

# Јакнење на деловните капацитети на жените претприемачи во Република Македонија, како земја во развој

Софијанова, Е<sup>1</sup>, Темјановски, Р<sup>1</sup>, Јованов Марјанова, Т<sup>1</sup>, Давчев, Љ<sup>1</sup> и Јошески, Д<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Македонија

<sup>2</sup>Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Македонија

## Вовед

Претприемништвото во развиените земји се однесува на откривањето и експлоатацијата на можности. Во економиите во развој, кои се зад модерно индустриски развиените земји, претприемништвото е важна компонента во стимулирање на економскиот раст, иновациите, конкурентноста, па дури и намалување на сиромаштијата. Економскиот развој на земјата е резултат на фокусираност и посветеност на човековата активност. Земја во развој има потреба од претприемачи кои гледаат и осознаваат нови можности и се подготвени да ги преземат потребните ризици во искористувањето на овие можности. Женското претприемништво се назначува како нова движечка сила за раст и развој на економиите во земјите во развој. Голем број на влијателни институции укажуваат на женското претприемништво како на важен "неискористен извор" на економскиот раст и развој. Светскиот економски форум го идентификуваше женското претприемништво како "чекор напред" за економскиот раст и развој на нивната годишна средба во 2012 (СЕФ, 2012). Други релевантни фактори зборуваат за жените претприемачи како "ново движење на жените". Тие наведуваат: "заборавете на економската помош во земјите во развој, фокусирајте се на странски инвестиции во жените претприемачи како клучни двигатели на растот и развојот во овие земји" (Форбс, 2011). Меѓународни јавни институции, национални и локални власти, невладини организации, приватни компании, добротворни организации и бизнис асоцијации иницираат програми на глобално ниво, за промовирање и развој на женското претприемништво. Тие иницираат програми за градење на капацитетите на претприемачки вештини, зајакнување на мрежите на здружување кај женското претприемништво, обуки за начин на обезбедување финансии, или иницираат имплементација на политики кои овозможуваат раст на бизнисите на жените претприемачи. Во Канада, САД и Велика Британија, владите и приватниот сектор активно ја промовираат поголемата улога за жените претприемачи во бизнис секторот. Подеднакво, во земјите во развој, се поголемо внимание се посветува на жените претприемачи. Оттаму произлегува потребата и кај нас да се посвети внимание на оваа проблематика и токму затоа, во овој проект, ние се фокусираме на деловните капацитети, анализа на менаџерските и лидерските способности на жените претприемачи, стратешкото планирање, како и маркетинг и финансиските способности кои ги поседуваат овие претприемачи. Идејата и клучната хипотеза е дека со истражувањето ќе се создадат можности за надминување на постојните јазови во работењето ќе се овозможи правилна имплементацијата на овие фактори на влијание во работењето на претпријатијата, со што пак, неминовно ќе се зголеми конкурентноста на бизнисите водени од жени претприемачи, но и на економијата во нашата држава во целина.

## Основни цели на предложениот проект

**Менаџерски и лидерски способности – цели:** Испитување на можноста за примената на постојните модели и принципи на лидерство во МСП; Утврдување на специфичните проблеми – предизвици во МСП; Класификација на потребните атрибути, начини на однесување и улогите на лидерите – претприемачи.

**Стратешко планирање (СП) – цели:** Мерење на влијанието на компонентите на СП – визија, мисија, стратешки цели и изготвување на планови ориентирани на долг рок и контрола, врз бизнис перформансите.

**Финансии – цели:** Мерење на влијанието на постојните начини на финасирање врз бизнис перформансите; Утврдување на оптимални типови и нивоа на финасирање; Утврдување на специфичностите на искористување (управување) на финансии.

**Маркетинг – цели:** Мерење на степенот на пазарна ориентација на МСП раководени од жени – претприемачи; Истражување на типот на маркетинг стратегија; Анализа на процесот на брендирање; Истражување на видот и процесот на маркетинг планирање; Утврдување на степенот на интернационализација на работењето, односно стратегијата за настап на странски пазари.

## Финансиски план

Бр.	Вид на трошок	Прва година	Втора година	Вкупно
420	Патни и дневни трошоци (патување во земјата и странство)	60 000	65 000	125 000
421	Телекомуникациски трошоци, транспорт и сл.	10 000	5 000	15 000
423	Опрема, потрошен материјал, други материјали	10 000	5 000	15 000
425	Договорни услуги	5 000	10 000	15 000
426	Семинари и конференции	110 000	120 000	230 000
ВКУПНИ ТРОШОЦИ (во мкд)		200 000	200 000	400 000

## Предложени методологии во истражувањето

Како основен метод ќе се користи методот на истражување, со комбинација на квантитативно и квалитативно истражување. Извор на податоци ќе бидат секундарни извори и примарни извори на податоци (жени – претприемачи, раководители/менаџери на мали и средни претпријатија). Како техника на истражување ќе се примени комбинација од: лично, полу-структурирано интервју, по кое ќе следи испитување преку структуриран анкетен прашалник, follow-up, т.е. следбено интервју и анализа на фокус група, за длабински увид во проблематиката на истражување. Статистичкиот примерок ќе биде намерен примерок од најмалку 100 жени – претприемачи. Анализата вклучува: тестирање на предложените постојни модели, принципи, фактори на влијание утврдени во литературата за менаџмент и лидерство; мерење на влијанието на компонентите на стратешко планирање – визија, мисија, стратешки цели и изготвување на планови ориентирани на долг рок и контрола, врз бизнис перформансите (профит, ликвидност, ROI/поврат на инвестиции, ROS/поврат на продажба); мерење на влијанието на постојните начини на финасирање врз бизнис перформансите; утврдување на оптимални типови и нивоа на финасирање и утврдување на специфичностите на искористување (управување) на финансии, со што ќе може да се увиди насоченоста кон одредена стратегија – штедење, инвестирање, ИП; погледите/ставовите за прекувремена работа, награди, бонуси и казни. Мерење на степенот на пазарна ориентација ќе се врши преку примена на одредена скала, т.н. MARKOR скала, со која ќе биде ивршен увид во степенот на анализа на потрошувачи и реакција на потрошувачки барања, ориентација кон конкуренција, интерфункционална координација, ориентација кон долг рок. Утврдување на степенот на интернационализација на работењето ќе биде ивршено преку анализа на постојната стратегија за настап на странски пазари и идните планови на ова поле. Основа на статистичката анализа ќе биде параметарска статистика, преку поставените номинални, ординални и интервални мерни скали за оценка на анализираните појави, односно анализирање на нумерички податоци. Резултатите најпрво ќе бидат обработени со дескриптивна статистика од основната матрица на податоци со вредности за одредуваните параметри, вклучувајќи ранг на вредности (мин - мах), аритметичка средна вредност, медијана, геометриска средна вредност, дистрибуција на податоци, перцентилен ранг, стандардна девијација. Ќе биде тестирана и соодветноста на моделот, доверливоста на конструирани мерни скали (Cronbach alpha), како и факторска анализа, за утврдување на големината и значењето на секоја од предвидените варијабли во соодветните мерни скали. Биваријантна статистика ќе биде користена за одредување на корелацијата (позитивна/негативна) помеѓу испитуваните параметри и нивната внатрешно функционална зависност, преку едноставна и повеќекратна линеарна регресија. Следствено на тоа дополнително ќе биде користена и мултиваријантна анализа за поедноставување на интерпретацијата на одредуваните параметри кои претходно покажале корелација, а ќе биде применета и Анализата на варијанса (ANOVA). За утврдување на разликите помеѓу појавите и нивното значење за бизнис перформансите, ќе биде применето тестирање на нивните средни вредности. Како контролни фактори на влијание ќе се користат факторите предвидени со Porter-овиот модел на 5 сили (постојно ривалство на пазарот, можност за влез на нови конкуренти, можност за супституција, преговарачка моќ на купувачи и добавувачи). За применетата статистичка анализа ќе се користи софтверот IBM SPSS19. Компаративната анализа ќе го прикаже начинот на работење на жените претприемачи во РМ и деловните капацитети кои ги поседуваат, споредени со деловните практики, вештини и знаења на жените претприемачи од развиените земји, како и со други економии во развој, по што ќе се увидат евентуалните јазови и недостатоци во работењето, за кои ќе се дава предлог за нивно надминување и елиминација.

## Очекувани резултати

Добиените резултати од проектното истражување ќе имаат научен и апликативен карактер. Најпрво, ќе се овозможи увид во тековната состојба на стратешките деловни активности на претприемничките претпријатија, со што ќе се создаде основа за воочување на предностите и недостатоците, односно развојните јазови во нивното работење. Понатаму, ќе се добијат сознанија за клучните пазарни фактори на влијание и нивната поврзаност и влијание врз бизнис перформансите, со што ќе се овозможат информации за менаџерите кои ќе можат да ги употребат за носење на идни деловни одлуки. Исто така, резултатите ќе прикажат дали постои причинско последичен однос помеѓу активностите од секоја од анализираните области – менаџмент, маркетинг, финансии со позитивните бизнис перформанси – профит, пазарен удел, поврат на инвестиција и др. Хипотезите претпоставуваат дека повисок степен на примена на стратешки деловни активности од областа на менаџмент, маркетинг и финансии ќе придонесат кон подобри финансиски резултати и позитивни бизнис перформанси. Добиените вредности од овој Научен проект ќе ја потврдат или исклучат оваа дилема.

Добиените податоци и сознанија од експерименталниот дел на проектот ќе допринесат до формирање на научен став и протокол за текот и процедурата на развој и имплементација на менаџерски и маркетинг активности, како и односот кон финансии во рамките на малите и средни претпријатија. Имплементацијата ќе се валоризира во рамки на опфатените претпријатија во примерокот кои се раководени од жени – претприемачи, преку презентирање на наодите и изработка на план за имплементација на предлог - промените кои се претпоставува дека ќе произлезат од самото истражување.



УНИВЕРЗИТЕТ  
„ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“  
ШТИП

Економски факултет

