

Саша Петковић¹
Борис Новарлић²

**Мечмејкинг програм у функцији привредног опоравка:
Емпиријска студија у Републици Српској**

**Matchmaking Programme in function of the economic recovery:
An empirical study in the Republic of Srpska**

Резиме

Најпредак Републике Српске у погледу креирања производа и услуга из домена најредне технологије још увијек није постигнут. Невољна привредна ситуација Републике Српске посљедњих година, огледа се у доминантном учешћу приватне на мало и велико у нефинансијском пословном сектору. У овој емпиријској студији испитује се могућност успостављања мечмејкинџ програма којим се утиче на динамичну комерцијализацију иновација. Циљ рада јесте да се укаже на занемарљиво малу подршку државе коју мала, технолошки најредна предузећа из Републике Српске имају у односу на европска предузећа. Приједлојом теоријског модела подршке иновативних малих предузећа у функцији технолошког раста и комерцијализације иновација, између осталих мјера, промовишу се мечмејкинџ програми као једна од могућих стратегија изласка из кризе предузећа из Републике Српске. Испраживање за потребе овог рада, спроведено је до средине јануара 2013. године, на територији 5 градова и 10 општина Републике Српске, на узорку од 118 малих предузећа и предузетничких радњи. Анализом резултата-

¹ Економски Факултет Бања Лука Универзитета у Бањој Луци, sasa.petkovic@efbl.org

² КП „Прогрес“, а.д. Добој, boris.novarlic11@gmail.com

и истраживања и истраживањем истраживачких хипотеза, уочено је да у Републици Српској још увијек није створен јак механизам, који би подстицао као афирмацију изражења адекватној пословној партнеру у иностранству, с циљем планирања, развоја и дистрибуције производа из домена најпредне технологије на инострано тржиште.

Кључне ријечи: технолошки најпредна мала предузећа, мечмејкин програм, привредно реструктурирање, конкурентност, Европска унија.

Summary

Progress of the Republic of Srpska regarding the design of products and services in the field of advanced technology has not been reached yet. Unfavorable economic structure of the Republic of Srpska in recent years, reflected in the dominant share of the retail and wholesale of non-financial sector. This empirical study examines the possibility of establishing Matchmaking Programme which affects the dynamic innovation commercialization, which represents one possible step in the revitalization of the economy of the Republic of Srpska. The aim of this paper is to show the negligible support from the government that small, technologically advanced companies in the Republic of Srpska have in relation to European companies. Proposed theoretical model of support innovative small companies in function of technological growth and commercialization innovation, among other measures, promotes Matchmaking Programmes as one possible output strategy from the crisis of companies from Republic of Srpska. Research for need of this paper was conducted in the period till mid-January 2013 on the territories of five cities and 10 municipalities of the Republic of Srpska, on a sample of 118 small enterprises and entrepreneurial business. By analysis of the research results and testing research hypotheses, it was observed that Republic of Srpska has not created a strong mechanism yet, to encourage the promotion of seeking adequate business partners abroad with the aim of planning, development and products distribution in the field of advanced technologies to the international market.

Key words: *technologically advanced small businesses, Matchmaking Programme, economic restructuring, competitiveness, the European Union.*

Увод

Република Српска недовољно користи своје потенцијале за јачање капацитета технолошки напредних малих бизниса. Нажалост, не постоји јасно артикулисана стратегија и политике које ће омогућити стварање компара-

тивне предности технолошки напредних малих и средњих предузећа и њихов излазак на регионално и глобално тржиште. Изузетно је лоша сарадња између научноистраживачког и реалног сектора. Економски опоравак Републике Српске је спор, како због неповољних привредних и политичких прилика на нивоу Босне и Херцеговине и у региону западног Балкана, компликованих правних регулатива која регулишу пословни нефинансијски сектор, проблема проузрокованих глобалном економском кризом, падом индустријске производње, спољнотрговинским дефицитом, али и повећањем незапослености.

Неповољна глобална економска кретања снажно су обликовала резултате домаће економије током прошле, 2012. године. Тако се успоравање раста свјетске економије на 3,2%, економска контракција еврозоне од 0,6%, али и осталих земаља у окружењу, рефлектовало и на укупни ниво економске активности у Републици Српској у 2012. години која је забиљежила међугодишњи пад од 0,7% (Инвестиционо развојна банка Републике Српске, Економски мониторинг, 2013).

Да би се тренутно лоша привредна и економска ситуација у Републици Српској поправила, неопходан је већи степен технолошких промјена, односно стварање властитих нових технологија и подстицање истраживања и развоја, као и комерцијализација иновација. Изградња националних система подршке иновативним активностима, експлоатација и комерцијализација знања у сарадњи с привредом и институцијама високог образовања, доприноси јачању Републике Српске, чиме се отвара пут ка глобалном тржишту.

У овом раду, излазак на инострано тржиште, али и директно јачање технолошких капацитета малог бизниса, представљено је *мечмејкинi програмом* (Matchmaking Programme, енгл., програм пословног спајања, прев. аут.). Наведени програм представља могућност потенцијалног повезивања малих предузећа из Републике Српске, са потенцијалним партнерима из развијених земаља Европске уније. Ријеч је о идентичном производу који пословни партнери имају, али који послују на географски дислоцираним тржиштима, тако да путем мечмејкинг програма настоје да успјешно пласирају своје производе на циљна тржишта, остварујући профит.

Емпиријско истраживање које је презентовано у овом раду, обухвата мала предузећа са територије Републике Српске. За потребе наведеног истраживања, спроведено је квантитативно истраживање методом случајног узорка. Поред упитника, прикупљање података вршено је и путем структурираних интервјуа, који представљају својеврсну провјеру валидности упитника, а којима су анкетирани циљни стејкхолдери.

Истраживање је вршено на узорку од 118 (N=118) малих предузећа и предузетничких радњи. Према законодавству Европске уније (Препорука 2003/361/ЕС, Анекс, члан 1 – Предузеће):

Предузећем се сматра сваки субјект укључен у економску активност, без обзира на правну форму. Ово укључује, посебно, особе које се саме запошљавају и породичне бизнисе који се баве обртом или другим активностима, и партнерствима и удружења које су редовно укључене у економске активности (Петковић, 2010, стр. 251-252).

Дакле, из претходног јасно произилази да су у узорак ушле и предузетничке радње, гледајући према статусу који имају, односно према законодавству Европске уније.

Критеријум подјеле на ова предузећа, био је искључиво према броју радника. Иако је релативно мали број прикупљених упитника, у односу на статистичку масу 0,79% у односу на укупан број предузећа из 2011. године на територији Републике Српске (Годишњи извјештај за област малих и средњих предузећа и занатско-предузетничку дјелатност у Републици Српској за 2011. годину, 2012.), важно је нагласити да су *сви њих* укључени *методом случајног узорка*, чиме је повећана вриједност добијених резултата истраживања, без обзира на релативно мали узорак.

Основна хипотеза (H₀) од које полазимо у овом раду гласи: *Успоставаљање мечмејкинџи њројрама у Републици Српској дојринијеће технолошком најрејку малих њредузећа кроз њроцес комерцијализације иновација.*

Да би се истинитост постављене хипотезе доказала, у раду је постављена и једна помоћна хипотеза.

H₁: Повезивањем малих предузећа из Републике Српске са пословним партнерима из развијених европских земаља кроз *њројрам њословној сјајања* допринијеће побољшању пословања технолошки напредних малих предузећа.

Сврха ове емпиријске студије је да упуту на значај који мечмејкинџ програм може да има у ревитализацији привредне структуре Републике Српске, подстичући развој и јачање технолошких капацитета малог бизниса, који је усмјерен према развојним директивама Европске уније артикулисаним у новој стратегији развоја: Еуропа 2020 (Europe 2020 Strategy, 2012).

У првом дијелу рада, објашњава се појам, улога и значај који мечмејкинџ програм има за Републику Српску, с циљем јачања неискоришћених технолошких опција малог бизниса. Објашњава се и детаљан поступак у функционисању овог програма, чија је сврха „активирање“ свих технолошки напредних малих предузећа у „трагању“ за европским пословним партнерима из истог портфеља.

Други дио рада, односи се на презентацију резултата истраживања и тестирање хипотеза, о улози мечмејкинг програма и његовом значају за привредни опоравак Републике Српске.

Трећи дио рада, представља идејно рјешење у оживљавању привреде Републике Српске, у виду теоријског модела иновативних малих предузећа у функцији технолошког раста и комерцијализације иновација.

Посљедњи дио рада, односи се на дискусију, којом се пореде резултати нашег истраживања, са другим сличним истраживањима.

1. Појам, значај и функционисање мечмејкинг програма

Негативни ефекти свјетске економске кризе, као и кризе реалног сектора, упућују на све већу одговорност малих предузећа, технолошки оријентисаних, како би одговорили на све осјетљивије захтјеве тржишта. Јасно је да једно мало предузеће, без обзира на своје пословне афинитете и акумулисани капитал, тешко може да „преживи“ период рецесије, односно да спроведе своју идеју у дјело, осим ако не пронађе свог потенцијалног, пословног партнера у иностранству, који ће му омогућити да спроведе своју иницијалну фазу изласка на посматрано тржиште (Hauser, 2009).

Мала, али махом и средња предузећа у земљама у транзицији, као и мање развијеним земљама, често „трагају“ за поузданим пословним партнерима. Циљ потраге за адекватним партнерима јесте да се покрену заједнички пројекти (нпр. пренос знања, технологија, инвестициона улагања, партнерства и друго, прим.аут.) који ће ојачати реални сектор посматраних земаља. Према томе, мечмејкинi програма гради пословне партнерске односе између малих, али дијелом и средњих предузећа у Босни и Херцеговини са истим предузећима из развијених европских земаља, и обратно (Иновациони центар Бања Лука, 2013).

Посебан допринос у програму спајања пословних партнера у Босни и Херцеговини, а тиме и у Републици Српској са партнерима (малим предузећима) из Холандије, има и холандска Агенција у министарству за економске односе (Холандска агенција Министарства за економске односе, 2013).

Поменута агенција тражи поуздане пословне partnере у земљама западног Балкана како би покренула заједничке инвестиције, које су од посебног значаја за земље у транзицији. Важно је да је мало предузеће технолошки оспособљено, односно да познаје вјештине и нова технолошка достигнућа, али и да има добро разрађен пословни план за потенцијалну сарадњу, те на овај начин стиче шансу да учествује у мечмејкинг програму.

Неопходно је истаћи да у имплементацији горе презентованог пројекта, Република Српска, односно њена стратешки важна преду-

зећа, требало би да обезбиде финансијска средства према прорачуну о сарадњи са страним партнерима. Дакле, стратешки партнери финансирају око 50% вриједности укупног пројекта, али исто тако приликом финансирања пројекта из домена хардвера, кооперанти из иностранства могу финансирати и до 80% вриједности пројекта и слично. Сам пројекат требало би бити конципиран на начин да омогући комерцијализацију почетног, идејног рјешења и да гарантује наставак пословне активности земље домаћина, у овом конкретном случају, Републике Српске. Према томе, пројекат између наше земље и иностраног партнера, треба да подстакне пренос знања из развијених земаља у нашу земљу, затим да прошири постојеће капацитете, засноване на иновативно-активним процесима, те да постијешу неопходне пословне активности, као што су нпр. припрема за добијање сертификата као гаранцију сигурног пословања и слично.

Дакле, и остали програми спајања у земљама Европске уније су идентични представљеном програму у Холандији. Дати програми омогућавају земљама у развоју да пронађу своје „идеалне“ пословне partnere у развијеним земљама у Европи, на начин да стекну добру праксу и искуство, али и да ојачају своје тржишно учешће, нудећи производе за којима постоји висока стопа тражње. Најбољи примјер за апликацију у оквиру мечмејкинг програма су идејна рјешења у области информационо-комуникационих технологија, заштите животне средине и технолошког прогреса. У наставку овог рада објаснићемо све појединачне кораке, који чине јединствени концепт, у функцији пословних активности мечмејкинг програма.

1.1. Идејни концепт функционалног мечмејкинг програма

Мечмејкинг програм представља основ пословне комуникације, тј. интернационализације пословања. Сам програм се састоји из неколико компоненти, и то: идентификација, стварање базе података и пословно повећавање³.

Размјена информација је увијек била кључни моменат за развој новог производа, склапање партнерских односа или за интернационализацију пословања. У доба глобализације, великог тренда развоја компанија које свој пословни концепт базирају на информационим али и информационо-комуникационим технологијама, стварање платформе за брз проток информација и доласка у могућност директног контакта између потенцијалних

³ Интервју са директором Иновационог центра Бања Лука Драгом Гверићем, 08.01.2013. године, просторије ИЦБЛ-а.

партнера је од кључног значаја. Посебно када се говори са аспекта предузећа која тек развијају своје производе или услуге, јер се размјена идеја, партнерства или сарадње могу успоставити у било којем моменту развоја производа.

На примјер, мала предузећа из Републике Српске која раде на новом производу могу у току саме израде или док су на нивоу демо производа почети преговарати са потенцијалним партнерима из иностранства. Сами преговори са потенцијалним партнером могу помоћи предузетнику да адекватније припреми производ док је иностранци партнер у позицији да лакше и са мање средстава омогући излазак на инострано тржиште (Интервју: јануар, 2013. године).

Бројне емпиријске студије доказале су да мечмејкинг програм обезбјеђује дугорочну конкурентност малих, технолошки оријентисаних предузећа, у земљи домаћина у односу на инострану конкуренцију (Hauser, 2009; Boschma and Weterings, 2005). Према истраживању које је Shane (2004) спровео у Великој Британији, недвосмислено показује да адекватна пословна сарадња у оквиру програма пословног спајања, омогућује пласман производа напредне технологије у развијене земље Сједињених Америчких Држава, Азије и слично. У истраживању спроведеном у Холандији, доказано је да мала предузећа која послују у области пружања услуга из домена информационих и комуникационих услуга, остварују знатно боље резултате у погледу склапања пословне сарадње са иностраним партнерима, у односу на нетехнолошка мала предузећа (Vareska et al., 2008).

На слици 1, представимо идејни концепт програма пословног спајања, који представља подлогу за технолошки напредна мала предузећа из Републике Српске, да пронађу своје „идеалне“ пословне partnere и створе дугорочне пословне контакте у развијеним земљама Европске уније.

Слика 1.

Фазе у створењу програма пословног спајања



Извор: Адаптирано из Norwegian Agency for Development Cooperation. (2003). Norads MatchMaking Program (MMP), India, Sri Lanka, South Africa, Norway.

Основни циљ мечмејкинг програма је обезбјеђење обостране користи за два пословна партнера која имају идентичан производ, али су просторно дислоцирани, тако да су у прилици да путем интернационализације изађу на инострано тржиште, не стварајући конкуренцију један другом, као ни сукоб интереса.

У горе представљеној илустрацији јасно се уочава „пут“ који је неопходно прећи, како би се дошло до циља, а који представља почетак сарадње између пословних партнера са преферираних тржишта. Дакле, у *првој фази* (фаза припреме) врши се тржишна процјена ризика, којим предузеће из развијене европске земље (на примјер Њемачке) има намјеру да утврди да ли његов потенцијални, пословни партнер из транзиционе земље (на примјер из Републике Српске) испуњава све услове прописане програмом пословног спајања, с крајњим циљем да покрену заједнички, пословни подухват.

Друга фаза (фаза тражења пословног партнера) представља идентификацију предузећа из иностранства, чији профил одговара профилу предузећа са нашег тржишта.

Трећа фаза укључује посјету потенцијалном партнеру, односно сагледавање његових пословних просторија и производних капацитета, али и све остале активности које се спроводе с намјером да се стекне права слика овог партнера, тј. да се докаже његова поузданост која је неопходна у мечмејкинг програму.

Посљедња фаза (фаза сарадње) представља почетак сарадње између одабраних, пословних партнера, којом се сасвим сигурно гради дугорочни пословни однос између два предузећа која су географски удаљена једно од другог, имају исти производни програм као и визију изградње дугорочне конкурентности на преферираним тржиштима, али без директне конкуренције истих.

Да бисмо приближили важност мечмејкинг програма, као потенцијалну, стратешку компоненту у ревитализацији привредне структуре Републике Српске, данас, у условима нестабилног пословног окружења, али и економске кризе све јачег интензитета, у наставку, наводимо илустративни примјер.

Примјер 1. Мало предузеће „А“ из Републике Српске бави се производњом иновативних уређаја за презентацију рекламних спотова својих купаца, који се путем холограма постављају на улазна врата тржних центара, на атрактивним локацијама у ужем центру града. „Снага“ поменутог уређаја јесте да прати покрете пролазника који корача поред улазних врата (активирајући почетак рекламног спота) тржног центра на којем је уређај инсталисан, тако што привлачи пажњу пролазника да се порука коју промотивни спот носи, погледа у потпуности, и треба да подстакне на купо-

вину производа или коришћења услуге. Наведена технолошка иновација је јединствена на нашем тржишту, а њен произвођач има намјеру да путем интернационализације изађе на инострано тржиште, али и да патентира своје технолошко откриће.

Предузеће „А“ у почетној фази свог „путовања“ на инострано тржиште, има задатак да пронађе „идеалног“ пословног партнера у иностранству, који ће најбољим методама промовисати нови производ овог предузећа, те отворити тржиште за дистрибуцију истог производа. Предузеће „Б“ из Њемачке је најбољи пословни партнер предузећа „А“ из Републике Српске, које има реноме најпризнатијег предузећа у производњи и дистрибуцији рекламних уређаја из истог портфела као предузеће „А“, од Европе, Аустралије, Азије па све до Африке.

Корак који слиједи јесте потписивање уговора између предузећа „А“ и „Б“, којим ће предузеће „Б“ пуноправно заступати интересе предузећа „А“, на уговор од пет година, обавезујући се да ће се производ малог предузећа „А“ наћи на свјетском тржишту. На овај начин, приказана ја обострана корист малих предузећа из примјера, јер ће поред профита који ће посматрана предузећа стећи из пословања, током пет година, имати могућност дугорочне сарадње и креирања напредних технолошких рјешења на дуги рок, у наредном периоду.

Мечмејкери спајају купце и продавце и помажу им да се склопи посао. За ову врсту посредовања добијају проценат од остварених прихода (Baritauhat et al., 2006).

У наредном поглављу представимо резултате емпиријског истраживања о улози мечмејкинг програма у ревитализацији привреде Републике Српске, кроз подстицање раста технолошки напредних малих предузећа, и комерцијализацију идејних рјешења малог бизниса. Такође, предложимо и теоријски модел у функцији раста технолошки напредних малих предузећа и комерцијализације иновација, које свакако чине „стуб“ развоја модерне привреде Републике Српске, и који прати развојне директиве Европске уније декларисане у стратешком документу Европа 2020 (Europe 2020 Strategy, 2012).

2. Емпиријски резултати истраживања

У овом емпиријском раду, истражује се важност мечмејкинг програма као кључног фактора у реструктурисању привредне структуре Републике Српске, с већинским учешћем трговине на велико и мало, оправком моторних возила и предмета за личну употребу, с циљем изградње повољног пословног окружења, фокусираног на јачању технолошки усмјерених малих

предузећа. Према посљедњим, доступним истраживањима за Републику Српску, посматрајући структуру малих и средњих предузећа по дјелатностима, може се уочити да је највећи број ових предузећа сконцентрисан у области трговине на велико и мало, оправци моторних возила и предмета за личну употребу, 40,32% (Годишњи извјештај за област малих и средњих предузећа и занатско-предузетничку дјелатност у Републици Српској за 2011. годину, 2012).

Мјесто експерименталног истраживања ограничили смо на територију Републике Српске. За потребе наведеног истраживања, спровели смо квантитативно истраживање, методом случајног узорка. Поред упитника, прикупљање података вршено је и путем структурираних интервјуа, којима су анкетирани циљни стејкхолдери⁴.

2.1. Методолошке основе истраживања

Истраживање за потребе овог рада, спроведено је у периоду почетак октобра 2012. године до средине јануара 2013. године, на територији 5 градова и 10 општина Републике Српске, на узорку од 118 предузетничких радњи и малих предузећа. Заступљеност предузећа по градовима и општинама, слиједи респективно: Добој (78), Бијељина (1), Бања Лука (5), Требиње (3), Источно Сарајево (1), Дервента (2), Теслић (11), Модрича (4), Лакташи (2), Нови Град (2), Србац (3), Прњавор (3), Козарска Дубица (1), Челинац (1) и Вишеград (1).

2.2. Ограничења у истраживању

Истраживање је спроведено на релативно малом изорку, малих предузећа и самосталних предузетника у Републици Српској, с обзиром на величину популације. Као генерално ограничење у овом истраживању, наводи се недостатак финансијских средстава којим би се покренуло обимније истраживање поменутих предузећа на територији Републике Српске, а које би обухватило већу популацију истих предузећа.

Генерално посматрано, с обзиром на територијалну дистрибуцију добијених одговора у истраживачком узорку по градовима и регијама, не можемо говорити о репрезентативности узорка за цијелу Републику Српску, што представља и највећи недостатак добијених резултата истраживања.

⁴ Интервјуисали смо директора Иновационог центра Бања Лука (ИЦБЛ) господина Драгу Гверића, директора Универзитетског предузетничког центра (УПЦ) господина Мариа Милановића, савјетницу министра науке и технологије у Влади Републике Српске госпођу Жељану Јовичић, као и два станара у инкубатору Иновационог центра Бања Лука, господина Крешимира Миљанића и Славишу Чекића.

Такође, потребно је нагласити да су упитнике испуњавали високопозиционирани руководиоци, менаџери, власници и директори предузећа, чиме се не може избјећи субјективни фактор, који представљају „одраз“ њихових ставова и мишљења, а које треба узети с одређеном дозом резерве, због чега се и приступило унтервјуу као провјери ваљаности упитника.

Потребно је истаћи да ограничење у овом истраживању представља и немогућност приступа појединим документима, којима би се потврдиле тврдње интервјуисаних, а што даље повлачи и вјеродостојност прикупљених података.

2.3. Идентификација варијабли и одређивање индикатора

Из главне истраживачке хипотезе, произилази да се *технолошки напредак малих предузећа кроз комерцијализацију иновација* идентификују као зависна варијабла, док је *усиоштављање мечмејкинi програма у Републици Српској* независна варијабла. Постоје бројни индикатори који утичу на зависну варијаблу. У нашем истраживању посматрали смо утицај „успостављања“ мечмејкинг програма у Републици Српској на технолошки напредак малих предузећа кроз могућност комерцијализације иновација. Према томе, ограничили смо се на следеће индикаторе зависне варијабле, и то: структура малих предузећа и стање иновативне активности (са или без технолошких иновација производа/процеса, али и технолошка опремљеност, ток комуницирања путем интернета и друштвених мрежа); рангирање фактора утицаја на пословни резултат; похађање и квалитет тренинга и семинара кроз посједовање одговарајућих сертификата као гаранцију за квалитет; али и стручност академског кадра.

С друге стране, независна варијабла (мечмејкинг програм) управо се везује за технолошки напредак малих предузећа кроз процес комерцијализације иновација. Према томе, као индикаторе независне варијабле посматрали смо одређене фазе развојног тока програма пословног спајања и његову консултантску, концептуалну и стручну подршку технолошки напредним малим предузећима, стављајући акценат на комерцијализацију идејних рјешења. За потребе наведеног тестирања, користили смо структурирани упитник, подијељен у шест сегмената, с циљем вјеродостојног мјерења, а чија ће детаљна презентација, уз добијене резултате истраживања, бити приказана у наставку.

2.4. Резултати истраживања

Величина узорка је ограничена на 118 предузећа, углавном са територије града Добоја (78), што процентуално износи 66,10% у односу на по-

сматрани, укупни узорак. Избор јединица узорка (предузећа) обављен је случајно. На овај начин, град Добој испуњава добру полазну основу да се увиди потреба за афирмацијом програма пословног спајања у овом граду или његовој широј регији. Потребно је истаћи да су и аутори овог рада из града Добоја, што указује и на већу доступност предузећа која су била предмет упитника, а која смо периодично контактирали, у намјери да добијемо попуњене и враћене упитнике.

Подаци који су прикупљени у поступку истраживања, обрађени су статистички у софтверском пакету *IBM SPSS Statistics* (верзија 17.0). Поступци који су се користили приликом статистичке обраде података су и из домена *дескриптивне статаистике*⁵, *статаистичкој закључивања*⁶ и *динамичке статаистике*⁷. Резултати истраживања презентовани су помоћу графикана, табела и слика.

Структура упитника којим се врши истраживање, састоји се из пет дијелова. У првом дијелу представљене су *општије информације о предузећу*, други дио се односи на *технолошке њодатке*, трећи дио на *пословне активностии предузећа*, док је четврти дио везан за *технолошке њравце*, пети дио се односи на *сертификације и стандарде*, док се посљедњи шести дио односи на *иновациону дјелатност и комерцијализацију иновација*. У наставку ће бити презентовани резултати истраживања по наведеним категоријама.

2.4.1. Општије информације о предузећу

Структура предузећа према облику организовања и дјелатности, представљена је наредном табелом, из које се може уочити да доминирају друштва са ограниченом одговорношћу⁸ (48,7% од укупног броја) и самостални предузетници (39,3%). Највећи број предузећа у узорку је из области трговине на велико и мало, оправке моторних возила и предмета за личну употребу (43,2%), а међу њима је, такође, приближан удио друштава са

⁵ Дескриптивне мјере које су коришћене у раду, а које за циљ треба да укажу на стање појаве у датом моменту, су:

- Аритметичка средина (MEAN);
- Стандардна девијација (ST. DEV.);
- Модус (MODE);
- Медијана (MEDIAN) и
- Мјере асиметрије (SKWENESS/KURTOSIS).

⁶ Посебно је важно установити да ли постоји статистички значајна разлика у резултатима, у посматрана два или више огледа. Да би се у томе успјело, користи се:

- *t*-тест и
- *хи квадрат тест* (табеле контингенције).

⁷ Да би се дошло до закључка о постојању веза између посматраних појава, користи се корелациона и регресиона анализа.

⁸ Ради избјегавања непотребног понављања користићемо скраћеницу д.о.о.

ограниченом одговорношћу и самосталних предузетника. С друге стране, само 3,39% свих предузећа из узорка спада у категорију предузећа која се баве информационим и комуникационим технологијама, односно 4,24% предузећа пружа услуге из домена високе технологије.

Табела 1.

Дјелатности йредузећа и облик оранизовања

Облик организовања	Примарна дјелатност					Остало
	Информационе и комуникационе технологије (хардвер, софтвер, инжењеринг и друго)	Трговина на велико и мало, оправка моторних возила и предмета за личну употребу	Финансијско посредовање	Саобраћај и везе	Пружање услуга из домена високе технологије	
Д.о.о.	3	29	1	2	4	18
А.д.	0	1	0	1	1	8
Самостални предузетник	1	21	0	6	0	18
Јавно предузеће	0	0	0	0	0	3
Total	4	51	1	9	5	47

Извор: Калкулација аутора

2.4.2. Технолошки йодаци

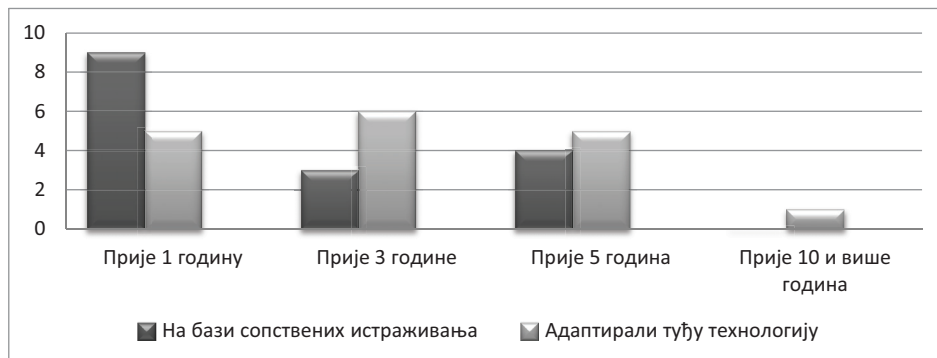
У овом одјељку, анализирали смо технолошку оспособљеност предузећа из узорка, с циљем да истражимо постојање иновативно активних предузећа са технолошким иновацијама/активностима, односно да видимо колика је заступљеност иновативно активних предузећа са нетехнолошким иновацијама, у односу на сва остала предузећа, која не спадају у домен технолошких предузећа.

Највећи број анкетираних предузећа у претходном периоду нису увела нову технологију (71,2% предузећа), док је мали број предузећа увело нову технологију на бази сопствених истраживања (13,6%) или адаптирањем туђих технолошких рјешења (15,2%). У оквиру групе предузећа која су у претходном периоду увела нову технологију интересантно је посматрати временски интервал наведене активности.

Према томе, долазимо до закључка да су предузећа йуђа йехнолошка достийиућа углавном имплементирала у ранијим периодима, док се у периоду од прије годину дана тај однос мијења. Реална потврда претходне тврдње, јесте наредни графикон.

Графикон 1.

Период увођења нове технологије



Извор: Аутори, на основу истраживања

Овај тренд улива оптимизам (без обзира на мали узорак) у смислу да предузећа у посљедње вријеме све више схватају потребу за властитим истраживањима, а што су и резултати нашег истраживања недвосмислено показали. Само је једно предузеће увело нову технологију (адаптирањем туђих технолошких рјешења) у периоду прије десет и више година, док је тај тренд неупоредиво бољи посматрајући предузећа која су нове технологије увела прије три или пет година, односно чак њих девет (на бази сопствених истраживања) или њих пет (на принципу адаптације туђих технологија) прије једне године, а што је свакако и оцијењено као најбоља опција.

Треба напоменути да предузећа која уведу нову технологију, углавном спадају у групу иновативно активних предузећа са технолошким иновацијама, док је обрнуто пропорционална ситуација код предузећа која адаптирају туђа технолошка достигнућа, што се најбоље види у наредној табели.

Табела 2.

Увођење технологије у односу на врсту предузећа

Да ли сте у претходном периоду увели нову технологију?	Предузеће спада у групу:			Укупно
	Иновативно активно са технолошким иновацијама	Иновативно активно са нетехнолошким иновацијама	Ништа од наведеног	
Да, на бази сопствених истраживања тржишних потреба	13	3	0	16
Да, извршили смо адаптацију туђих технологија	3	12	2	17
Нисмо увели нове технологије	0	3	81	84
УКУПНО	16	18	83	117

Извор: Калкулација аутора

2.4.3. Пословне активности

Рангирајући утицај појединих фактора на успјешност пословања предузећа, у смислу отежавајућих околности, дошли смо до закључка да је фактор са највећим приоритетом за већину предузећа *порез и остали парадискални намети*. Тачније, овај фактор је добио најмањи просјечни ранг у односу на остале, што значи да има највећи приоритет за рјешавање (као потенцијални проблем). Интересантно је уочити и то, да су сви фактори који су били понуђени имали распоне вриједности јако широке (минимум – максимум), што се може једноставно уочити из наредне табеле.

Табела 3.

Рангирање фактора/активности у погледу неактивне утицаја на развој предузећа

Редни број	Активност	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1.	Порези и остали парадискални намети	1	10	2.13	1.625
2.	Нејасни и компликовани закони, стандарди и прописи	1	10	2.68	1.894
3.	ПДВ на увоз, посебно на увоз нових технологија или опреме (додатни трошкови приликом процјене увезене технологије)	1	10	4.20	2.049
4.	Недостатак разноврсних и повољних извора финансијских средстава за финансирање ваших пројеката	1	10	4.75	2.200
5.	Доминација реномираних домаћих и иностраних предузећа на вашем тржишту	1	10	5.86	2.705
6.	Недовољни подстицаји Владе извозно оријентисаним предузећима	1	10	5.86	2.029
7.	Непостојање довољног нивоа тражње за производима високе технологије	1	10	6.27	1.857
8.	Недостатак квалификованог кадра и семинара о новим технологијама	1	10	6.71	2.192
9.	Непостојање сарадње између вашег предузећа и универзитета односно научноистраживачког института, у циљу комерцијализације иновација	1	10	8.04	2.181
10.	Ангажовање истраживача (академски професори, млади истраживачи и слично) за потребе вашег технолошког рјешења је прескупо	1	10	8.49	1.956

Извор: Калкулација аутора на основу истраживања

Посљедња колона, која показује одступање индивидуалних података од просјека, указује нам да је поузданост првих пет просјека мања (*због велике расиршености података*) и обрнуто. Ово конкретно значи да су анкетирани предузећа много сигурнија када рангирају активности које нису прио-

ритетне у односу на оне друге. Интересантно је напоменути да не постоји значајна корелација између одговора на ову групу питања, јер је највећи (у апсолутном износу) коефицијент корелације умјерен и износи $r=0,516$ (код рангирања следећих активности или варијабли: *непостојање сарадње између ваше предузећа и универзитета односно научноистраживачког института, у циљу комерцијализације иновација – ангажовање истраживача (академски професори, млади истраживачи и слично) за ишребе ваше технолошког рјешења је ирескуо*).

2.4.4. Технолошки иривци

Поражавајући је установљени податак да од укупног броја предузећа у узорку, 45 анкетираних предузећа не користи интернет уопште, што је изузетно велики број (скоро 40% свих анкетираних предузећа).

Приликом анализе технолошких праваца, треба напоменути да друштвене мреже (на примјер Facebook, Google+ и друге), као средство комуницирања са својим пословним партнерима, користи двије трећине од свих предузећа која интернет користе редовно.

Да бисмо дошли до закључка, *да ли уиошреба иштернетиа зависи од облика орианозовања иредузећа*, користили смо статистички метод – *хи квадрант ишес*. Овом приликом смо из анализе искључили, из практичних разлога све облике организовања предузећа, осим друштва са ограниченом одговорношћу (д.о.о.) и самосталних предузетника (с.п.), а таквих је око 10% (у супротном употреба наведеног теста не би била изводљива, прим. аут).

Графикон 2.

Уиошреба иштернетиа и облик орианозовања иредузећа



Извор: Ауторова анализа података

Тест је недвосмислено показао да постоји статистички изузетно висока повезаност ($p < 0,01$) између ових варијабли у смислу да друштва са ограниченом одговорношћу углавном користе интернет, док је код самосталних предузетника обрнута ситуација. Имајући у виду посматрану структуру, долазимо до закључка да предузетници значајно смањују удио предузећа у узорку која не користе интернет (само је у оквиру ове групе таквих 32, од укупно 46 предузећа).

2.4.5. Сертификаци и стандарди

Статистички посматрано, изузетно мали проценат предузећа у узорку посједује сертификате или стандарде квалитета. Тачније, 82,2% анкетираних предузећа не посједује нити један наведени сертификат, што се најбоље уочава у наредној табели (табела 4). Имајући у виду ову структуру, у наставку рада, а у циљу адекватне примјене одређених статистичких метода, сва анкетирана предузећа класификујемо у двије групе у зависности да ли имају било који сертификат/стандард квалитета⁹ или не.

Табела 4.

Сертификаци и стандарди који се користе

	Број	%
Ни један	97	82.2
ISO 9001	8	6.8
ISO 14001	1	0.8
CE	2	1.7
Други	10	8.5
Укупно	118	100.0

Извор: Ауторове калкулације

Примјена ових докумената и процедура је од изузетног значаја за одређење предузећа, о томе да ли да размишљају о наступу на иностраном тржишту, али и о склапању пословне сарадње са иностраним партнерима (програм пословног спајања- мечмејкинī програм). У прилог томе настојимо доћи до закључка да ли су у међусобној корелацији следеће варијабле:

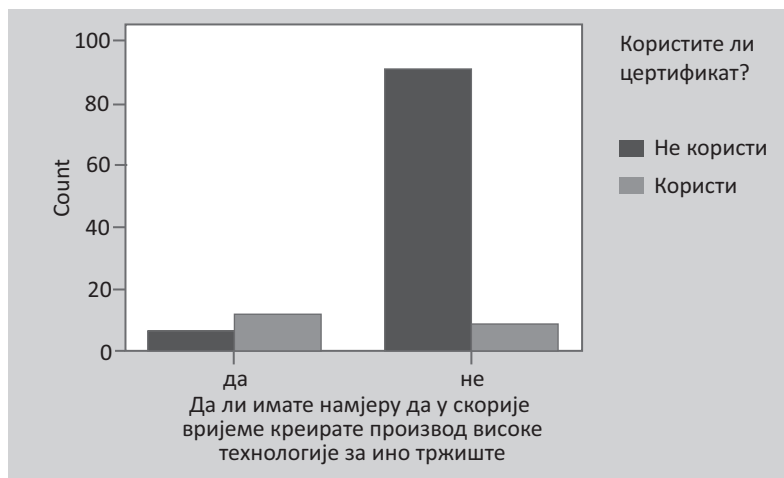
- њосједовање сертификата и
- намјера изласка на инострано тржиште с новим производом из домена технолошке иновације.

⁹ Спровођењем анкете, установили смо да се у узорку налазе предузећа која имају два или више сертификата, међутим, ради прегледније анализе, уврстићемо их у предузећа која посједују сертификат, без обзира на број истих, прим. аут.

У циљу одговора на постављено питање користимо *хи квадратни тест* и са великом сигурношћу можемо закључити да су ове двије величине у корелацији ($p < 0,01$), што се види и на графикону 3.

Графикон 3.

Посједовање сертификата у односу на оријентацију предузећа



Извор: Ауторове калкулације у софтверу SPSS Statistics

Другим ријечима, предузећа која имају сертификат више су оријентисана ка пословању на иностраним тржиштима (у циљу креирања производа из домена високе технологије, у будућности), за разлику од свих оних која немају јер око 94% њих не планира ићи на инострано тржиште, властитим производом високе технологије.

2.4.6. Иновациона дјелатност и комерцијализација иновација

Од 118 предузећа из узорка, само њих 18 (15,25%) има намјеру да у скоријој будућности креира производ из области високе технологије, који ће бити намијењен иностраном тржишту. Оно што је карактеристично за посматрана предузећа, јесте да сви сматрају да им је потребна помоћ *стипендија* из академске заједнице (како научна, тако и истраживачка али и развојна), то јесте њихова свјест о наведеном изузетно је изражена.

С друге стране, поменуто се не односи за групу предузећа која немају намјеру да у скоријој будућности креирају производ из области високе технологије за инострано тржиште, с обзиром да је ту половичан удио (чак је више оних који не сматрају та знања као потребна за пословни успјех, 55%), што се види у наредној табели.

Табела 5.

Пошреба за стручњацима из академске заједнице у односу на иновативну оријентацију предузећа

Да ли имате намјеру да у скорије вријеме креирате производ високе технологије за инострано тржиште?	Да ли су вам потребни стручњаци?		Укупно
	да	не	
Да	18	0	18
Не	45	55	100
Укупно	63	55	118

Извор: Калкулације аутора, на основу истраживања

Омјер анкетираних из истраживачког узорка који не похађају тренинге и оних који их похађају је око 8:2. Треба напоменути да нема статистички значајне повезаности између овог питања и облика организовања предузећа ($p > 0,05$), али се уочава да јавна предузећа и акционарска друштва имају израженију потребу за овим видом едукације, у односу на друштва са ограниченом одговорношћу и самосталне предузетнике (који су, ипак, доминантни облици организовања у нашем узорку, што упућује на овај закључак).

С друге стране, постоји изузетна статистичка повезаност ($p < 0,01$) између посједовања сертификата и похађања тренинга, а која је потврђена хи квадратом *тестом* (Табела 6). Наиме, код анкетираних који имају сертификате више је оних који похађају тренинге, за разлику од осталих.

Табела 6.

Хи квадрат *тест* (сертификацији – похађање тренинга)

	Реализована вриједност	Степени слободe	p - вриједност
Pearson Chi-Square	28.922	1	.000
Likelihood Ratio	23.911	1	.000
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	28.675	1	.000
N of Valid Cases	117		

Извор: Ауторове калкулације у софтверу SPSS Statistics

Многи сматрају да постоји значајна потреба за савјетима стручњака, јер су на питање „Да ли дисате за пошребе развоја али и усавршавања вашеј технолошкој подохвајта користијили савјетодавну и стручну подршку академској особља“, углавном одговорили потврдно (62,7%). Структура добијених одговора је представљена у наредној табели, из које се може видјети да их само 8,5% „сумња“ у квалитет савјета стручњака.

Табела 7.

Потреба за стручним савјетима академској особља

Да ли бисте за потребе развоја али и усавршавања вашег технолошког подухвата користили савјетодавну и стручну подршку академског особља?	Број	%
Да, јер сматрам да ми њихово знање и искуство могу поспјешити пословање	74	62.7
Не, јер немам довољно средстава за финансирање њиховог ангажмана	21	17.8
Valid Не, јер нисам сигуран/а у квалитет њихове подршке	10	8.5
Не, јер сматрам да се њихова стручна подршка не може примјенити у рјешавању практичних проблема	13	11.0
Укупно	118	100.0

Извор: Ауторове калкулације

Укрштањем одговарајућих варијабли можемо доћи до закључака, као што су:

- сва предузећа која планирају да у скоријем периоду креирају производ из области високе технологије за инострано тржиште, уочавају потребу за савјетима стручњака,
- већина иновативних предузећа са технолошким или нетехнолошким иновацијама имају свијест о потреби за овим видом савјетовања,
- јавна предузећа и друштва са ограниченом одговорношћу, углавном имају потребу за савјетодавним и стручним подршкама академског особља, док се то не може рећи за акционарска друштва или предузетничке радње (испод 50% је удио истих у оба случаја),
- скоро сви (22 од 23) који су похађали тренинге су мишљења да су ови савјети потребни и тако редом.

Међутим, анкетирани су „опрезни“ према сарадњи са иностраним партнерима, јер 70% њих сматра да *не треба* остваривати овакав вид повезивања. Ипак, и у погледу наведеног питања, такође, постоје изузеци и диверзификација, јер:

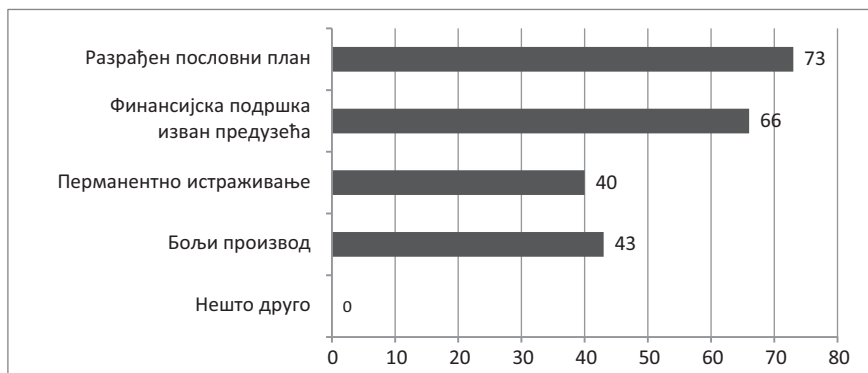
- они који су учествовали на тренинзима не дијеле мишљење већине и сматрају да је инострана сарадња важна,
- много је мање предузетничких радњи које су заинтересоване за овај вид сарадње (у поређењу са д.о.о. или а.д.),
- међу испитаницима, услужне дјелатности имају много већи удио анкетираних који сматрају да је сарадња са иностраним партнерима важна (у односу на предузећа из сектора трговине на велико и мало, оправке моторних возила и предмета за личну употребу; саобраћаја и веза или неког другог облика) и слично.

На питање шта је важно за успјех на иностраном тржишту, највећи број испитаника сматра да је то *добро разрађен њословни њлан* (61,2%), затим

финансијска подршка ван предузећа (око 55%), док су остали фактори за већину анкетираних у другом плану. Преглед значајности свих наведених фактора је приказан у наредном графikonу.

Графикон 4.

Шта је важно за успјех на иностраном тржишту?¹⁰

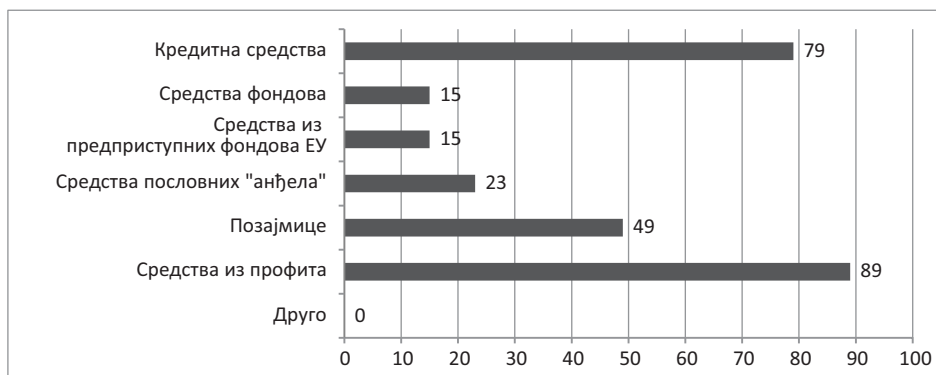


Извор: Ауторове анализе прикупљених података

С обзиром да је финансијска подршка високорангирана на листи приоритета, важно је познавати које изворе финансирања анкетирани претендују. Углавном су мишљења да за финансирање њихових технолошких подухвата треба користити *кредитна средства њихових банака* или средства из профита (наравно ако постоје), док су остали извори мање значајни, што показује и графикон 5.

Графикон 5.

Приоритетни извори приликом финансирања њихових подухвата¹¹



Извор: Ауторове анализе прикупљених података

¹⁰ Наведено питање, спада у групу питања с могућношћу вишеструког избора понуђених одговора, прим. аут.

¹¹ Ибид., прим. аут.

Анализа показује да је тек 23,7% анкетираних предузећа аплицирало за одређене финансијске подстицаје, док остатак предузећа из узорка није (76,3%). Структура према овом питању и извору средстава за подстицаје, приказана је у наредној табели. Уочава се да је Влада Републике Српске најинтересантнији партнер у погледу финансирања, јер сваки други испитаник би се најрадије обратио на њихову адресу. Према томе, наведена институција се може означити и као најбоља опција у пружању гаранције малим предузећима у Републици Српској, у програму пословног спајања са иностраним партнерима.

Табела 8.

Да ли дисције аплицирали за финансијски подстицај и на коју адресу?

	Број	% (укупно)	% оних који аплицирају
Министарство науке и технологије у Влади Републике Српске	6	5.1	21.4
Влада Републике Српске	14	11.9	50.0
Локалне самоуправе	7	5.9	25.0
Друго	1	.8	3.6
Укупно	28	23.7	100.0
Нису аплицирали за подстицаје	90	76.3	
Н	118	100.0	

Извор: Ауторове калкулације

Већина предузећа (65,3%) није спремна да изађе на ново тржиште у замјену за власнички удио. Да је у узорку већи удио предузећа која су заинтересована за креирање производа на иностраном тржишту, структура одговора била би другачија. До овог закључка смо дошли на основу повезаности тих питања ($p < 0,05$), примјеном *хи квадрат тјест*. Веза се уочава из наредне табеле.

Табела 9.

Повезаност и структуратура одговора на питања у вези изласка на инострано тржиште

		Да ли сте спремни да изађете на инострано тржиште у замјену за власнички удио?		Укупно
		Да	Не	
Да ли имате намјеру да у скорије вријеме креирате производ високе технологије за инострано тржиште?	Да	Број 10	8	18
		% 55.6%	44.4%	100.0%
	Не	Број 31	69	100
		% 31.0%	69.0%	100.0%
УКУПНО		Број 41	77	118
		% 34.7%	65.3%	100.0%

Извор: Калкулације аутора

2.5. Тестирање хипотеза

У раду смо поставили главну и једну помоћну хипотезу. Потврђивање помоћне хипотезе, допринијеће и потврђивању главне хипотезе, а која гла-си: *Усйосйављање мечмејкині йроірама у Рейудлици Срјској дойринијеће йтехнолошком найрейку малих йредузећа кроз йроцес комерцијализације иновација*. Тестирање хипотеза се врши на основу резултата добијених у овом истраживању.

2.5.1. Помоћна хипотеза (Х1)

Помоћну хипотезу доказујемо на основу презентованих резултата ис-траживања. **Х1:** *Повезивањем малих йредузећа из Рейудлике Срјске са йо-словним йарйнерима из развијених евројских земаља кроз йроірам йослов-ноі сјајања дойринијеће йобольшању йословања йтехнолошки найредних малих йредузећа*.

Према истраживању којим смо жељели установити факторе који „коче“ пословну концепцију међународне сарадње предузећа из узорка, дошли смо до закључка да су то *йорези и осйали йарафискални намейи*, који су се на-шли у врху приоритета за рјешавање (Mean.=2,13; Std. Deviation=1,625), сли-једе *нејасни и комйликовани закони, сйандарди и йройиси* (Mean.=2,68; Std. Deviation=1,894), који заједно деградирају слику нашег пословног окружења у склапању међународне, пословне сарадње. Наиме, инвеститори или у овом случају пословни партнери (на примјер предузећа из развијених земаља Европске уније), као први услов за било који вид сарадње са потенцијалним, иностраним партнерима (на примјер наша предузећа у Републици Српској), у већини случајева захтијевају повољну макроекономску слику земље, ста-билну политичку, законодавну и економску структуру¹². Према уоченим проблемима, доводи се у питање и могућност стварања пословне сарадње са иностраним партнерима, односно развоја пословне мечмејкинг сарадње.

Забрињавајући је податак да 40% предузећа из узорка не користи интер-нет (као облик комуникације са потенцијалним партнерима из иностран-ства), само 2/3 предузећа која имају интернет, користе исти као средство комуникације са пословним партнерима, што нас још више удаљава од могуће иностране сарадње у оквиру програма пословног спајања, јер није

¹² Из интервјуа са станаром ИЦБЛ-а, Крешимиром Миљевићем (децембар 2012. године), закључујемо да Република Српска још увијек није изградила подстицајно пословно окру-жење, а што за резултат има одлазак инвеститора и потенцијалних пословних партнера на развијена тржишта Европске уније и свијета. Доказ претходном лежи и у законским проце-дурама којима се дефинише мали бизнис, које су другачије дефинисане у Републици Српској у односу на Федерацију Босне и Херцеговине. За више детаља, прочитајте у раду: Петковић, С. и Новарлић, Б. (2012). Услови и ограничења улагања малих и средњих предузећа у неопи-пљиву имовину као одговор на кризу реалног сектора. *Acta Economica*. 10, 17, pp. 53-82.

испуњен посебан услов, а који се наводи као посебно правило, то јесте да сви потенцијални пословни партнери треба да користе интернет, али и друштвене мреже као облик повезивања.

У посматраном узорку, чак 82,2% (97/118) предузећа нема ни један сертификат, којим гарантују квалитет својих производа или услуга (основни проблем при пенетрацији с новим или постојећим производом на тржиште Европске уније). *Хи квадрант шестом* ($p < 0,01$), утврђено је да предузећа која имају сертификат више су оријентисана ка иностранству (у циљу креирања производа из домена високе технологије, у будућности), за разлику од свих осталих предузећа, која су већинска, односно која не посједују сертификат, и не планирају склапање пословне сарадње са иностраним партнерима. Међутим, анкетирани су „опрезни“ према сарадњи са пословним партнерима на међународном тржишту, јер 70% њих сматра да не треба остваривати тај вид повезивања. Ипак, и у погледу овог питања, такође, постоје изузеци и диферзификација, јер:

- много је мање предузетничких радњи које су заинтересоване за овај вид сарадње, а које су већинске у узорку нашег истраживања (у поређењу са д.о.о. или а.д.), и
- услужне дјелатности имају много већи удио оних који сматрају да је сарадња са иностраним партнерима важна (у односу на предузећа из сектора трговине на мало и велико, оправке моторних возила и предмета за личну употребу; саобраћаја и веза или неког другог облика) и слично.

Према наведеним резултатима истраживања, можемо констатовати да се помоћна хипотеза одбацује као неистинита, јер није успостављена значајнија статистичка корелација између успостављања мечмејкинг програма и његовог повезивања са потенцијалним пословним партнерима из развијених европских земаља, кроз већу афирмацију технолошки напредних малих предузећа (доказано и у анализи резултата истраживања у овом раду).

Након провјере помоћне хипотезе H_1 , која је одбачена као неистинита, и главна хипотеза H_0 : *Успостављање мечмејкинџ програма у Републици Српској доприносиће технолошком напретку малих предузећа кроз процес комерцијализације иновација*, ће се такође одбацити као неистинита.

3. Дискусија

Анализом резултата истраживања и тестирањем хипотеза, уочено је да у Републици Српској још увијек није створен јак механизам, који би подстаккао афирмацију тражења адекватног пословног партнера у иностранству, с циљем планирања, развоја и дистрибуције производа из домена напредне технологије на инострано тржиште. У овом дијелу, биће представљени ре-

зултати сличних емпиријских истраживања из развијених земаља свијета, али и ближег окружења.

3.1. Поређење резултата истраживања са другим сличним истраживањима

Занимљиво је истраживање, рађено у Шпанији, којим се закључује да Влада Шпаније даје гаранцију за сваку квалитетну технолошку иновацију, која се проводи у новоформираном или чак реномираном малом предузећу, односно активно учествује у комерцијализацији, маркетиншкој промоцији производа, затим учествује у изградњи неопходне инфраструктуре за раст и дугорочну стабилност поменутих малих предузећа на домаћем као и на међународном тржишту (Иновациони центар Gipuzkoa Berrilan, 2013).

На конференцији Europe Innova 2012 одржаној у Копенхагену у Данској, приказана је најбоља пракса малих предузећа из домена напредне технологије у Европској унији, чиме је доказано да земље чланице које прогресивно улажу у поменута предузећа, свакако да поред већих прихода из године у годину, пријављују и већи број патената, комерцијализују технолошка достигнућа, али и стичу интернационалну конкурентност (Europe Innova, 2012).

Према извјештају Европске комисије (2012), Европска унија путем разних „пословних сервиса подршке“ укључујући и програм пословног спајања, подржава своја мала предузећа која послују у области напредних технологија (нпр. информационе и комуникационе технологије, медицинске технологије, технологије које одржавају и унапређују животну средину, и слично, прим.аут.) да брже и једноставније изађу на међународно тржиште, склапајући пословну сарадњу с партнерима у Индији, Тајвану, Сједињеним Америчким Државама и слично, јачајући своју глобално препознатљиву конкурентност.

Истраживање из 2008. године у Француској, које је универзитетски професор Dubarry спровео са својим стручним тимом, показало је да мала предузећа која послују у области напредних технологија, стичу све предиспозиције за успостављање мечмејкинг сарадње са најбољим пословним партнерима из иностранства (European Commission, 2012).

Занимљива је студија Florida et al. (2009), рађена за мала предузећа у Сједињеним Америчким Државама, који потврђује да ова предузећа, високо-технолошки позиционирана, граде лидерску позицију на домаћем, као и интернационалном тржишту, гледајући према новим идејним концертним из домена софтвера и обновљивих извора енергије, а која су подржана од стране државе, али и акредитованих агенција које подстичу иноваторство (још једна од препорука за технолошки напредна, мала предузећа у Републици

Српској, гдје држава али и надлежна министарства „играју“ кључну улогу у афирмацији технолошког просперитета, али и промоције у иновацијама).

Ако анализирамо ситуацију технолошког напретка малих предузећа у земљама у окружењу, степен комерцијализације, иновативности и подршке малом бизнису, варира од земље до земље. У Црној Гори је стање поменутих активности оцијењено далеко лошије од осталих земаља у окружењу. Наиме, типови малих предузећа у Црној Гори као што су технолошки напредна, спин оф и старт ап предузећа, потиснута су у други план, јер је примарни фокус стављен на развој малих предузећа која се баве једноставном производњом и сервисним услугама (Министарство просвјете и науке Црне Горе, 2008). Интерес за улагање у пројекте технолошког развоја је практично занемарљив, тако да се као подстицај у подршци развоја иновативних пројеката и њихове експлоатације веже за помоћ од стране државе.

Према истраживању које је спровео Бошњак (2005), Србија више од двије деценије касни са прилагођавањем своје пословне и стратегијске концепције развоја, концепцији глобалне развојне и технолошке парадигме. Дакле, потребна је јасна и јединствена стратегија, која ће све парцијалне кораке ујединити и допринијети јачању технолошких капацитета малог бизниса али и привреде у цјелини кроз колаборацију реалног сектора и универзитета, те на овај начин стећи шансу да конкурише европском али и свјетском тржишту у поменутој области.

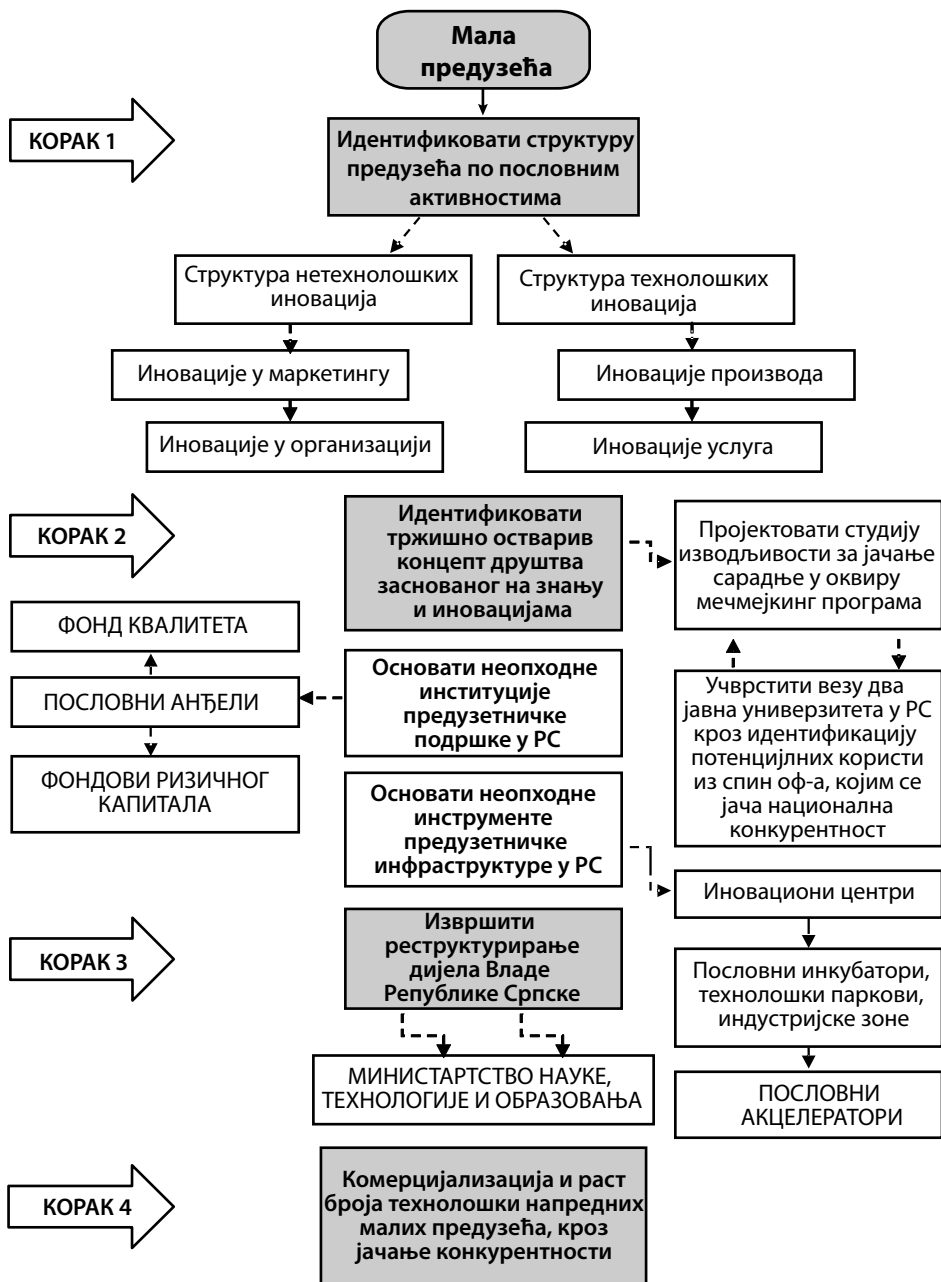
Према томе, ова дискусија јасно показује да су развијене европске земље али и савезне државе у Сједињеним Америчким Државама далеко технолошки напредније према степену развоја и афирмације малог бизниса, у односу на земље у транзицији (Република Српска, Србија, Црна Гора и друге). Република Српска као мање развијени дио свијета, треба значајније напоре уложити у сарадњу свих облика предузетничких институција, треба прогресивније улагати у технолошки напредна мала предузећа, која имају реалне и перспективне идеје, а које ће у будућности комерцијализовати и на репрезентативан начин своју конкурентску снагу представљати на међународном тржишту.

4. Пројектовани модел иновативних малих предузећа у функцији технолошког раста и комерцијализације иновација

Приједлог модела, којим се „прижељкује“ повећање броја иновативних малих предузећа, уз могућност комерцијализације иновација, дугорочно гледано, представљен је на слици 2. Модел је првенствено креиран на принципу комбинације постојећих али и приједлога нових инструмената који га прате, а што ће бити схематски илустровано и текстуално поткријепљено у наставку.

Слика 2.

Теоријски модел имплементације раста технолошки напредних малих предузећа уз комерцијализацију идејних рјешења



Извор: Идејна презентација аутора

Предложени модел је ради лакшег тока праћења, односно његове трансформације у циљу имплементације технолошки напредних малих предузећа, подијељен у четири фазе (корака). Приједлог оснивања нових институција и инструмената предузетничке инфраструктуре али и реструктурирање дијела Владе Републике Српске, означен је великим словима на горе датом схематском приказу.

Први корак. Перманентним истраживањем тржишта, на довољно репрезентативном узорку (у односу на постојећу статистичку масу свих малих предузећа у Републици Српској) утврдити тачан проценат малих предузећа, која спадају у групу технолошки напредних, а иновирају производе или услуге. На овај начин, утврдила би се потенцијална „моћ“ напредних малих бизниса, ради комерцијализације иновација, у односу на нетехнолошка предузећа, али би се и подстакло истраживање, које се наставља на истраживање (пилот пројекат) о поменутој тематици, у Републици Српској за период 2008-2010. године (Прилог Стратегији научног и технолошког развоја Републике Српске 2012-2016. године, 2012).

Други корак. Јачање друштва заснованог на знању, уз постепено увођење *ирофрама* *и* *ословној* *сијајања* као и универзитетског спин оф-а, предмет је друге фазе (корака) овог модела. Дакле, дугорочно гледано, неопходно је увести дате елементе друштва заснованог на знању, с крајњим циљем стицања глобално препознатљиве конкурентности, уз поштовање европских директива. Само на поменути начин, ствара се предуслов да се предузећа из наше земље нађу на мапи европских, али и међународних, технолошки напредних предузећа, који ће бити препознати, конкурентни, и на најбољи начин представљати Републику Српску на глобалној „сцени“.

У овом раду, као недостајући инструменти предузетничке инфраструктуре су означени: пословни „анђели“ инвеститори и фондови ризичног капитала. Претходном треба додати и нови фонд који је неопходно формирати, а то је Фонд квалитета. На дефинисани начин, обезбиједила би се финансијска подршка малим предузећима (неопходан „вјетар у леђа“) на путу ка изградњи својих технолошких капацитета, уз континуирано праћење квалитета изведених опција, захваљујући Фонду квалитета.

С друге стране, иако постоје бројне институције предузетничке подршке, за потребе изградње предложеног теоријског модела, предлажемо оснивање иновационих центара, технолошких паркова, пословних инкубатора, индустријских зона као и пословних акцелератора. Посебно је важно утврдити потребу за новим иновационим центрима као подршци у изградњи технолошки напредних малих предузећа и могућности иновација, кроз

комерцијализацију производа на дуго рок. Поред тога, јако битно је истражити потребу за изградњом *индустријских акцелератора*¹³, по узору на развијене европске земље, а којима би се готов производ, захваљујући стручној и консултантској подршци промовисао на иностраном тржишту, уз разне савјетодавне услуге његових запослених. Овај вид институције предузетничке инфраструктуре представља у значајнијој мјери напреднији метод прогресивнијег привлачења спољних сарадника и лакши излазак на међународно тржиште.

Трећи корак. Наставак претходног низа, повлачи за собом такозвано реструктурирање дијела Владе Републике Српске у намјери ефикаснијег али и ефективнијег праћења успјешности постојећих али и потенцијалних, технолошки напредних малих предузећа. Неопходно је основати Министарство за мала и средња предузећа и предузетништво и Министарство науке, технологије и образовања, с циљем континуираног праћења малог бизниса и упозоравање на све потенцијалне користи али и недостатке њиховог пословања. Наведена министарства пружила би потпуну подршку у афирмацији малог бизниса, који своју пословну филозофију заснива на технолошком прогресу, на територији Републике Српске.

Четврти корак. Овај корак представља коначни показатељ у расту и развоју броја технолошких малих бизниса, њихову прогресивну, пословну политику, што у крајњој инстанци утиче на конкурентност наше земље на домаћем тржишту, као и путем интернационализације, на међународном тржишту.

Закључак

Савремена економска кретања, пројектују знање, као главну економску категорију, која се може означити генератором технолошких промјена. Дакле, ријеч је о иновационој политици која треба да обједини научноистраживачку и технолошку политику, с крајњим циљем поспјешења економског раста. Према истраживачком правцу овог рада, пратила се технолошка политика као основа за подстицање комерцијализације, кроз адаптацију или усвајање нове технологије.

Тематика коју овај рад прати, изузетно је актуелна, а њена корист је вишеструка. Спроведено истраживање у поменутом раду указује на закључак да је тренутни капацитет малих предузећа према условима технолошке спремности, далеко мање напредан у односу на показатеље развијених земаља.

¹³ Овај вид пословања је изузетно развијен у земљама западне Европе, којим се готов производ тестира тако што се пласира на инострано тржиште (на примјер предузеће из Републике Српске пласира свој готов, још увијек производ у фази тестирања, на инострано тржиште) који временом добија повратну информацију о пословном успјеху и тржишној тражњи за истим производом, прим.аут.

Упркос позитивној чињеници да мала предузећа, данас, улажу значајније напоре у изградњи националне конкурентности (у односу на период од прије десет и више година), а у погледу јачања технолошке способности иновативно активних малих предузећа (према истраживању овог рада само је 13,6% поменутих предузећа) резултати овог истраживања недвосмислено показују да је неопходно активније учешће државе у јачању иновативности малог бизниса. Према томе је и стање достигнутог нивоа технолошке иновације оцијењено као још увијек неповољно.

Највећи проблем Републике Српске у изградњи националне, а у каснијим фазама и међународне конкурентности, гледано према технолошком развоју, представља доминантно учешће трговине на велико и мало, оправке моторних возила и предмета за личну употребу. Према томе, сагледавање претходног стања, имплицирало је и потребу за активнијим изучавањем ове тематике, а којом се настоји изградити подстицајно пословно окружење, и којим се јача технолошки напредак малих предузећа, као покретача структурних промјена.

Коришћењем статистичких метода, утврђен је низак ниво примјене иновативних подухвата у предузећима, што се негативно одразило на укупну посматрану структуру. Дакле, занемарљив је проценат анкетираних стејкхолдера који су се позитивно изјаснили о примјени иновативне праксе и међународно препознатљивих стандарда пословања у свом предузећу, с обзиром да је највећи број анкетираних који и даље мисле да постојећу, привредну структуру не треба значајније мијењати.

Успостављање статистички значајне корелације између предузећа која су иновативно активна, са технолошким иновацијама, у односу на њихову структуру и одређивање за склапањем пословне сарадње у оквиру *мечмеј-кинџи* пројеката, са иностраним партнерима, приказан је и научни допринос овог рада, којим се указује на све важне користи из постављеног програма пословног спајања, за наведена предузећа на простору Републике Српске.

Такође, утврђено је да само 15,25% предузећа у укупном броју посматраних, има намјеру да креира производе на принципу напредне технологије, при чему су се сви позитивно изјаснили да им је неопходна помоћ академских стручњака у рјешавању конкретних проблема, чиме је указано на постојање статистички значајне корелације. Међутим, проблеми као што су законска регулатива, високи фискални и парафискални намети, недовољни подстицаји државе и локалне заједнице, видно умањују напредак у реализацији идејних рјешења, а што је емпиријски приказано у резултатима истраживања овог рада.

Резултати добијени током истраживања, њихова анализа и поређење са сличним емпиријским истраживањима, довели су до остварења постављених, научних и друштвених циљева. Да би се повећао степен комерцијализације иновативних процеса, технологија, производа и услуга технолошки напредних малих предузећа, дугорочно гледано, затим да би се конкурентност технолошких потенцијала Републике Српске подигла на виши ниво, неопходан је читав низ структурних промјена:

- приступити реструктурирању састава Владе Републике Српске, увођењем министарстава чија ће примарна надлежност бити искључиво мала и средња предузећа и подстицање развоја предузетништва, као и формирање Министарства науке, технологије и образовања, а које би требало да повеже научна и технолошка питања са високим образовањем, чији ће финални аутпут бити већи број технолошки оријентисаних предузећа, која су проистекла из мечмејкинг програма;
- подстицање оснивања недостајућих институција предузетничке инфраструктуре као што су фондови ризичног капитала и пословни „анђели” инвеститори (чији је капитал, у већини случајева, пресудан за финансирање ризичних подухвата, посебно данас, у времену велике нестабилности пословног система), као и оснивање организација предузетничке инфраструктуре (на примјер, технолошки паркови, пословни вртови, пословни акцелератори и друго);
- усвајање концепта који подстиче стабилност „зелене” економије, а који директно утиче на раст конкурентности Републике Српске, кроз репрезентативну конкурентност малих предузећа која послују у овој области. Потребно је искористити предност које наша земља видно посједује, а то су јаки капацитети природних потенцијала, који су у овом раду приказани у занемарљиво малом обиму.

Да ли је Република Српска спремна да подстигне свој проактивни приступ у јачању технолошкој иницијатива малој бизниса? Посједује ли иницијативе којим ће, дугорочно гледано, остварити значајније учешће на глобалном тржишту, уз остварање својих граница, за све оне који су спремни на конкретну сарадњу са „амбициозним” малим предузећима у овој земљи? Да ли има довољан број идеја, које ће тржишно комерцијализовавши, остварујући иу ису глобалну конкурентност? Овим али и свим другим питањима покреће се дискусија, уз приједлог за нова истраживања.

Литература

- Barिताux, V., Magali, A., Montaigne, E. and Remaud, H. (2006). Mathcmakers in Wine Marketing Channels: *The Case of French Wine Brokers. Agribusines*. Vol. 22 (3), pp. 375–390.

- Boschma, R. and Weterings, A. (2005). The effect of regional differences on the performance of software firms in the Netherlands. *Journal of Economic Geography* 5, pp. 567-588.
- Бошњак, М. (2005). *Концепција развоја иновативне привреде и друштва у Републици Србији*. Зборник радова XII научног скупа „Технологија, култура и развој“. Београд.
- Europe Innova. (2012). Преузето 22.04.2013. са <http://www.iisp.rs/>.
- European Commission. (2012). Enterprise and Industry magazine: *Main EU funding opportunities for SMEs*. Преузето 18.05.2013. са http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/printedition/files/magazine_ei_13_en.pdf.
- Europe 2020 Strategy. (2012). Преузето 14.05.2013. са <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>.
- Florida, R., Richardson, K. and Stolarick, K. (2009). *Locating for Potential: An Empirical Study of Company X's Innovation Centre in Vancouver*. British Columbia.
- Hauser, H. (2009). *The Current and Future Role of Technology and Innovation Centres in the UK*. London: Department for Business Innovation & Skills.
- Norwegian Agency for Development Cooperation. (2003). *Norads MatchMaking Program (MMP)*, India, Sri Lanka, South Africa and Norway.
- Shane, S. (2004). *Academic Entrepreneurship: University Spin-offs and Wealth Creation*. UK: Edward Elgar, Cheltenham.
- Vareska van de V., Jeroen P.J. de Jong, Vanhaverbeke, W. and Maurice de Rochemont (2008). *Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges*. Netherlands: Zoetermeer.
- Годишњи извјештај за област малих и средњих предузећа и занатско-предузетничку дјелатност у Републици Српској за 2011. годину. (2012). Бања Лука: Влада Републике Српске.
- Инвестиционо развојна банка Републике Српске. (2012). *Економски мониторинг*, број 11. Преузето 21.05.2013 са http://www.irbrs.org/azuro3/azuro/uploads/monitor11_cir.pdf.
- Иновациони центар *Gipuzkoa Berrilan*. (2013). Преузето 22.04.2013. са <http://www.bicberrilan.com>.
- Иновациони центар Бања Лука. (2013). Преузето 11.05.2013. са <http://www.icbl.ba/sr-Latn BA/Consulting/MatchmakingProgram>.
- Министарство просвјете и науке Црне Горе. (2008). *Приједлој сјајностије научно-истраживачке дјелатности Црне Горе (2008-2016)*. Подгорица.
- Петковић, С. и Новарлић, Б. (2012). Услови и ограничења улагања малих и средњих предузећа у неопипљиву имовину као одговор на кризу реалног сектора. *Acta Economica*. 10, 17, pp. 53-82.
- Петковић, С. (2010). *Мала и средња предузећа у функцији усјајешности привређивања* (пројектовано на Републику Српску). Неодјављена докторска дисертација. Бања Лука: Економски факултет, pp. 251-252.
- Прилог Стратегији научног и технолошког развоја Републике Српске 2012-2016 године. (2012). Бања Лука: Влада Републике Српске.
- Холандска агенција Министарства за економске односе. (2012). Преузето 24.04.2013. са <http://www.agentschapnl.nl>.