznisom i radom u neformalnom sektoru privrede što otežava rad registriranim poduzetnicima. Ta nelojalna konkurencija je krupna prepreka za povećanje poslovne aktivnosti postojećih poduzetnika, a čak može dovesti i do gašenja registriranih biznisa. Poduzetnici su se žalili na česte posjete raznih inspekcija, visoke troškove pokretanja biznisa, te visoka poreska opterećenja. Takođe, smatrali su da inspektori imaju prevelika diskreciona prava, a da njihov rad nije transparentan. Svi učesnici su smatrali da neregistrirani biznis šteti rastu biznisa, a da sama registracija traje predugo (u prosjeku dva mjeseca) i da se sastoji iz dvanaest koraka. Zbog komplikovane registracije većina ih je morala koristiti usluge advokata što je još više povećalo ionako visoke troškove registracije.

Druga grupa pitanja se odnosila na evidentiranje i plaćanje obaveza prema državi. Skoro svi učesnici fokus grupe su smatrali da bi uredno plaćanje poreza i doprinosa pomoglo razvoju poslovanja poduzetnika jer bi u tom slučaju plate i penzije bile redovnije a njihovi klijenti platežno sposobniji. Istakli su da je postojeći poreski sistem destimulativan, te da su doprinosi na plate veoma visoki, a samim tim i cijena radne snage za poslodavce. Takođe su smatrali da su cijene usluga javnih preduzeća visoke. Većina učesnika je istakla da nemaju potrebu za savjetima stručnih ljudi u vezi evidentiranja i obračuna poreza i doprinosa jer to za njih rade računovođe. Dakle, edukacija je potrebija njihovim računovođama nego poduzetnicima. Također je istaknuta negativna uloga medija koji doprinose stvaranju loše slike o poduzetništvu uopšte, jer se propagiraju samo negativne stvari, a da je vrlo malo ili nikako, ustupljeno prostora uspješnim biznismenima.

Vezano za diskusiju o menadžmentu, učesnici fokus grupa su imali oprečna mišljenja. Zapravo, po njima menadžeri postoje ali se mišljenja razlikuju o načinu na koji se postaje menadžer. Složili su se da je potrebno imati veći biznis da bi bili menadžeri. Većina učesnika je istakla da iako znaju mnogo o planiranju, organiziranju, motiviranju, upravljanju kadrovima i kontroliranju imaju potrebu za dodatnim znanjima iz područja upravljanja biznisom i timskog rada. Poduzetnici su se usaglasili da je timski rad neophodan za kreiranje uspješnog biznisa, ali smatraju da je on vrlo malo zastupljen kod naših poduzetnika. Određen broj poduzetnika se žalio da značajan dio menadžerskog vremena u rukovođenju firmom otpada na komuniciranje sa predstavnicima vlasti u procesu poslovanja.

Sljedeća grupa pitanja se odnosila na znanje o tržištu i marketingu. Većina prisutnih je smatrala da dobro poznaje svoje kupce kao i tržište na kojem posluju. Svi su znali nabrojati desetak glavnih kupaca, te isto toliko konkurenata u oblasti u kojoj posluju. Razočaravajući je bio odgovor na pitanje da li poduzetnici koriste internet i računare u svom poslovanju jer ih veoma mali broj posjeduje, odnosno koristi računar.

Naredna grupa pitanja se odnosila na znanje o finansijskom menadžmentu. Skoro svi prisutni su istakli da planiraju svoje finansijske aktivnosti u kratkoročnom periodu, ali ne dugoročno zbog turbulentnog okruženja. Takođe su istakli značaj mikrokreditnih organizacija u obezbjeđenju potrebnih finansijskih sredstava. Posebno su naglasili zadovoljstvo brzinom dobijanja potrebnih kreditnih sredstava. Međutim, svi učesnici fokus grupe su smatrali da je postojeća kamatna stopa veoma visoka i da bi se trebala značajno smanjiti.

Posljednje pitanje se odnosilo na potrebu poduzetnika za edukacijom. Na pitanje ako bi se organizovao centar za pružanje usluga mikro i malom biznisu, da li bi koristili njegove usluge većina ih je odgovorila pozitivno pod uslovom da cijene usluga tog konsalting centra ne budu visoke. Također je naglašeno da bi obuka (trening) trebala trajati maksimalno 2 do 3 dana za obradu jednog modula (teme), u manjoj grupi polaznika (15 do 25 poduzetnika). Učesnici su se složili da treba osnovati jedan takav biznis centar koji bi bio kvalitetan i atraktivan, ali da predavači (treneri) primjenjuju interaktivan i grupni rad sa polaznicima.

4. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Na osnovu provedenih istraživanja može se zaključiti da je istraživačka hipoteza potvrđena jer su mali i mikro poduzetnici iskazali da imaju potrebu za dodatnom edukacijom i treningom iz oblasti poduzetništva odnosno za znanjima koja se odnose na proces od kreiranja poduzetničke ideje do njene realizacije. Također, potvrđena je i druga hipoteza jer su poduzetnici istakli i potrebu za konsaltingom i treningom iz oblasti organizacije i vođenja biznisa, tržišnog nastupa i upravljanja ljudskim potencijalima.

U nastavku ćemo istaći osnovne nalaze koji proizilaze iz istraživanja i koji su detaljnije elaborirani u prethodnom poglavlju.

Mali i mikro poduzetnici su svjesni svoje pozicije na tržištu i nepovoljnog biznis ambijenta

Primarni podaci ukazuju da je poslovno okruženje za razvoj poduzetništva destimulativno i osnovni razlog sporog rasta privatnog sektora u našoj zemlji. Zbog toga je važno, što prije, uspostaviti adekvatan pravni, poslovni, socijalni, sigurnosni i, uopšte, društveno-ekonomski ambijent. To potvrđuju i slijedeći rezultati ankete:

- Oko 69,33% poduzetnika smatra da je pomoć države u razvoju njihovog biznisa loša, dok je samo 2,67% anketiranih odgovorilo da je ta pomoć vrlo dobra ili 1,67% odlična. Prosječna ocjena pomoći države razvoju biznisa poduzetnika iznosi 1,55 (između loše i zadovoljavajuće).
- Poduzetnici su optimistični u pogledu dugoročne perspektive posla kojim se bave. Naime, 54% anketiranih poduzetnika je odgovorilo da njihov posao ima perspektivu dužu od 3 godine, 24,67% od 1 – 3 godine, dok 21,33% anketiranih smatra da je perspektiva posla kojim se bave kratkoročna, odnosno do jedne godine.
- Preko 95% anketiranih poduzetnika veoma dobro poznaje svoje ambicije, jake strane i slabosti što je ohrabrujuće. Takođe, anketa je pokazala i da u našoj zemlji nije u potpunosti uništen socijalni kapital, odnosno da postoji međusobno povjerenje poduzetnika prema njihovim saradnicima (64,33%), dok samo 19% nema povjerenja prema saradnicima, a ostali su bili indiferentni. Za male poduzetnike je podrška porodice važnija od bilo kakve druge podrške (97,33%). Značajan broj anketiranih, blizu 50%, je potvrdilo pretpostavku da naše okruženje posmatra poduzetnike kao negativce dok je suprotno mišljenje bilo 28,67%.
- Da je nedostatak novaca najveća smetnja u razvoju njihovog posla smatralo je oko 66% anketiranih. Za fokus grupe nelojalna konkurencija identifikovana je kao najznačajnija barijera u njihovom poslovanju.
- Svojim poslovnim uspjehom je zadovoljno 73,67% anketiranih, dok je potpuno spremno prihvatiti nova znanja i informacije čak 90,67% poduzetnika jer su svjesni svojih interesa, vrijednosti i očekivanja u budućem periodu (85%).
- Većina anketiranih smatra da je organizovanost društva u BiH u stvaranju povoljnog poduzetničkog ambijenta loša, jer država ne stimuliše i ne pomaže poduzetnike (62,9%), a 56,6% smatra da ni lokalna vlast ne pruža bilo kakvu pomoć poduzetnicima. Prosječna ocjena da država stimuliše i pomaže poduzetnike je 1,57 (1-loše, 5-odlično). Prosječna ocjena da lokalna vlast pruža podršku razvoju biznisa je 1,75.
- Poduzetnici ističu pozitivne stavove naspram finansijskog sektora, posebno prema mikrokreditnim organizacijama (prosječna ocjena 4,29).
- Skoro svi anketirani poduzetnici su odgovorili da u njihovoj lokalnoj zajednici ne postoji organizovano obučavanje za pokretanje i razvoj privatnog biznisa (84%). Prosječna ocjena o brizi lokalne zajednice za razvoj poduzetništva je 1,55.
- Sličan odgovor je bio i u vezi pitanja o institucijama koje pružaju podršku i pristup značajnim podacima i informacijama za pokretanje i razvoj privatnog biznisa. Da ne postoje ovakve institucije smatralo je 81% anketiranih. Prosječna ocjena o podršci i pristupu značajnim podacima i informacijama za razvoj biznisa je 1,63. Prosječna ocjena o međunarodnoj podršci malim poduzetnicima u pokretanju i razvoju privatnog biznisa je 1,83.
- Stavove o poštivanju ekološke svijesti na visokom nivou ima 48,33% anketiranih, a na nešto nižem nivou 16,67%. Prosječna ocjena poštivanja zahtjeva o zaštiti čovjekove okoline je 3,75.

Utvrđeni su utjecajni faktori opredjeljenosti malih i mikro poduzetnika za biznis

Analiza istraživanja utjecajnih faktora na opredjeljenost malih i mikro poduzetnika za biznis dala je sljedeće rezultate:

- Poduzetnici su svjesni snaga za ostvarenje poslovnog uspjeha, jer najveći broj anketiranih smatra da ima kvalitetan proizvod/uslugu i povjerenje kupaca (36,32%), vlastiti potencijal, sposobnosti i vještine (24,57%) i podršku porodice (21,37%).
- Za 59,67% poduzetnika ne vrijedi tvrdnja da poduzetnik može biti svaka osoba, dok 54% anketiranih smatra da poduzetnici moraju biti izuzetno stručni pojedinci. Da su poduzetnici ljudi rođeni sa posebnim sposobnostima smatralo je 39,67% anketiranih, dok je 68% anketiranih smatralo da ljudski resursi imaju najveću važnost za uspjeh privatnog posla. Smatramo da ovakav stav koji se odnosi na prirodne osobine poduzetnika, a ne druge koje su društvene i koje se vremenom stiču, su posljedica nepoznavanja problema poduzetništva i skromnog poduzetničkog ambijenta. Poduzetnici smatraju da znanje i vještine ljudi koje zapošljavaju imaju najveću važnost za uspjeh privatnog posla (68%). Da je timski rad osnova poduzetničkog uspjeha vjeruje čak 84,33%.
- Timski rad još uvijek nije zaživio u našem poduzetništvu. Najveći broj anketiranih se opredijelio za realizaciju vlastitog posla samostalno (58%), dok njih 28,33% smatra da pokretanje privatnog posla treba realizirati u saradnji sa rodbinom, a 13,33% u saradnji sa prijateljima. Učesnici fokus grupa su iskazali potrebu za dodatnim znanjima iz područja upravljanja biznisom i timskog rada. Poduzetnici su se usaglasili da je timski rad neophodan za kreiranje uspješnog posla, ali smatraju da je on vrlo malo zastupljen kod naših poduzetnika.
- Anketirani poduzetnici u velikom broju imaju trajno opredjeljenje za vlastiti biznis (62%), dok je 73,33% anketiranih poduzetnika izrazilo opće znanje o tome čime bi se u budućem poslu eventualno bavili, što je svakako ohrabrujuće.
- U pogledu razloga ulaska u privatni posao poduzetnici preferiraju slijedeće odgovore ulaska: nisu imali drugog rješenja u životu 47,67% i sigurni su bili da će uspjeti 32,67%, što znači da poduzetništvo kao najbolji izbor profesionalnog opredjeljenja preferira manje od 1/3 poduzetnika. Većina anketiranih smatra da je napravila pravi potez opredjeljujući se za privatni posao, tačnije 76,67% anketiranih poduzetnika.
- Najveći broj anketiranih smatra da ima dovoljno znanja za stvaranje novih poslovnih ideja (74,33%) i da je najlakše doći do poslovne ideje saradnjom sa stručnjacima različitih stručnosti (84,33%). Nove ideje zaokupljaju pažnju i slobodno vrijeme poduzetnika (69,33%). Od ukupnog broja anketiranih poduzetnika njih 70,33% vjeruje da bi mogli uspješno realizirati neku novu poslovnu ideju, što je dobra pretpostavka za širenje preduzetništva. Poduzetnici smatraju da nove ideje pretežno proizilaze iz vlastitog poduzetničkog iskustva (76%), što indicira zaključak da poduzetnici «tuđu bolju» praksu ne prate, istražuju i implementiraju. Na pitanje da li poduzetnici znaju ko bi njihovu ideju mogao finansirati više od polovine se izjasnilo da znaju (56%).
- Očekivanja poduzetnika od privatnog posla su se uglavnom ispunila, i to u potpunosti (25,67%) i djelimično (65,33%).
- Poduzetnici uglavnom imaju ambiciju kao karakteristiku uspješne karijere (71,33%).
- Poduzetnici su iskazali sklonost za planiranjem i upornošću u dostizanju postavljenih ciljeva (93%), što je obećavajuće za njihovu buduću karijeru.
- Poduzetnici sa liderskim ambicijama su u manjini. Izrazitih lidera ima 11,33%, dok lidera ima 22,33%.
- Poduzetnici žele da budu informisani o procesima koji se događaju oko njih.
- Kod ispitivanih poduzetnika nesistematičnost i neplanski pristup je preovlađujući (54,33%), dok najsystematičnijih i najupornijih ima 24,33%.
- Poduzetnici iskazuju želju za odgovarajućim društvenim statusom (71%).
- Čak 67,67% anketiranih je u potpunosti spremno sve svoje resurse (posvećenost, energija, upornost i želja) angažirati u cilju postizanja uspjeha.
- Istrajnost poduzetnika u dostizanju ciljeva nije na zadovoljavajućem nivou, jer najupornijih ima 10%, dok dovoljno upornih ima 18%. Kolebljivaca i nesigurnih ima čak 65,67%.
- Poduzetnici smatraju (77%) da su etične i poslovno moralne osoba, što je vrlo ohrabrujuće.
- Može se zaključiti da samo 28,66% anketiranih poduzetnika u svom poslovanju koristi računare, dok ih čak 60% ne koristi, što nisu obećavajući podaci. Slični zaključci vrijede i za fokus grupe.

Utvrđeni su nivoi opšteg znanja malih i mikro poduzetnika o poduzetništvu

Poduzetnici uglavnom uopšteno poznaju poduzetništvo, koje su stekli iskustveno. U prilog ovome idu slijedeći nalazi:

- Ukupno 37,93% poduzetnika smatra da je stručno znanje najvažnije da bi poduzetnik u BiH uspio. Zatim slijede volja i rad (16,67%), poznanstva, snalažljivost i sreća (16,67%), komunikacijske sposobnosti (14,94%), moral (10,63%) itd.
- Poduzetnici su osobe koje imaju samopouzdanje tako da od ukupnog broja 87,67% anketiranih poduzetnika ističe da imaju dovoljno znanja i vještina da i dalje uspješno vode svoj privatni biznis.
- Poduzetnici uglavnom prate na elektronskim medijima informativne i obrazovne emisije o privatnom biznisu, tačnije 68,67% anketiranih je dalo potvrđan odgovor.
- Samo 47,33% anketiranih poduzetnika je prije pokretanja vlastitog privatnog posla, imalo neka ranija iskustva vezana za vođenje privatnog posla, dok 50,67% anketiranih nije imalo takva iskustva.

Utvrđeni su nivoi specifičnog znanja malih i mikro poduzetnika o poduzetništvu

Opći zaključak koji se na bazi istraživanja nameće je da su anketirani poduzetnici svjesni trenutnih poduzetničkih (ne) znanja, ali takođe i poduzetničkih potreba, odnosno nivoa znanja koja su im neophodna za bavljenje biznisom. U prilog ovome idu slijedeće činjenice:

- Anketirani poduzetnici su pokazali izuzetno slabo poznavanje biznis planiranja. Od ukupnog broja anketiranih čak 196 nije navelo niti jedan elemenat biznis plana (65,33%).
- Poduzetnici su slabo informisani o kreativnim i profitabilnim poduzetničkim firmama (svega 29%), a čak 62% anketiranih poduzetnika nema nikakve informacije o brzo rastućim malim preduzećima u okruženju, što znači da uspjesi tih vizionara i lidera uglavnom nisu ostvarili pozitivan utjecaj na stavove poduzetnika.
- Zajednica ne radi dovoljno na stvaranju lokalne ekonomske baze za razvoj poduzetništva pod krovom poslovnih inkubatora. To potvrđuje i činjenica da čak 67% anketiranih poduzetnika nije nikad čulo za mogućnost uvezivanja u poslovne inkubatore u sektoru kojim se poduzetnici bave.
- Poduzetnici nemaju sistematski i planski pristup dobijanju potrebnih informacija, već se uglavnom zadovoljavaju neformalnim pristupom. Međutim, najveći broj anketiranih poduzetnika ne dobiva nikakve informacije o kupcima i konkurenciji (43%).
- Stručno znanje (27,46%), komunikativnost (21,51%) i iskustvo (14,65%) su najviše pomogli anketiranim poduzetnicima u dosadašnjem poslovanju, što je nezadovoljavajuće.
- Anketa je pokazala da čak 42,33% anketiranih poduzetnika lično prati izmjene propisa u poreskom sistemu u BiH.
- I ovo istraživanje je potvrdilo činjenicu da je nedostatak vlastitog kapitala u poslovanju najčešća barijera u poslovanju poduzetnika, tako da se poduzetnici najčešće okreću ka kreditnim izvorima. Anketa pokazuje da poduzetnici pomno prate uslove dobijanja kredita (66% anketiranih).
- Poduzetnici ne prate elektronske i pisane medije (samo 8%), a da dominantno do podataka o privrednim kretanjima dolaze kroz neformalna druženja (56,33%), razgovore sa poslovnim partnerima (26,67%) i zaposlenicima (9%).

Mikro i mali poduzetnici imaju nizak nivo procesnih znanja od ideje, prilike, započinjanja i realizacije biznisa do njegovog održivog razvoja

U prilog ovome idu slijedeće činjenice:

- Za većinu anketiranih poduzetnika za pokretanje vlastitog posla je najvažniji novac (63,33%), zatim slijede volja (25,33%), ideja (23,33%), stručno znanje (22%), rad i upornost (8,33%).
- Od potrebnih znanja stručna (tehnička) znanja (32,67%), komunikativnost (26%) i iskustvo (21,67%) bili su od presudnog značaja za pokretanje vlastitog posla kod većine anketiranih poduzetnika.
- Od problema koje su poduzetnici imali pri pokretanju vlastitog posla najizraženiji su bili slijedeći: novac, za 127 od ukupno 300 anketiranih, ili 42,33%, zatim administrativni problemi (18,33%), problemi tržišta (3,67%), te lokacija posla (3,67%).
- Većina poduzetnika savjete u vezi posla traži od člana domaćinstva (37,33%), prijatelja (18%), profesionalnog konsultanta (15,67%), zaposlenika (7%), dok 22,% anketiranih poduzetnika uopšte ne traži savjete u vezi svog posla.

- Potrebne savjete traže u slijedećim situacijama: nabavne aktivnosti (19%), stručni (tehnički) problemi (10%), prodajne aktivnosti (11,67%), finansijski problemi (7,33%), formiranje cijena (4,33%), proizvodnja (3%), investicije (7%), i drugi kritični momenti (4,67%).

Utvrđena su nedostajuća znanja i vještine malih i mikro poduzetnika

Anketirani poduzetnici uglavnom imaju osobine koje karakterišu uspješne ljude i predispozicije za bavljenje biznisom. Međutim, postojeća znanja su nedovoljna te se moraju unaprijediti. U prilog ovome ističu se slijedeće činjenice:

- Anketirani poduzetnici smatraju da imaju najviše stručnih (tehničkih) znanja iz područja kojim se bave (34,67% u odnosu na ukupan uzorak), zatim iz područja prodaje (27%), nabave (19%), poznavanja tržišta (10,33%), komunikacije s klijentima (12%) i proizvodnje (10,67%). Uglavnom, u područjima vezanim za tržište poduzetnici nemaju adekvatna znanja.
- Samo 51,34% ispitanika ima dovoljno znanja u kreiranju poslovne ideje, dok za pribavljanje finansijskih sredstva za realizaciju ideje dovoljno znanja ima oko polovine anketiranih, tačnije 51,67%.
- Za izradu biznis plana nedovoljno znanja ima čak 49,34% anketiranih, a samo 28,67% anketiranih ima dovoljno znanja za izradu biznis plana. Smatramo i da 22% anketiranih koji su bili indiferentni po ovom pitanju imaju potrebu za dodatnim znanjem u oblasti poslovnog planiranja.
- Uopšteno ispitivani poduzetnici su samouvjereni, te verbalno izražavaju stavove o visokom poznavanju poduzetništva i menadžmenta, od ideje do realizacije. Utvrđivanjem konzistentnosti odgovora koji se odnose na spekulativne podatke o vlastitom znanju poduzetnika utvrđen je koeficijent od 0,56. Korigirane ocjene ukazuju na nizak nivo vlastitog znanja poduzetnika o: kreiranju poslovne ideje, biznis planiranju, korištenju računara, korištenju stranih jezika, pribavljanju novih tehnologija i vođenju poslovnih knjiga. Može se istaći nedovoljan nivo znanja i u oblastima pribavljanja finansijskih sredstava, organizaciji i upravljanju biznisom, upravljanju ljudskim resursima i donošenju poslovnih odluka.
- Na osnovu stava anketiranih poduzetnika (61,67%) da je sada (u vrijeme provođenja ankete) teže pokrenuti vlastiti biznis nego prije nekoliko godina, može se zaključiti da poslovno okruženje nije dinamički unaprijeđeno i da nije stimulatívno za razvoj poduzetništva.
- Poduzetnici su vrlo zadovoljni svojim pozivom i biznis karijerom. Najveći broj anketiranih poduzetnika bi se i danas ponovo opredijelio za isti poziv (77%).

Utvrđeni su nivoi potrebne edukacije i treninga malih i mikro poduzetnika iz oblasti poduzetništva

Do sada je mali broj anketiranih poduzetnika učestvovao u nekim oblicima obučavanja za privatni biznis i poduzetništvo. Poduzetnici su izrazili želju za učestvovanjem u obučavanju iz oblasti organizovanja i upravljanja privatnim biznisom. Osnovni razlozi učestvovanja su potrebe za povećanjem znanja kako bi unaprijedili vlastito poslovanje i kvalitet razmjene informacija sa učesnicima na tržištu. Ideju o organizaciji dostupnog savjetovanja (edukacija i trening) za pokretanje i razvoj vlastitog biznisa poduzetnici su ocijenili kao vrlodobru. Poduzetnici su iskazali spremnost da plaćaju takve usluge. Mikro i mali poduzetnici imaju potrebu za sticanjem novih znanja iz: oblasti poduzetničkog menadžmenta, upravljanja ljudskim resursima, oblasti uspješne prodaje proizvoda na tržištu, transferu novih tehnologija i vođenja finansija i poreza. Posebno je iskazana potreba za obezbjeđenjem lakšeg pristupa poslovnim informacijama u vezi načina pribavljanja novčanih sredstava, načinom uspješne prodaje proizvoda i pružanja usluga.

U prilog ovome idu činjenice:

- Poduzetnici su do sada neznatno participirali u organizovanoj edukaciji iz oblasti poduzetništva i menadžmenta, tačnije svega 19,67% poduzetnika, dok čak 80,33% anketiranih nije učestvovalo na bilo kakvim seminarima ili treninzima za poduzetnike.
- Od ukupnog broja anketiranih preko 77% poduzetnika je odgovorilo da im se sviđa ideja učestvovanja u obučavanju iz oblasti poduzetništva.
- Za preko 57,77% anketiranih osnovni razlog učestvovanja na obuci (treningu) za poduzetnike bio bi povećanje znanja da bi unaprijedili sopstveno poslovanje, dok za 23,17% anketiranih osnovni razlog učestvovanja bi bila razmjena informacija sa učesnicima.

- Prosječna ocjena koju su dali poduzetnici organizaciji dostupnog savjetovanja za pokretanje i razvoj vlastitog biznisa je vrlo visoka (vrlodobra) i iznosi 3,98. Kao vrlodobru ili odličnu ideju o organizaciji poduzetnicima dostupnog savjetovanja za pokretanje i razvoj privatnog biznisa ocijenilo je preko 65% ispitanika poduzetnika.
- Od ukupnog broja anketiranih poduzetnika oko 50% smatra da im je (djelimično ili potpuno) potreban organizovan oblik obučavanja za uspješan nastup u procesu prodaje proizvoda.
- Čak 70,67% anketiranih želi biti korisnik obučavanja i savjetovanja vezanog za pokretanje i razvoj privatnog biznisa.
- Sektor biznisa u kojem djeluje poduzetnik utječe na ocjenu poduzetnika o potrebi za organizovanim oblikom obučavanja poduzetnika za uspješan nastup u procesu prodaje proizvoda.
- Prosječna cijena usluga obučavanja i savjetovanja u biznisu koju su spremni plaćati poduzetnici iznosi 30 KM. Od ukupnog broja 65% anketiranih je spremno plaćati usluge obučavanja i savjetovanja ukoliko bi one iznosile do 50 KM.
- Poduzetnici nemaju dovoljno znanja iz oblasti vođenja posla (menadžmenta), što smatra cca 57% ispitanika (ocjena 4 i 5), dok je suprotnog mišljenja cca 24% anketiranih.
- Poduzetnici imaju potrebu za dodatnim obučavanjem iz oblasti upravljanja ljudskim resursima, jer to smatra od ukupnog broja 75% anketiranih (vrijedi i u potpunosti vrijedi).
- Oko 65% anketiranih ističe da postoji izražena potreba za obučavanjem poduzetnika u oblasti uspješne prodaje proizvoda na tržištu.
- 75% poduzetnika se izjasnilo da je neophodno uskladiti vlastito poslovanje sa standardima EU.
- Takođe, preko 72% anketiranih ističe da privatnici nemaju dovoljno znanja o transferu novih tehnologija.
- Poduzetnici smatraju da postoji izražena potreba za lakšim pristupom poslovnim informacijama u vezi načina pribavljanja novčanih sredstava, načinom uspješne prodaje proizvoda i pružanja usluga na tržištu, za što se izjasnilo 86% poduzetnika.
- Takođe, preko 72% anketiranih ističe da poduzetnici nemaju dovoljno znanja o transferu novih tehnologija.
- Čak 78,33% anketiranih je istaklo da postoji izražena potreba za obukom poduzetnika u oblasti vođenja finansija i poreza.
- Fokus grupe su takođe iskazale potrebu organizacije jednog centra za pružanje usluga mikro i malog poduzetništva. Takođe je naglašeno da bi obuka (trening) trebala trajati maksimalno 2 do 3 dana za obradu jednog modula (teme), u manjoj grupi polaznika (15 do 25 poduzetnika). Učesnici su se složili da treba osnovati jedan takav biznis centar koji bi bio kvalitetan i atraktivan, ali da predavači (treneri) primjenjuju interaktivan i grupni rad sa polaznicima.

Utvrđene su socio-demografske i ekonomske karakteristike mikro i malih poduzetnika i njihovih biznisa

U spolnoj strukturi mikro i malih poduzetnika učešće žena je 77%, a muškaraca 33%.

- Prosječna starost biznisa u uzorku je 7,80 godina. Posebno zabrinjava podatak da «mladi» biznisi starosti do jedne godine učestvuju u strukturi u svim grupama sa 3,33%.
- Prosječna starosna dob poduzetnika je 40,93 godina. Preko 2/3 ispitanika je starosne dobi iznad 35 godina. Mlađih poduzetnika od 25 godina je zanemarivo malo, svega 4,33%.
- Najviše poduzetnika u uzorku ima srednju stručnu spremu (75,33%).
- Prosječni mjesečni prihod od biznisa domaćinstava poduzetnika iznosi 1.082 KM ili godišnje 12.984 KM.
- Stopa neregistrovanja biznisa mikro i malih poduzetnika iznosi 50%.
- Broj zaposlenih po jednom poduzetniku iznosi 1,26.

OGRANIČENJA STUDIJE

Rezultate istraživanja u ovoj studiji treba interpretirati respektujući slijedeća ograničenja:

- Izbor jedinica uzorka klijenata MKO: S obzirom da su ispitanici poduzetnici klijenti dvije MKO (MI-BOSPO i EKI Tuzla), rezultati istraživanja su primjenjivi prije svega na ovu ciljnu grupu (eksperimentalna grupa). Kontrolna grupa je donekle korigirala ovaj nedostak.
- Izbor jedinica uzorka neklijenata MKO: Kontrolna grupa (neklijenti) bi trebala biti po sastavu i strukturi identična eksperimentalnoj, osim po djelovanju nezavisne promjenljive (dobijanje kredita MKO).

Iako su neklijenti pažljivo birani kao najbliži konkurenti slučajno izabranim klijentima, ipak potencijalna subjektivnost anketara kod izbora ovih jedinica postoji.

- Mjerenje pojedinih obilježja: Ispitanici na pojedina pitanja kao što su prosječni mjesečni prihod ili iznos za plaćanje usluga savjetovanja i obučavanja mogu strateški da zataje podatke ili imaju poteškoće u prisjećanju. Stoga ovu vrstu podataka treba interpretirati sa oprežnošću.

PREPORUKE

Na osnovu prethodnih zaključaka mogu se izvesti slijedeće preporuke:

- Utjecati na poboljšanje poduzetničkog ambijenta proaktivnim pristupom, zajedno sa drugim relevantnim faktorima. Nepoduzetnički ambijent sigurno je jedan od važnih uzroka nepostojanja jačeg poduzetničkog duha u zemlji.
- Povećati pomoć države u razvoju poduzetništva, a poseban akcenat staviti na pomoć od strane lokalne vlasti.
- S obzirom da je vlast «zakazala» u nefinansijskoj podršci mikro i malom biznisu, neophodno je otvoriti prostor za institucionalnu podršku kroz nevladin sektor.
- Budući da je neloyalna konkurencija značajna barijera poslovanju poduzetnika, djelovati u pravcu vlasti da se njen rad zabrani ili da se registriraju za biznis, odnosno pokrenuti snažnije aktivnosti na pokretanju biznisa iz sive ka formalnoj ekonomiji.
- Utvrditi procedure obaveznog registrovanja biznisa iz sektora poljoprivrede.
- Pripremiti poseban program promocije i podsticaja mikro i malog poduzetništva usmjeren ka populaciji koja se trenutno ne bavi samostalnim biznisom, kako bi se «podmladili» mikro i mali biznisi.
- Stimulisati mlađe kadrove kako bi se opredijelili za poduzetništvo.
- Mikro i male poduzetnike treba podržati u zadovoljavanju njihovih potreba za edukacijom i treningom vezano za pokretanje i razvoj vlastitog biznisa.
- Poduzetnici žele unaprijediti znanja iz područja kojim se bave, znanja o novim tehnologijama i vođenju poslovnih knjiga, zatim iz područja prodaje, nabave, poznavanja tržišta, komunikacije s klijentima i proizvodnje.
- Kroz vladin i nevladin sektor omogućiti mikro i malim poduzetnicima lakši pristup poslovnim informacijama.
- Edukaciju o poduzetništvu i menadžmentu u našim uslovima treba pretežno usmjeriti u završne razrede srednjih škola ili specijalističke kurseve nakon završetka srednje škole;
- Ciljna populacija za poduzetničku edukaciju i finansijsku i nefinansijsku podršku poduzetništvu treba da budu pretežno mladi sa završenom srednjom školom;
- Imajući u vidu da je veliki broj poduzetnika spreman prihvatiti nova znanja i informacije, organizovati treninge i edukaciju o novim dostignućima.
- Potrebna je edukacija o kreiranju novih poduzetničkih ideja, edukacija u oblasti poslovnog planiranja, koje je potrebno kontinuirano promovisati, stimulisati i unaprjeđivati.
- Edukaciju i trening trebalo bi fokusirati na oblasti poduzetničkog menadžmenta, upravljanja ljudskim resursima, oblasti uspješne prodaje proizvoda na tržištu, transferu novih tehnologija i vođenja finansija i poreza.
- Uspostaviti edukativni centar koji bi provodio edukaciju / trening i pružao praktičnu pomoć poduzetnicima u svakodnevnom poslovanju, te pri realizaciji novih ideja.
- Provoditi buduća istraživanja među poduzetnicima o njihovim specifičnim potrebama vezanim za poduzetništvo.

LISTA REFERENCI

1. EU RED, *Regionalna strategija ekonomskog razvoja – Ekonomska regija Sjeveroistočna BiH*, 2004.
2. Fondacija za održivi razvoj FBiH, Fond za razvoj i zapošljavanje RS, *Klijenti mikrokreditnih organizacija u Bosni i Hercegovini – Izvještaj o početnom istraživanju*, 2003.
3. TALDi, *Analiza ekonomskog stanja na Tuzlanskom kantonu, uloga Univerziteta u razvoju poduzetništva i opravdanost uspostavljanja biznis centra na Univerzitetu u Tuzli*, Tuzla, 2004.

Lokalni tim eksperata:

- prof. dr Sejfudin Zahirović, dipl.ecc., voditelj istraživanja
- doc. dr Adil Kurtić, dipl.ecc.
- mr Zijad Džafić, dipl.ecc.
- Beriz Čivić, dipl.ecc.

Studenti Ekonomskog fakulteta uključeni u sprovođenje ankete:

- Damir Karahodža
- Tanja Mitrović
- Dženan Đipa
- Adisa Zonić