

др Марија Бабовић

ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ

СТУДИЈА



Министарство
за рад, запошљавање,
борачка и социјална
питања

Србија, 2014.

др Марија Бабовић

ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ

СТУДИЈА

ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ

ИЗДАВАЧ:

Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања

УРЕДНИК:

Ласло Чикош

АУТОРКА:

др Марија Бабовић

РЕЦЕНЗЕНТИ:

др Слободан Цвејић, др Мина Петровић, др Данило Вуковић

МЕНАѢЕРКА ПРОГРАМА:

Наталија Остојић

САРАДНИК:

Марко Кулић

ДИЗАЈН И ПРИПРЕМА ЗА ШТАМПУ:

Срђан Ђурђевић

ШТАМПА:

Rossi doo, Београд

ТИРАЖ:

300

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

658-055.2(497.11)
005.51-055.2(497.11)

БАБОВИЋ, Марија, 1963-

Положај жена у бизнис сектору у Србији : студија / Марија Бабовић. - Београд :
Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања, 2014 (Београд : Rossi). - 115, 115 стр. : илустр. ; 30 cm

Тираж 300. - Насл. стр. приштампаног енгл. превода: The Status of Women in the Business Sector in Serbia. - Оба текста
штампана у међусобно обрнутим смеровима. - Стр. 7: Предговор / Ласло Чикош. - Напомене и библиографске референце
уз текст. -
Библиографија: стр. 113-114.

ISBN 978-86-7704-083-3

а) Бизнис - Жене - Србија б) Жене -
Пословни успех - Србија
COBISS.SR-ID 209704204



Ово истраживање је реализовано у оквиру Програма за имплементацију приоритета Националног акционог плана за побољшање положаја жена и унапређивање родне равноправности који је финансијски подржала Влада Шведске. IMG је у оквиру пројекта вршио финансијски менаџмент.

Овај материјал је написан од стране горе наведених аутора по наруџбини IMG, а на захтев Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања уз финансијску помоћ Владе Шведске. Мишљења и становишта изнета у овом материјалу припадају ауторима и не морају неизоставно представљати мишљења IMG или Владе Шведске, донатора. Ни IMG нити Влада Шведске, донатор, неће преузети било какву законску обавезу или одговорност за садржај овог материјала, његов извор или било које евентуалне последице до којих може довести његова употреба. Умножавање овог материјала у целини или делимично је дозвољено, уз навођење извора.

ЛИСТА СКРАЋЕНИЦА

АПР	Агенција за привредне регистре
АРС	Анкета о радној снази
CEDAW	Конвенција о елиминацији свих облика дискриминације над женама (<i>The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women</i>)
EFSE	Европски фонд за југоисточну Европу (<i>European Fund for Southeast Europe</i>)
EIP	Програм за развој индикатора за предузетништво (<i>Entrepreneurship indicator programme</i>)
ЕК/ЕС	Европска комисија (<i>European Commission</i>)
EU	Европска унија (<i>European Union</i>)
ФРЕН	Фондација за развој економских наука (<i>Foundation for the Advancement of Economics</i>)
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GTF	Радна група за једнакост полова (<i>Gender Task Force</i>)
IBM	Транснационална корпорација за информатичке технологије
ILO	Интернационална организација рада (<i>International Labour Organization</i>)
МСП	Мала и средња предузећа (<i>Small and Medium Enterprises</i>)
OECD	Организација за економску сарадњу и развој (<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>)
РЗС	Републички завод за статистику
SEECCEL	Центар за проучавање преузетништва у Југоисточној Европи (<i>South East European Centre for Entrepreneurial Learning</i>)
UN	Уједињене нације (<i>United Nations</i>)
UNDP	Програм за развој Уједињених нација (<i>United Nations Development Programme</i>)
WB EDIF	Програм за развој предузећа и иновација у Западном Балкану (<i>Western Balkans Enterprise Development & Innovation Facility</i>)
WES	Економска мрежа за промоцију женског предузетништва (<i>European Network to Promote Women's Entrepreneurship</i>)

САДРЖАЈ

ЛИСТА СКРАЋЕНИЦА	4
ПРЕДГОВОР	7
САЖЕТАК	8
УВОД	13
1. КОНЦЕПТУАЛНА ОСНОВА И МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА	15
1.1. Концепти и дефиниције	15
1.2. Циљеви и методологија истраживања	16
2. ДРУШТВЕНИ КОНТЕКСТ АНГАЖОВАЊА ЖЕНА У БИЗНИСУ	18
2.1. Међународни оквир за унапређивање положаја жена у бизнис сектору	18
2.1.1. УН конвенције и иницијативе	18
2.1.2. Оквир Европске уније за унапређивање положаја жена у бизнису	19
2.1.3. Регионални оквир за унапређивање положаја жена у бизнису	20
2.1.4. Међународне добре праксе за унапређивање положаја жена у бизнису	21
2.2. Домаћи оквир за регулисање и унапређивање положаја жена у бизнис сектору	25
2.2.1. Законски оквир	25
2.2.2. Институционални оквир	26
2.2.3. Стратешки оквир	28
2.2.4. Добре праксе за унапређивање положаја жена у бизнису у Србији	29
2.3. Социо-економски контекст ангажовања жена у бизнису	31
2.3.1. Економски услови и пословно окружење	31
2.3.2. Родне неједнакости	34
3. ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИСУ У СРБИЈИ У КОМПАРАТИВНОЈ ПЕРСПЕКТИВИ	37
3.1. Упоредни налази о положају жена и мушкараца у бизнис сектору у Србији	37
3.1.1. Родни јаз у власништву над привредним друштвима	37
3.1.2. Родни јаз на положајима управљања предузећем	38
3.1.3. Родни јаз у предузетништву	39
3.2. Упоредни налази о положају жена у бизнис сектору у Србији, ЕУ и региону	41
3.2.1. Предузетништво	41
3.2.2. Позиције управљања компанијама	44
4. ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ – КАРАКТЕРИСТИКЕ, ПОТЕНЦИЈАЛИ, ПРЕПРЕКЕ	48
4.1. Основне карактеристике узорка	48
4.2. Профил жена у бизнис сектору	49
4.2.1. Социо-демографски профил пословних жена	50
4.2.2. Пословни профил жена у бизнис сектору	51
4.3. Улазак у бизнис сектор	55
4.3.1. Предузетнице	56
4.3.2. Менаџерке	62

4.4. Карактеристике пословања и индикатори успеха	65
4.4.1. Карактеристике предузећа и пословања	65
4.4.2. Успешност пословања	72
4.5. Потенцијали и препреке	76
4.5.1. Перцепција пословне климе	76
4.5.2. Перцепција најважнијих проблема	77
4.5.3. Програми подршке	78
4.5.4. Планови за будућност фирме	78
4.6. Усклађивање професионалног и породичног живота	79
5. НЕУСПЕШНИ ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОКУШАЈИ	83
5.1. Карактеристике неуспешних предузетничких покушаја	83
5.2. Разлози гашења предузећа	86
5.3. Планови за поновно покретање бизниса	87
5.4. Усклађивање пословног и приватног живота	88
6. ПОРТРЕТИ ПОСЛОВНИХ ЖЕНА	89
6.1. Марина – предузетница са два предузећа	90
6.2. Даница – предузетница шансе	92
6.3. Габријела – предузетница нужде	94
6.4. Мина – предузетница наследница	96
6.5. Зора – предузетница Ромкиња	99
6.6. Тијана – менаџерка у маркетингу	101
7. ЗАКЉУЧЦИ И ПРЕПОРУКЕ	103
7.1. Закључци	103
7.2. Препоруке	108
РЕФЕРЕНЦЕ	113
ПРИЛОГ 1: ФАКТОРИ УСПЕШНОСТИ ПРЕДУЗЕТНИЦА	115

ПРЕДГОВОР

Економско оснаживање жена је кључни елемент за остваривање родне равноправности и подједнако важан фактор економског развоја и раста и унапређивања области људских права у целом свету а нарочито у земљама у транзицији у којима је положај жене додатно отежан. Економско, политичко и медијско оснаживање жена су три основна приоритета Националне стратегије за побољшање положаја жена и унапређивање родне равноправности. Кроз Акциони план за родну равноправност Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања спроводи низ мера које треба да утичу на јачање економске сигурности и права жена у Србији.

Равномеран економски развој није могућ без адекватног коришћења женских ресурса па је зато неопходно да се посебним мерама подстакне укључивање и унапређење положаја жена у тржишној економији. Како бисмо добили прецизну слику, са једне стране, утицаја светске економске кризе а са друге стране, свих предузетих мера за побољшање економског положаја жена, у оквиру Програма за имплементацију Националне стратегије за родну равноправност, који спроводимо уз подршку Владе Шведске, урадили смо истраживање о положају жена у бизнис сектору у Србији.

Истраживање обухвата преглед најважнијих аспеката међународног и домаћег институционалног оквира, политика и примера добрих пракси у подршци женама у бизнису. Такође, он садржи и опис најважнијих социо-економских показатеља које је потребно познавати како би се разумео положај жена у бизнису. Део студије посвећен је компаративним увидима у положај жена у бизнису – у односу на мушкарце у Србији и у односу на жене у региону и Европској Унији и даје основне карактеристике кључних димензија положаја жена у бизнису - о процесима започињања бизниса или успона на менаџерске положаје, о одрживости и успешности бизниса, као и факторима који томе доприносе, о перцепцијама родних односа у бизнису, о усклађивању професионалног и приватног живота.

У последњем поглављу представљамо закључке и препоруке груписане у неколико кључних области: институционални оквир од значаја за положај жена у бизнису, социо-економски услови и пословна клима, профил жена у бизнису, предузетнички/менаџерски почети, одрживост и успешност пословања, потенцијали и препреке.

Надамо се да ће дате препоруке допринети унапређењу међусекторске сарадње између надлежних министарстава и представника финансијског и бизнис сектора у креирању институционалних и пословних оквира и механизма за економско оснаживање жена у Србији данас.

Ласло Чикош

Државни секретар
Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања

САЖЕТАК

Студија о положају жена у бизнису настала је на основу истраживања које је SeConS – група за развојну иницијативу спровела током пролећа 2014. године, у партнерству са Министарством за рад, запошљавање, борачка и социјална питања, а уз подршку IMG средствима Шведске агенције за сарадњу у међународном развоју (SIDA).

Основни циљ ове студије је да обезбеди темељна знања и информације о положају жена у бизнис сектору у Србији, кроз идентификовање обима и карактеристика пословних активности које предводе жене и социјалног профила жена ангажованих у бизнису. Такође, једна од кључних тема овог истраживања је била и испитивање потенцијала и идентификовање препрека одрживости и успешности пословних подухвата жена, као и сагледавање положаја и карактеристика жена у бизнис сектору у Србији у упоредним оквирима, и у односу на мушкарце у Србији и жене у другим земљама.

МЕТОДОЛОГИЈА И ДЕФИНИЦИЈЕ

У студији се разликују две основне категорије жена у бизнис сектору које су чиниле засебне узорке истраживања:

Предузетнице – жене које су истовремено (су)власнице и главне менаџерке предузећа, без обзира да ли су регистроване као предузетнице или су (су)власнице и директорке привредног друштва. **Менаџерке** – жене које су се током истраживања налазиле на највишим менаџерским положајима у предузећу у коме нису поседовале удео у власништву.

Истраживачка методологија је садржала три основне компоненте: **деск истраживање**, **анкетно истраживање** на репрезентативном узорку предузетница и менаџерки (са панел подзорком предузетница) и **квалитативно истраживање** одабраних случајева предузетница и менаџерки.

Деск истраживање имало је за циљ да обезбеди информације о међународном и домаћем институционалном оквиру и политикама, механизмима и добрим праксама унапређивања положаја жена у бизнису у земљи и међународном контексту. Анкетно истраживање спроведено на узорку од 600 предузетница и менаџерки представља кључну истраживачку компоненту, која је имала за циљ да обезбеди прикупљање података за велики број индикатора на основу којих се желе пратити карактеристике положаја жена у бизнис сектору, њихове перцепције пословне климе, програма подршке и сл. Квалитативно истраживање је спроведено на малом скупу предузетница и менаџерки које су одабране као узорни примери различитих типова пословних жена, са намером да се дубље сагледају њихова искуства у вези са успесима и неуспесима, стратегијама одрживости, перцепцијама препрека и потенцијала и сл.

Треба истаћи и да је анкетним истраживањем обухваћен и панел подзорак предузетница које су биле испитиване током претходног циклуса истраживања о предузетништву жена у Србији, а које је такође спровео SeConS 2011. године у сарадњи за Управом за родну равноправност, а уз подршку UN Women. То је омогућило да се јасније и прецизније испита утицај различитих фактора на одрживост/успешност бизниса, како оних у облику **унутрашњих слабости**, тако и оних пове-

заних са **спољњим претњама** из окружења, у особеном социо-економском контексту у Србији кога одликује смењивање рецесије и стагнантне економије током овог периода. Захваљујући томе, било је могуће и стећи прецизнија знања о **отпорностима** и **потенцијалима** бизниса жена.

ИНСТИТУЦИОНАЛНИ И ЗАКОНСКИ ОКВИР

Институционални оквир за предузетништво у Србији се значајно развио последњих година. Сложен правни оквир и мрежа институција важни су због регулисања и подстицаја пословања и положаја жена у бизнису, али могу представљати и оптерећење у условима велике сложености и разуђености оквира. Развој се остварује и кроз умножавање закона и прописа који регулишу области попут регистрације, пословања, услова за вршење различитих трансакција, сарадње и уговорних односа, намиривања обавеза према држави, запосленима, поштовање права запослених и регулисање социјалних дажбина, као и велики број услова везаних за стандарде и услове у заједници. Развој се, напokon, остварује и преко различитих стратешких и акционих планова, којима се операционализују политике усмерене на развој предузетништва као кључног покретача економског развоја. Ипак, то може да представља значајно оптерећење за предузетнице које су у већини случајева на челу микро предузећа па у том смислу немају могућности да се у административним аспектима пословања ослоне на друге запослене. У прописима и политикама непосредно усмереним на регулисање и развој предузетништва, родна перспектива није довољно интегрисана, па ови прописи и политике нити препознају неке специфичне проблеме и потребе жена у бизнису, нити омогућују специфичне облике подршке.

НАЛАЗИ О ПОЛОЖАЈУ ЖЕНА И МУШКАРАЦА У БИЗНИСУ

Родне неједнакости у бизнис сектору само су наставак или део укупних родних неједнакости у Србији које су још увек изражене у бројним аспектима – политичкој и економској партиципацији, породици, образовању и сл.

Подаци из нашег истраживања указују на изражен родни јаз у бизнис сектору. Жене заузимају тек четвртину (25,8%) највиших позиција одлучивања у компанијама (позиције генералних директора и председника УО), а чине нешто мање од трећине предузетника (31,7%). Иако податак о уделу жена међу предузетницима указује на повећање у односу на 2011. годину, потребно је податак узети са дозом опреза због могућих разлика у методологијама процене. Но, без обзира, жене и даље чине мањину у редовима предузетника и највиших менаџера. Уколико се пажња обрати на обим предузетништва кроз различите правне форме предузећа, запажа се да се жене још ређе могу наћи на челу привредних друштава него предузетничких радњи. Наиме, посебно је мали удео предузетница које воде привредна друштва (само 19.6%), док је предузетника значајно више (80.5%). Поред тога, налази истраживања указују на тенденцију да жене још теже напредују на највише руководеће положаје онда када нису једине власнице предузећа, односно када постоји више власника, а тиме и када постоји већа конкуренција са колегама за највише управљачке положаје. Подаци указују да су предузећа на чијем се челу налазе жене теже одржива, односно, одликује их већа стопа гашења. Родни јаз се јавља и у погледу секторске структуре предузетништва жена и мушкараца. Жене се чешће окрећу трговини – чак 40% предузетница води предузеће у оквиру овог сектора док је међу предузетницима на трговину усмерено 29.3%. Такође, у сектору услуга је велика заступљеност жена а предузетници се више окрећу секторима саобраћаја и грађевине.

Регионалне разлике се испољавају у неколико аспеката: предузетници и предузетнице изван Београда знатно су мање склони да своје предузетничке подухвате остварују кроз правне форме привредних друштава него они из Београда; жене изван Београда још теже доспевају на водеће

положаје у привредним друштвима, а секторска структура предузетничких подухвата жена се значајно разликује између Београда и других региона, јер су предузетнице изван Београда нешто склоније да послују у области индустрије, још више концентришу бизнисе у области трговине, док су жене из Београда склоније да послују у области информатичких технологија и кварталних услуга.

Када су у питању компаративни подаци на основу којих се стање у Србији може упоредити са стањем у другим земљама, налази су противречни. Родни јаз у распрострањености предузетништва био у 2007. години најизраженији у Србији међу свим посматраним земљама и износио је 12 процентних поена. Међутим, треба имати у виду да је распрострањеност предузетништва код жена значајно мања него код мушкараца у свим земљама које прати GEM¹.

Заступљеност жена на највишим положајима одлучивања у компанијама је према неким показатељима изнад ЕУ просека (удео међу председницима УО), док је према другим испод овог просека (удео међу члановима УО). У погледу удела жена међу генералним директорима највећих компанија са берзанске листе Србија, нажалост, дели судбину већине земаља у погледу потпуне одсутности жена са ових позиција.

КАРАКТЕРИСТИКЕ, ПОТЕНЦИЈАЛИ И ПРЕПРЕКЕ ЗА ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ

Жене у бизнис сектору не представљају хомогену категорију. Значајне разлике испољавају се између оних које су предузетнице, односно које поседују власништво над предузећем и њиме управљају и менаџерки које само управљају предузећем без оснивачких улога. Иако је њихов основни социо-демографски профил сличан, јер је реч о женама у средњим годинама, претежно породичним женама, разлике између њих се испољавају у образовању и пословном профилу. Наиме, док су предузетнице најчешће жене средњег образовања (чак 65% припада овој образовној категорији), менаџерке су најчешће високо образоване, (само 23.5% менаџерки је средње-образовано). Поред тога, менаџерке управљају предузећима која су просечно већа него што су преузећа предузетница, а нешто мање се концентришу у сектору услуга и нешто више има фирми које послују у производном сектору. Регионалне разлике се региструју и у структури предузећа према делатности, с тим да је трговина нешто мање заступљена међу пословним женама у београдском региону, уз истовремено већи удео предузећа која пружају административне, социјалне услуге у овом региону. Предузећа која послују у сектору личних и класичних услуга највише су, пак, заступљена у региону Шумадије и Западне Србије. Значајна разлика се испољава и у томе што предузећа менаџерки чешће него предузећа предузетница послују на тржиштима ширим од локалних.

Предузетнице су у већини случајева основале саме садашње фирме, најчешће након неког претходног радног искуства (углавном за другог послодавца), значајан број њих поседује не само претходно радно искуство у датој делатности, већ и управљачко искуство. Иако је у већини случајева предузетништво било мотивисано потребом да се обезбеди запослење, велику улогу у започињању самосталног посла имали су жеља за самосталношћу у раду, потреба да се реализују неке пословне идеје и сл. Финансијска средства су потекла од приватних средстава било у форми породичне или личне уштеђевине. Ресурси из неформалних мрежа су преовлађујући ослонац у покретању посла, као и неформални извори информисања и пословне подршке у почецима.

1 Глобално праћење предузетништва (Global Entrepreneurship Monitor – GEM), иновативна методологија праћења предузетништва коју развијају партнерски ОЕЦД и Еуростат за подручје ЕУ, као и механизам праћења учешћа жена и мушкараца на положајима одлучивања који је 2003. године успоставила Европска комисија.

Менаџерке су такође претежно доспевале на руководећу позицију након претходног радног, а често и управљачког искуства. Канали регрутације су били различити и водили су од нижих позиција у истом предузећу, али и менаџерских и не-руководећих положаја у другим предузећима. Већина менаџерки била је „оцењивана“ при обављању претходних радних улога, па се промоција на више положаје догодила као „природна“ последица. Упркос високом образовању и претходном искуству, значајан број менаџерки указао је да се на почетку обављања садашње улоге осећао несигурно да су им недостајала одређена знања, искуства и самопоуздање. Већина менаџерки указала је да се приликом успона на руководеће положаје сусрела са препрекама које се могу означити као родна дискриминација. Морале су више да се доказују него мушке колеге, нису биле једнако награђиване и суочиле су се са неповерењем, а некад и омаловажавањем изван и унутар колектива.

Када су у питању финансијски показатељи пословања, разлике су приметне између предузетница и менаџерки. Док су код првих изражени трендови опадања обрта, прихода и добити, код менаџерки се запажају чешће позитивне оцене финансијских перформанси. Међу њима је значајно више заступљена категорија испитаница која је прошлогодишњу добит оценила као „добру“ а није занемарљив ни удео оне категорије која је оценила добит као „одличну“.

Судећи према подацима из истраживања, предузећа жена из узорка нису довољно умрежена са другим организацијама. Предузетнице се најчешће повезују са снабдевачима сировина и полупроизвода, затим са фирмама са којима размењују информације, док су други облици повезаности присутни у мањем броју случајева. Када су у питању предузећа менаџерки, запажа се и већа присутност повезивања са клијентима, са другим компанијама којима продају сировине, производе или услуге, уз претходна два обрасца повезивања, која су присутна и код предузетница.

И предузетнице и менаџерке највише иновирају производе и услуге, а уочена је и тенденција „нових“ предузетница и менаџерки да више него „старе“ предузетнице иновирају маркетиншке аспекте пословања. Предузетнице знатно мање улажу у обуке својих кадрова него менаџерке.

Потенцијали предузетништва жена се испољавају кроз високо изражене жеље за аутономијом у раду, за самосталним пословним подухватима, чак 64% предузетница је ово навело као један од најважнијих разлога за започињање приватног бизниса. Поред тога, спремност да се преузму ризици, да се не одустаје лако, након првог покушаја, да се у самостални посао угради вредно претходно искуство и ресурси који им стоје на располагању.

Анализа фактора успешности показала је као значајне величину предузећа (мала предузећа у односу на микро предузећа имају десет пута веће шансе да буду успешна), улагање у знања и вештине предузетница, сарадњу са другим фирмама и то пре свега у форми стабилних веза са клијентом и иновације производа и услуга.

Главне слабости представљају чест улазак у предузетништво због пуког притиска економске нужде (64.6%) а без довољно развијених пословних идеја, док препреке представљају неповољни ресурси за старт-уп, а посебно недостатак финансијског капитала, велика конкуренција у рестриктивним економским условима након кризе, рањив положај малих фирми, тешкоће у наплати потраживања, као и препреке повезане са родном дискриминацијом.

Подаци истраживања указују да родне дискриминације има и у бизнису, те да су се и предузетнице а посебно менаџерке сусретале са њеним различитим формама током своје каријере. Један облик родне дискриминације огледа се у неповерљивости пословног окружења, некада чак и одбијању да се посао склопи са женом. Други облик се испољава више унутар организације и са њим се често суочавају менаџерке, онда када се сусрећу са препрекама при унапређивању, када нису једнако награђене или када их сарадници и подређени „не схватају озбиљно“ због тога што су жене, омаловажавјући не само њихове компетенције, способност већ и личност.

Пословне жене су претежно и породичне жене које се свакодневно суочавају са проблемима усклађивања пословних, породичних и индивидуалних аспеката живота. Оне у просеку раде дуже од нормалног радног времена.

НЕУСПЕШНИ ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОКУШАЈИ

Предузетнице чији су пословни подухвати били неуспешни разликују се у извесним карактеристикама од предузетница које су биле активне у време истраживања: нешто су просечно старије, њихова предузећа су била искључиво микро предузећа, најчешће у области трговине и личних и класичних услуга. Бивше предузетнице најчешће су то постајале из нужде, а предузећа су углавном саме гасиле брисањем из регистра АПР онда када више нису могла да намирују обавезе. Њихова перцепција пословне климе у Србији је изразито неповољна, али упркос томе, 40% њих размишља о новом предузетничком покушају. Оне данас имају мање изражен конфликт између професионалног и приватног живота, али ипак, готово половина тврди да је била задовољнија онда када је имала сопствену фирму.

УВОД

Студија о положају жена у бизнис сектору у Србији ослања се на налазе истраживања које је спровела организација SeConS – група за развојну иницијативу током пролећа 2014. године за потребе Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања, а уз подршку ИМГ средствима Шведске агенције за сарадњу у међународном развоју (СИДА). Основни циљ ове студије је да обезбеди темељна знања и информације о положају жена у бизнис сектору у Србији. То укључује низ специфичних циљева:

- Идентификовање обима и карактеристика пословних активности које предводе жене,
- Идентификовање социјалног профила жена ангажованих у бизнис сектору,
- Испитивање потенцијала жена укључених у бизнис сектор, као важних економских актера који доприносе економском расту и развоју земље, али и као социјалних актера који својим пословним активностима обезбеђују егзистенцију себи и својој породици,
- Идентификовање кључних препрека одрживости и успешности пословних подухвата жена,
- Сагледавање положаја и карактеристика жена у бизнис сектору у Србији у упоредним оквирима – у односу на мушкарце у Србији и жене у другим земљама у региону Југоисточне Европе и ЕУ,
- Идентификовање пракси и механизма како домаћих, тако и у региону и ЕУ којима се доприноси унапређивању положаја жена у бизнис сектору.

Полазна студија о предузетништву жена (Бабовић, 2012) представљала је прву обухватну и систематичну анализу обима и карактеристика предузетништва жена у Србији. Најважнији налази предочени у овој студији указали су на релативно низак удео жена међу предузетницима (26%), већу рањивост пословних подухвата жена него мушкараца, покретање бизниса мотивисано доминантно разлозима нужде, (немогућност да се другачије обезбеди запослење) а не потребама да се реализују добре пословне идеје. Истовремено, студија је указала и на значајне потенцијале женског предузетништва: вредновање аутономије у раду, спремност да се ради интензивно како би се обезбедиле одрживост и успешност бизниса, упорност да се не одустаје лако, већ да се након неуспешних предузетничких покушаја, испробају нови пословни подухвати, и сл. Међутим, ова полазна студија односила се само на предузетнице, односно жене које су истовремено поседовале (бар део власништва) над предузећем и биле главни руководиоца тог предузећа.

Имајући у виду налазе полазне студије, истраживање које је спроведено 2014. године допринело је проширивању знања о положају жена у бизнису на два начина. Прво, поред предузетница, истраживање је обухватило и менаџерке, жене које се налазе на челу предузећа а не налазе се међу власницима/оснивачима предузећа. Друго, спроведено је панел истраживање на подзорку предузетница које су биле интервјуисане 2011. године, што је омогућило да се много јасније и прецизније испита утицај различитих фактора на одрживост/успешност бизниса, како оних у облику **унутрашњих слабости**, тако и оних повезаних са **спољним претњама** из окружења, у особеном социо-економском контексту у Србији кога одликује смењивање рецесије и стагнантне економије. Захваљујући томе, било је могуће и стећи прецизнија знања о **отпорностима** и **потенцијалима** бизниса жена.

У настојању да се остваре сви постављени истраживачки циљеви, примењена је комплексна методологија. Она је укључивала три основне компоненте: **деск истраживање, анкетно истра-**

живање на репрезентативном узорку предузетница и менаџерки (са панел подузорком предузетница) и **квалитативно истраживање** одабраних случајева предузетница и менаџерки. Деск истраживање имало је за циљ да обезбеди информације о међународном и домаћем институционалном оквиру и политикама, механизмима и добрим праксама унапређивања положаја жена у бизнису у земљи и међународном контексту. Оно је такође имало за циљ да прикупи компаративне статистичке податке на основу којих је могуће анализирати положај жена у бизнису у компаративном оквиру – у односу на мушкарце у Србији и у односу на жене у бизнису у ширем региону и ЕУ. Анкетно истраживање представља кључну истраживачку компоненту, која је имала за циљ да обезбеди прикупљање података за велики број индикатора на основу којих се желе пратити карактеристике положаја жена у бизнис сектору, њихове перцепције пословне климе, програма подршке и сл. Квалитативно истраживање је спроведено на малом скупу предузетница и менаџерки које су одабране као узорни примери различитих типова пословних жена, са намером да се дубље сагледају њихова искуства у вези са успесима и неуспесима, стратегијама одрживости, перцепцијама препрека и потенцијала и сл.

Имајући у виду сложеност категорије на коју се истраживање односи – жене у бизнису – као и циљеве истраживања, узорак је укључио неке основне под-категорије:

- 1) Предузетнице – жене које су истовремено (су)власнице и главне менаџерке предузећа, са неколико подкатегија:
 - а. Панел категорија, која укључује предузетнице које су биле интервјуисане током полазног истраживања 2011. године као тада активне предузетнице, а које су у пролеће 2014. године пронађене као и даље **активне** или **неактивне** (бизнис је затворен);
 - б. Не-панел категорија, која укључује такође активне и неактивне предузетнице које су методом случајног избора одабране из регистра предузетника и привредних друштва АПР.
- 2) Менаџерке – жене које се налазе на положају главних менаџера предузећа, али које нису оснивачице, односно (су)власнице тог предузећа.

Студија садржи неколико основних делова. У првом делу се излажу концептуални оквир, дефинишу најважнији појмови и представљају циљеви и методе истраживања. У другом делу описан је контекстуални оквир. Он обухвата преглед најважнијих аспеката међународног и домаћег институционалног оквира, политика и примера добрих пракси у подршци женама у бизнису. Такође, он садржи и опис најважнијих социо-економских показатеља које је потребно познавати како би се разумео положај жена у бизнису. У том смислу, приказани су најважнији економски трендови али и карактеристике родних режима. Трећи део је посвећен компаративним увидима у положај жена у бизнису – у односу на мушкарце у Србији и у односу на жене у региону и ЕУ. Четврти део представља кључни део студије, јер се у њему излажу налази анкетног истраживања о низу кључних димензија положаја жена у бизнису. Овај део садржи поглавља о основним карактеристикама узорка, о процесима започињања бизниса или успона на менаџерске положаје, о одрживости и успешности бизниса, као и факторима који томе доприносе, о перцепцијама родних односа у бизнису, о усклађивању професионалног и приватног живота. Пети део је посвећен анализи пословних неуспеха. На подузорку жена чији су бизниси угашени анализирају се специфичне карактеристике и фактори неуспеха, али и потенцијали да се из ових искустава извуку поуке и започну нови бизнис подухвати. У шестом делу приказани су одабрани случајеви предузетница и менаџерки, који могу представљати важне узорне примере за поједине облике бизниса или врсте проблема, односно примере успешних пословних стратегија. У последњем, седмом делу, сумирају се најважнији закључци и износе препоруке.

1.

КОНЦЕПТУАЛНА ОСНОВА И МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

1.1.

КОНЦЕПТИ И ДЕФИНИЦИЈЕ

Имајући у виду да предмет истраживања – жене у бизнис сектору – може бити недовољно јасан, потребно је почетно изложити најважније дефиниције и концепте. Пре свега, нејасноће могу настати у вези са појмом „бизнис сектор“. То је термин који се често користи недовољно одређено, па није јасно шта све може обухватати.

Бизнис сектор у овој студији представља онај сектор привреде у коме се налазе приватна, профитна предузећа која комбинују ресурсе у циљу производње добара или пружања услуга. Овај сектор искључује државне институције, јавна предузећа, непрофитне организације, приватна домаћинства, пољопривредна газдинства и кооперативе. На операционалном нивоу, бизнис сектор у овој студији обухвата регистроване предузетнике и привредна друштва у правним облицима друштва ограничених одговорности, ортачких, командитних и акционарских друштва, у којој је барем половина капитала у приватном власништву физичких или правних лица.

Власници су физичка или правна лица која поседују удео или цео капитал предузећа. Они могу бити „одсутни власници“, у смислу да не преузимају никакве предузетничке или менаџерске улоге у предузећу.

Менаџери су особе које управљају постојећим ресурсима у оквиру постојећих структура и процедура у предузећу, у циљу извршавања организационих одлука, реализовања задатака (Цингула и Болчић, 1994: 76).

Предузетници нису исто што и власници или менаџери. Постоје бројне дефиниције предузетништва и предузетника (више о томе у Бабовић, 2012, Болчић, 1994), али у основи то су актери који делују у међупростору власника и менаџера. Они не само да поседују (бар део) предузећа и остварују редовно руковођење као менаџери, већ остварују улоге које су само њима својствене, односно комбинују на про-активан и иновативан начин економске ресурсе, премештајући их из сектора ниже продуктивности и прихода у секторе више продуктивности и прихода (Say, Catillion, Drucker, у Drucker, 1985). Тако, за разлику од менаџера који послују са постојећим ресурсима, они делују у правцу обезбеђивања, стварања потребних ресурса, идентификујући шансе и предузимајући ризике у настојању да остваре економске циљеве. Ипак, овакву дефиницију предузетника, није лако истраживачки операционализовати, па се зато у истраживањима најчешће као предузетници дефинишу особе које су истовремено и власници и главни менаџери предузећа.

Предузеће је термин који се користи да опише формалну организацију у оквиру које се одвија бизнис. Због особеног законског оквира у Србији, термин „предузетник“ се званично примењује да означи физичка лица која су регистрована код АПР као носиоци неке пословне активности коју могу реализовати у оквиру радње, канцеларије, ординације, агенције или другог облика. Термин предузеће се често употребљава само у контексту привредних друштва. Међутим, у овој студији,

термин предузеће ће се користити да обухвати и економску организацију предузетника (радњу, канцеларију, ординацију, и др.), као и привредна друштва (друштво ограничене одговорности, ортачко, командитно и акционарско друштво).

Имајући у виду предочене дефиниције, у студији ће се разликовати две основне категорије жена у бизнис сектору:

Предузетнице – жене које су истовремено (су)власнице и главне менаџерке предузећа, без обзира да ли су регистроване као предузетнице или су (су)власнице и директорке привредног друштва.

Менаџерке – жене које су се током истраживања налазиле на највишим менаџерским положајима у предузећу у коме нису поседовале удео у власништву.

1.2. ЦИЉЕВИ И МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Основни циљ истраживања је да обезбеди темељна знања и информације о положају жена у бизнис сектору у Србији. То укључује низ специфичних циљева:

- Идентификовање обима и карактеристика пословних активности које предводе жене,
- Идентификовање социјалног профила жена ангажованих у бизнис сектору,
- Испитивање потенцијала жена укључених у бизнис сектор, као важних економских актера који доприносе економском расту и развоју земље, али и као социјалних актера који својим пословним активностима обезбеђују егзистенцију себи и својој породици,
- Идентификовање кључних препрека одрживости и успешности пословних подухвата жена,
- Сагледавање положаја и карактеристика жена у бизнис сектору у Србији у упоредним оквирима – у односу на мушкарце у Србији и жене у другим земљама у региону Западног Балкана и ЕУ,
- Идентификовање пракси и механизма како домаћих, тако и у региону и ЕУ којима се доприноси унапређивању положаја жена у бизнис сектору.

У настојању да се остваре сви постављени истраживачки циљеви, примењена је комплексна методологија. Она је укључивала три основне компоненте: деск истраживање, анкетно истраживање на репрезентативном узорку предузетница и менаџерки (са панел подузорком предузетница) и квалитативно истраживање одабраних случајева предузетница и менаџерки.

Деск истраживање имало је за циљ да обезбеди информације о међународном и домаћем институционалном оквиру и политикама, механизмима и добрим праксама унапређивања положаја жена у бизнису у земљи и међународном контексту. Оно је такође имало за циљ да прикупи компаративне статистичке податке на основу којих је могуће анализирати положај жена у бизнису у компаративном оквиру – у односу на мушкарце у Србији и у односу на жене у бизнису у ширем региону и ЕУ.

Анкетно истраживање представља кључну истраживачку компоненту, која је имала за циљ да обезбеди прикупљање података за велики број индикатора на основу којих се желе пратити карактеристике положаја жена у бизнис сектору, њихове перцепције пословне климе, програма подршке и сл.

Квалитативно истраживање је спроведено на малом скупу предузетница и менаџерки које су одабране као узорни примери различитих типова пословних жена, са намером да се дубље

сагледају њихова искуства у вези са успесима и неуспесима, стратегијама одрживости, перцепцијама препрека и потенцијала и сл.

Имајући у виду сложеност категорије на коју се истраживање односи – жене у бизнису – као и циљеве истраживања, узорак је укључио неке основне под-катеорије:

- 1) Предузетнице – жене које су истовремено (су)власнице и главне менаџерке предузећа, са неколико подкатеорија:
 - а. Панел категорија, која укључује предузетнице које су биле интервјуисане током полазног истраживања 2011. године као тада активне предузетнице, а које су у пролеће 2014. године пронађене као и даље **активне** или **неактивне** (бизнис је затворен);
 - б. Не-панел категорија, која укључује такође активне и неактивне предузетнице које су методом случајног избора одабране из регистра предузетника и привредних друштва АПР.
- 2) Менаџерке – жене које се налазе на положају главних менаџера предузећа, али које нису оснивачице, односно (су)власнице тог предузећа.

Теренско истраживање је спроведено у периоду мај-јули 2014. године и обухватило је 601 жену из бизнис сектора. Узорак је реализован у складу са планом и обухватио је 167 активних предузетница које су интервјуисане и током полазног истраживања 2011. године, 168 активних предузетница које нису раније биле интервјуисане али су регистровале свој посао до 2011. године, 116 активних предузетница које су регистровале свој бизнис након 2011. године и чији су пословни подухвати још увек у фази „младих“ бизниса, 50 неактивних предузетница, и 100 менаџерки.

Анкетно истраживање спроведено је на основу стандардизованих упитника. Поред анкетног истраживања, обављени су и дубински интервјуи са више од 10 жена различитог профила, а најинтересантнији примери, који добро илуструју поједине типичне или специфичне профиле жена у бизнису приказани су у оквиру ове студије.

2.

ДРУШТВЕНИ КОНТЕКСТ АНГАЖОВАЊА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Да би се положај жена у бизнис сектору могао адекватно сагледати потребно је имати увид у шири социјални контекст. Најрелевантнији аспекти тог контекста који ће у овом делу бити изложени односе се на међународни и домаћи институционални оквир, политике и праксе унапређивања положаја жена у бизнису, као и кључне економске трендове у Србији који одликују пословну климу и услове, али и родне режиме који дефинишу шансе и препреке за равноправно укључивање жена у бизнис.

2.1.

МЕЂУНАРОДНИ ОКВИР ЗА УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ

Релевантни међународни оквир је потребно сагледати на три нивоа: оквир који постављају најшире, глобалне конвенције и иницијативе УН, оквир ЕУ који је од посебног значаја због процеса приступања, као и регионални оквир који, чини се, добија све већи значај у процесима регионализације, а који институционално упориште има у Регионалном савету за сарадњу у Југоисточној Европи.

2.1.1.

УН КОНВЕНЦИЈЕ И ИНИЦИЈАТИВЕ

Равноправна економска партиципација жена, укључујући и аспекте који се односе на предузетништво жена и равноправно учешће у бизнису, идентификована је као важна област унапређивања родне равноправности у два најтемељнија документа, односно оквира за родну равноправност Уједињених нација, на светском нивоу: Конвенцији о елиминацији свих облика дискриминације над женама (1979) и Пекиншкој декларацији и платформи за акцију (1994).

У **Конвенцији о елиминацији свих облика дискриминације над женама** (CEDAW), у члану 11 се предвиђа да све државе потписнице треба да предузму одговарајуће мере како би се елиминисала дискриминација у области запошљавања и како би се осигурала равноправност жена и мушкараца у погледу права на рад, на једнаке шансе запошљавања, на избор професије, као и права на напредовање на послу.

У **Пекиншкој декларацији и платформи за акцију** се као важан проблем идентификује то што у приватном сектору, укључујући и транснационална и национална предузећа, има веома мало жена у менаџерским ешалонима, што указује на дискриминативне праксе запошљавања и промоције на руководеће положаје. Препознато је да се због ових препрека, као и због генерално мањих шанси жена да се запосле, оне све чешће налазе међу samozапосленима или међу власницима и менаџерима микро, малих и средњих предузећа. Због тога је важно да се женама обезбеди одговарајућа контрола над капиталом, кредитима и другим ресурсима, технологијама и обукама, јер тада оне могу повећати продуктивност и приходе, што значајно доприноси одрживом развоју (УН, 1994: 67-68).

Пекиншка платформа дефинише и стратешке циљеве којима државе потписнице треба да теже у обезбеђивању повољнијих услова за предузетништво жена и њихово учешће у бизнису и препоручује различите врсте мера и активности којима се ти циљеви могу досегнути, попут: законских прописа којима се забрањује дискриминација у запошљавању и унапређивању на руководеће положаје, законских и административних реформи којима се омогућује једнак приступ економским ресурсима за жене, укључујући и власништво и контролу над земљиштем, другим облицима својине, кредитима, наследству, природним ресурсима и технологијама; успостављање механизма који ће омогућити предузетницама и менаџеркама да утичу на политике и програме унапређивања бизниса; унапредити услове за samozapošljavanje и развој малих предузећа и тд.

У Закључцима 58. Конференције о женама УН која је одржана 2014. године потврђена је посвећеност наведеним циљевима Пекиншке платформе и затражено је да се оснажи улога жена у формалном и неформалном сектору економије, укључујући и прекограничну трговину, да се примене мере за унапређивање приступа жена тржиштима и производним ресурсима, да се тржишта учине безбедним за жене и да се осигура да жене и мушкарци у бизнису имају једнаке шансе (УН, 2014).

Конвенција Међународне организације рада о забрани дискриминације у области запошљавања и занимања из 1958. године (бр. 111) такође представља важан међународни документ који треба да гарантује заштиту жена у запошљавању и обављању професије, укључујући и предузетништво и обављање руководећих положаја у компанијама. Поред тога, Међународна организација рада као један од кључних механизма за унапређивање услова у сфери рада и запошљавања на глобалном нивоу, у сопственом акционом плану за период 2010-2015 предвиђа велики број активности усмерених на подстицању предузетништва жена и унапређивању услова за положај жена у бизнис сектору. (ИЛО, 2012).

2.1.2.

ОКВИР ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ ЗА УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Нормативни, институционални и политички оквир у ЕУ обухвата низ докумената и иницијатива који директно или индиректно регулишу или унапређују услове за учешће жена у бизнису.

Повеља о женама (ЕС, 2010) у најопштјем смислу, предвиђа једнаке могућности за економску независност жена и мушкараца. Овом повељом се реafirмише посвећеност мобилизацији свих инструмената, правних и других, да се отклони родни јаз у области економске партиципације.

Директива 2010/41/ЕУ о примени принципа једнаких могућности између мушкараца и жена активних у форми samozaposlenosti (Official Journal of the EU, 2010, 180/1) која представља „чврсто законодавство“ ЕУ и обавезује државе чланице да, између осталог, морају да осигурају принцип једнаких могућности за жене и мушкарце у области samozaposlenosti. То значи да не сме постојати дискриминација према полу у процесу оснивања, опремања или ширења бизниса или било које друге активности samozaposlenosti. Поред тога, државе чланице се обавезују да предузму мере којима ће се повећати удео мање засупљеног пола међу samozaposlenima и обезбедити заштита права жена које су привремено одсутне из активности због породилских или родитељских одсустава.

Акт о малом бизнису (Small Business Act) који је ЕУ усвојила 2008. године има за циљ унапређивање услова за предузетништво широм ЕУ. Он регулише сектор предузећа са мање од 250 запослених, који заправо исцрпљује 99% економије у подручју ЕУ. Овај акт почива на принципу „мислимо најпре о малима“, и настоји да подстакне раст сектора малих и средњих предузећа отклањајући препреке за њихово оснивање и пословање (ЕС, 2008). Између осталог, овај Акт предвиђа мере за подстицање предузетничких интересовања и вештина код жена, као и поједнос-

тављивање услова за бизнис. Актом је предвиђено успостављање ЕУ Мреже амбасадорки женског предузетништва, унапређивање менторских шема у женском бизнису који подржава жене да започињу и оснажују своје пословне подухвате.

Акциони план за предузетништво 2020 (Entrepreneurship Action Plan 2020) представља стратешко настојање да се унапреди предузетнички потенцијал у ЕУ. Ова стратешка иницијатива се ослања на три стуба: образовање и обуку за предузетништво, стварање повољног окружења у коме предузетништво може да „цвета“ и развој узорних модела којима се могу досегнути оне специфичне групе чији предузетнички потенцијали нису довољно искоришћени или које нису обухваћене традиционалним програмима за подршку предузетништву. Жене представљају једну од група за које је оцењено да нису довољно обухваћене традиционалним програмима подршке, и чији предузетнички потенцијали нису довољно искоришћени. Овим акционим планом Европска комисија се задужује да створи платформу за умрежавање, менторство, саветовање и обуку за предузетнице широм ЕУ. Државе чланице се обавезују да усвоје и примењују националне стратегије за предузетништво жена и повећање удела компанија које предводе жене, да воде родно осетљиву статистику о предузетништву жена, да подрже и шире постојеће мреже Амбасадорки и менторки женског предузетништва, те да спроводе политике које омогућавају женама да успоставе равнотежу између професионалног и породичног живота чинећи доступним програме за бригу о деци и старима.

Поред подстицања предузетништва жена, у ЕУ се последњих година повећавају напори да се кроз различите инструменте повећа партиципација жена у бизнису кроз њихово повећано учешће у највишим менаџерским положајима великих компанија. Европска комисија је 2012. године предложила усвајање Директиве о унапређивању родне равнотеже међу не-извршним директорима компанија са берзанске листе. Према овом предлогу све компаније које се налазе на јавним листама, изузев малих и средњих предузећа, требало би да остваре квоту од 40% заступљености особа мање заступљеног пола у члановима не-извршних одбора. Ова директива се још увек налази у процесу консултација.² Поред тога, 2011. године представница сектора за правду Европске комисије је позвала европске компаније да потпишу Завет за жене у одборима у Европи.³ На сајту Секретаријата за правду Европске комисије покренуте су и јавне консултације о родној неравнотежи у корпорацијским одборима у ЕУ⁴ са циљем да обезбеде инпуте за могуће мере које ће бити формулисане за повећање удела жена међу члановима корпорацијских одбора широм Уније.

2.1.3.

РЕГИОНАЛНИ ОКВИР ЗА УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Све значајнију улогу у обликовању политика и механизма на регионалном ниову има Регионални савет за сарадњу у Југоисточној Европи (Regional Cooperation Council – RCC). Овај Савет је носилац регионалне стратегије за развој „Стратегија 2020 за Југоисточну Европу: Радна места и просперитет у европској перспективи“ (SEE 2020). Стратегија није у већој мери родно осетљива, односно само у појединим деловима препознаје жене као специфичну групу у оквиру опште постављених циљева. Стратегијом се, између осталог, предвиђају заједничке регионалне активности за подршку бољем приступу финансијским и тржиштима капитала за жене, имплементирањем регионалних финансијских инструмената као што су EFSE, EDIF и др. Такође се предвиђају активности пружања подршке бизнисима у раним фазама, подстицања интеграције регионалних тржишта капитала, обуке за старт-уп, промовисање културе за нове предузетничке подухвате, пружање мен-

2 На следећем линку се могу погледати детаљи везани за процес доношења ове директиве.
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A7-2013-340&language=EN>
 3 http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/reading/multimedia/news/2011/03/20110301_en.htm
 4 http://ec.europa.eu/justice/newsroom/gender-equality/opinion/120528_en.htm

торске подршке, унапређивање регионалне сарадње међу предузетницима, као и њихову сарадњу са предузетницима у ЕУ. Ове активности треба да буду у надлежности Министарства економије, финансија, образовања, као и институција тржишта капитала у земљама региона.

Оно што је можда и важније јесте да је Регионални савет координатор пројекта „Женско предузетништво – Покретачи стварања нових радних места на подручју Југоисточне Европе“. Пројекат је усмерен на хармонизацију политика женског предузетништва у региону, у складу са принципима ЕУ Акта о малом бизнису, као и на различите облике оснаживања мрежа и асоцијација предузетница, унапређивање политичког дијалога, предлагање мера подршке за женско предузетништво. Земље обухваћене пројектом су Албанија, БиХ, Хрватска, Србија, Молдавија, Црна Гора, Македонија, Турска и Косово. Уз координацију Регионалног савета за сарадњу у Југоисточној Европи, пројекат спроводе Регионални центар за равноправност полова (Gender Task Force – GTF) и Центар за учење предузетништва Југоисточне Европе (South East European Centre for Entrepreneurial Learning – SEECCEL). Пројекат има за циљ да допринесе развоју методологије праћења женског предузетништва у региону, да унапреди вештине за предузетништво код жена различитим програмима обуке и да промовише добре праксе и омогући размену искустава међу предузетницама у региону.

2.1.4.

МЕЂУНАРОДНЕ ДОБРЕ ПРАКСЕ ЗА УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Примере међународних пракси за унапређивање положаја жена у бизнис сектору могуће је пратити на три нивоа: (1) у области праћења трендова и стања, (2) у области формулисања и спровођења мера којима владине институције и невладини донатори настоје да подрже и подстакну иницијативе које унапређују положај жена у бизнису и (3) на нивоу конкретних иницијатива у бизнис сектору који у одређеним аспектима унапређују положај жена.

Европска комисија посвећује доста пажње размени искустава и добрих пракси у сектору малих и средњих предузећа (МСП). На интернет странама ЕК се налази база добрих пракси у којој се могу пронаћи примери успешних иницијатива у облику пројеката, мера, програма или успешних компанијских пракси.⁵ Неки од њих се управо односе на подстицање женског предузетништва и унапређивање положаја жена у бизнис сектору.⁶ У наставку су приказане иницијативе које могу представљати добре праксе на међународном или на ЕУ нивоу, а не на националном нивоу појединачних земаља, међу којима има бројних примера унапређивања положаја жена у бизнис сектору.

ПРАЋЕЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Механизми праћења положаја жена у бизнису готово нигде у међународној пракси нису довољно развијени. Ипак, три иницијативе се истичу у том погледу: Глобално праћење предузетништва (Global Entrepreneurship Monitor – GEM), иновативна методологија праћења предузетништва коју развијају партнерски OECD и Eurostat за подручје ЕУ, као и механизам праћења учешћа жена и мушкараца на положајима одлучивања који је 2003. године успоставила Европска комисија. Прва два механизма су ограничена само на праћење предузетништва укључујући и његове родне аспекте, па се информације о положају жена у бизнис сектору изван предузетничког ангажмана морају потраживати кроз друге механизме праћења (нпр. родне или пословне статистике).

5 Страна ЕК која се односи на добре праксе у МСП налази се на следећој адреси: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/index_en.htm

6 База података са dobrим праксама унапређивања сектора МСП, укључујући и женско предузетништво налази се на следећој адреси: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/database/SBA/index.cfm?fuseaction=practice.list>

GEM је непрофитни академски истраживачки конзорцијум⁷ који прати предузетничке инклинације, обим и карактеристике предузетништва у готово 100 земаља широм света. Овај конзорцијум спроводи годишње процене од 1999. године и базично је усмерен на три основна циља:

- мерење разлика у нивоу предузетничке активности између земаља,
- идентификовање фактора који воде остваривању одговарајућих нивоа предузетништва и
- дефинисање препорука за политике које могу оснажити предузетништво на националном нивоу.

GEM истраживање се спроводи на општој пунолетној популацији земаља које су обухваћене. Стање у предузетништву се прати преко 19 основних индикатора којима се мере предузетничке активности, аспирације и ставови, а који пружају основу за родно осетљиве увиде. Ова методологија је значајна и по томе, што у праћењу предузетништва разликује нове предузетнике/це (предузетнике/це у оснивању и предузетнике/це у повоју, бизнис који траје између 3 и 42 месеца) од утемељених предузетника/ца (оних који воде фирме старије од 42 месеца) и тиме обезбеђују увиде у факторе и процесе ширења предузетништва, опстајања и развоја предузетничких подухвата.

OECD је још 2006. године започео програм развоја индикатора за праћење предузетништва, у сарадњи са Еуростатом (Entrepreneurship indicator programme – EIP). Међутим, овај систем још увек није успостављен. Кроз EIP механизам ће бити могуће пратити предузетништво кроз три скупа индикатора: оне који се односе на карактеристике и успешност предузетништва, оне који се односе на импакт предузетништва, као и оне преко којих се идентификују најважније детерминанте предузетништва. Идеја је да се сви подаци нађу у јединственој бази за подручје ЕУ, али за сада, могуће је пратити неке од индикатора кроз друге базе о пословним статистикама на сајту Еуростат. То су углавном подаци о величини и структури бизниса, пословна демографска статистика (стопе оснивања, гашења и сл.) и статистика добијена пилот истраживањем о факторима пословног успеха која омогућава и праћење разврстано по полу предузетника⁸.

База о женама и мушкарцима на положајима одлучивања, коју је успоставила Европска комисија и која се налази на интернет странама Секретаријата за правду Европске комисије⁹ садржи податке о уделу жена и мушкараца на положајима одлучивања у неколико кључних области: политици, јавној администрацији, правосуђу, бизнис сектору и финансијама, невладином сектору и у сектору екологије. Већина података се ажурира на годишњем нивоу. Квартално се ажурира само статистика о уделу жена и мушкараца на положајима политичког одлучивања на ЕУ и националном нивоу, као и на регионалном у случају да су спроведени избори у међувремену. Подаци о компанијама се ажурирају два пута годишње и може им се приступити директно на сајту Европске комисије и доступни су у отвореном и машински читљивом формату. За нас је посебно значајно то што се у овој бази налазе и подаци за Србију, па је могуће остварити добре компаративне увиде, о чему ће више бити речи касније, у одговарајућем поглављу.

ПОЛИТИКЕ УНАПРЕЂИВАЊА ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Европска унија је током последњих десетак година усмерила посебне напоре у правцу унапређивања положаја жена у бизнису. На том плану истиче се више иницијатива, од којих ће овде бити наведене неке најважније које су спроведене директно од стране ЕУ институција или кроз програме подршке.

7 Интернет презентација и базе података доступне су на адреси <http://www.gemconsortium.org/>

8 http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/special_sbs_topics/entrepreneurship_indicators

9 http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/index_en.htm

Европска мрежа за унапређивање женског предузетништва (European Network to Promote Women's Entrepreneurship – WES) успостављена је на иницијативу Шведске 2000. године са циљем да се повећа видљивост жена у предузетништву и да се створи повољнија клима за женско предузетништво која би омогућила повећање броја предузетница, али и раст компанија које предводе жене. Један од циљева Мреже је и да помогне Европској комисији да одреди будуће приоритете у области женског предузетништва. Мрежу координира Секретаријат за предузећа и индустрију Европске комисије, а чланице мреже су представници/це влада 31 земље (земаља чланица, кандидата и ЕЕА чланица) надлежни за развој женског предузетништва (Србија за сада нема представника/цу у овој Мрежи). Мрежа објављује редовне извештаје о својим активностима на сајту Европске комисије¹⁰.

Европска мрежа амбасадорки женског предузетништва (The European Network of Female Entrepreneurship Ambassadors)¹¹ успостављена је 2009. године са циљем да се успешне предузетнице укључе у кампању промоције женског предузетништва и тако инспиришу жене да започну самостални бизнис и отисну се у предузетништво. Амбасадорке промовишу предузетништво непосредно, обраћајући се девојчицама и женама у школама, на универзитетима, у заједници, преко медија, организујући конференције, пословне мреже и иницијативе запошљавања. Мрежу чини око 270 предузетница широм Европе. Република Србија заступљена је у овој Мрежи са десет амбасадорки, успешних предузетница, а координација је у надлежности Националне агенције за регионални развој.

Европска мрежа ментора за предузетнице (European Network of Mentors for Women Entrepreneurs), успостављена је 2011. године. У Мрежу је укључено 17 земаља које учествују у Оквирном програму конкурентности и иновација ЕУ (Competitiveness and Innovation Framework Programme – CIP¹²), а Србија се налази међу чланицама. Циљеви Мреже су да унапреди, подржи и подстакне женско предузетништво кроз саветовање и менторство у фазама започињања бизниса, вођења и раста компанија током раних фаза (између друге и четврте године „старости“ бизниса).

Вредну иницијативу Европске комисије представља и отварање Портала женског предузетништва¹³. На овом порталу се могу пронаћи подаци и информације о националним организацијама предузетница, међународним организацијама предузетница, мрежама које промовишу женско предузетништво, пројектима унапређивања и развоја женског предузетништва, као и догађаја у вези са женским предузетништвом. Удружење пословних жена Србије је присутно на овом порталу.

ДОБРЕ ПРАКСЕ У ЕВРОПСКИМ КОМПАНИЈАМА

Многе компаније у ЕУ већ су успешно интегрисале родну равноправност у своје пословне структуре и праксе. Неки примери су описани у циљу илустрације различитих облика унапређивања положаја жена у бизнис сектору.

IBM – транснационална корпорација за информатичке технологије, са више од 430 000 запослених широм света, започела је програм повећања родне разноликости запослених још крајем 1990их година. Као део ове опште стратегије родна равноправност је постала један од важних стубова корпорацијске политике и културе. Наиме, родна равноправност је препозната као предуслов

10 http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/wes-network/index_en.htm

11 О овој мрежи може се више сазнати на следећој адреси
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index_en.htm

12 О овом програму може се више сазнати на следећој адреси
http://ec.europa.eu/cip/faq/index_en.htm#090126248788c842

13 http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/portal/index_en.htm

развоја иновативних технологија, али и као предуслов очувања имиџа организације као пожељног послодавца. Оцењено је да је потребно повећати удео жена у свим професионалним круговима и обрасцима каријере и омогућити унапређивање жена на основу заслуга као виталну карактеристику система унапређивања у копорацији. Као један од важних механизма у остваривању ових циљева осмишљено је успостављање Савета лидерки у свим земљама у којима послује ова компанија. Улоге Савета су да брине о повећању удела жена међу запосленима и унапређивању услова за напредовање жена на руководеће положаје. То је подразумевало да се унутар компаније ради на општој промени става према женама, на промени компанијских структура, организацијских процеса и процедура, а на спољњем плану на унапређењу имиџа компаније као родно одговорне. Описане активности довеле су до тога да IBM постане једна од најугледнијих компанија у погледу родне одговорности, али и укупних перформанси. IBM је 2012. године био рангиран међу првих 10 компанија не листи 50 компанија за жене на руководећим позицијама (2012), у 2013. години је остварио 100% скор на индексу Кампање за корпоративну равноправност у остваривању људских права, а редовно се налази на листи 100 најбољих компанија за запослене мајке.¹⁴

Axel Springer AG је једна од водећих медијских група у Немачкој, са 12 800 запослених. У 2010. години ова медијска група је започела пројекат повећања удела жена на руководећим положајима, јер је установљено да само 16% руководећих положаја заузимају жене, те да је у компанији присутна изразито „мушка“ култура у којој су жене тешко успевале да ускладе пословне обавезе са породичним. Компанија је током пројекта увела различите мере од значаја за уравнотежено усклађивање породичног живота и професионалног ангажмана. То је укључило различите облике одсуства (повољнији аранжмани родитељског одсуства, одсуства због бриге о члановима породице), флексибилне радне аранжмане (флексибилно радно време, скраћено радно време, подела радног места – job sharing и сл.) и флексибилно радно место (рад од куће). Непрестано су одржаване консултације са запосленима који су имали децу како би се унапређивали услови. Поред тога, низ мера се односио и на промоцију мешовитих тимова у изради новина, са указивањем на то како се повећава квалитет и у складу са тиме тираж у случају када мешовити ауторски тимови производе садржаје новина. Резултати су се врло брзо осетили и већ у 2011. години удео жена међу руководиоцима је порастао на 25%, више мушкараца на руководећим положајима је узимало родитељска одсуства, а жене на руководећим положајима су успевале да боље ускладе породични живот са професионалним обавезама.

Kleemann Hellas SA је грчка мултинационална компаније основана 1983. године која производи и инсталира лифт системе. Од 2004. године компанија почиње стратешки да делује у правцу повећања удела жена, јер су оне биле изузетно слабо заступљене међу запосленима (тек 13% у 2004.), а посебно у продајном одељењу где су чиниле тек 5% запослених. Различите активности су предузете да би се циљ остварио, укључујући и придобијање посвећености највишег руководства овој стратегији, отклањање стереотипа, оптимизација радних пракси, оснаживање позиције компаније као фирме која примењује политику једнаких могућности. Руководство компаније је потписало „Декларацију о разноликости“ Хеленске Мреже за корпоративну друштвену одговорност (Hellenic Network for Corporate Social Responsibility), а менаџмент је имао важну улогу у остваривању свих наведених активности. Као резултат описаних напора, у 2012. години удео жена међу запосленима је порастао на 18%, а изузетан резултат је остварен управо у одељењу продаје, где је удео жена достигао 30%.

Описани случајеви родно одговорних корпоративних пракси, само су неки од примера добрих пракси унапређивања положаја жена у бизнис сектору¹⁵. Оно што је заједничко описаним компа-

14 Више о IBM и пројекту успостављања Савета лидерки у Немачкој, може се сазнати на следећој интернет страни http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/equality-pays-off/women-mean-business/good-practice/example-six/index_en.htm

15 На следећем линку налазе се и други примери http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/equality-pays-off/women-mean-business/index_en.htm

нијама јесте чињеница да је реч о великим корпорацијама у којима је женама далеко теже да напредују на положаје одлучивања, што је проблем који је присутан и у нашем друштву а на шта ће касније бити указано. Зато управо овакви примери треба да покажу другим корпорацијама како је значајно и могуће променити постојеће неправичне и родно неодговорне праксе.

2.2.

ДОМАЋИ ОКВИР ЗА РЕГУЛИСАЊЕ И УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ

Институционални и политички оквир који је од значаја за регулисање и унапређивање положаја жена у бизнису обухвата бројне законе, институције и организације, политике дефинисане кроз стратегије, непосредне мере подршке. Многи закони и политике нису директно усмерени на регулисање/унапређивање жена у бизнису, већ индиректно уређују поједине области пословања, запошљавања, регулисања обавеза према држави и сл, дефинишући тако општије услове унутар којих се оне укључују у бизнис сектор. Због немоућности да се у оквиру овог поглавља наведу сви елементни институционалног и политичког оквира, овде ће бити издвојени само најважнији елементи.

2.2.1.

ЗАКОНСКИ ОКВИР

Као што је већ напоменуто, домаћи законски оквир разликује актере у бизнис сектору у зависности од тога да ли своју делатност региструју као физичка лица, предузетници, или као оснивачи правног лица, односно привредног друштва. Правни положај и деловање предузетника и привредних друштава регулисано је Законом о привредним друштвима (Сл. гласник РС бр. 36/2011 и 99/2011). Овај Закон прави разлику између приватних предузетника и привредних друштава. Привредно друштво је дефинисано као правно лице које обавља делатност у циљу стицања добити (чл. 2), док је предузетник дефинисан као пословно способно физичко лице које обавља делатност у циљу остваривања прихода (чл. 83). Привредна друштва се могу оснивати у следећим правним формама: ортакчко, командитно друштво, друштво са ограниченом одговорношћу и акционарско друштво (чл. 8). Предузетник за све обавезе настале у вези са обављањем своје делатности одговара целокупном својом имовином (чл. 85), док код привредних друштава то зависи од типа.

За послове регистрације привредних субјеката задужена је Агенција за привредне регистре чије је оснивање и деловање регулисано Законом о Агенцији за привредне регистре (Сл. гласник РС 55/2004; 111/2009). Процес регистрације привредних субјеката регулисан је Законом о поступку регистрације у Агенцији за привредне регистре (Сл. гласник РС, бр. 99/2011). Овим законом се уређује поступак регистрације, евидентирања и објављивања података и докумената који су предмет регистрације, евиденције и објављивања у регистрима.

Пословање предузећа и предузетника даље је регулисано великим бројем закона и прописа који, поред општих, обухватају оне специфичне, везане за одређене делатности, специфичне аспекте од значаја за пословање и сл. Постојање великог броја закона који уређују различите аспекте пословања намеће велике захтеве пред предузетнике/це и менаџере/ке да буду добро информисани и у току са свим релевантним прописима. Осим закона и прописа који дефинишу обављање специфичних делатности, од посебног значаја су две врсте закона и прописа које регулишу опште обавезе предузећа и предузетника у погледу плаћања пореза и финансијских обавеза, као што су *Закон о порезу на добит правних лица* (Сл. гласник РС, 25/01, 80/02, 43/03, 84/04, 17/10, 101/11, 119/12, 47/13, 108/13), *Закон о порезу на додатну вредност* (Сл. гласник РС 84/04, 86/04, 61/05, 61/07, 93/12, 108/13) и др, као и закон у области запошљавања (*Закон о запошљавању и осигурању за случај незапослености*, Сл. гласник РС, бр. 36/2009 и 88/2010). Поред тога, у

подручју рада и радних односа, важни су *Закон о раду* (Сл. гласник РС 24/2005, 61/2005, 54/2009 и 32/2013) који регулише услове рада и престанка радног односа, *Закон о безбедности и заштити здравља на раду* (Сл. гласник РС, 101/2005) који регулише услове безбедности на радном месту, које послодавци морају испунити, као и *Закон о спречавању злостављања на раду* (Сл. гласник 36/2010), који ствара законску основу за спречавање злостављања на раду и унапређења радних односа.

Наведени закони су родно неутрални, а заштиту од њихове родно недискриминативне примене треба да обезбеде *Закон о забрани дискриминације* (Сл. гласник 22/2009), и *Закон о равноправности полова* (Сл. гласник РС, 104/2009). Закон о забрани дискриминације дефинише дискриминацију као свако «неоправдано прављење разлике или неправедно поступање» по различитим основама (чл. 1). Међу њима, овај закон препознаје пол и род као две засебне категорије, и дискриминацију по овом основу карактерише као тешку, тј. као поступак противан начелу равноправности полова (чл. 13). *Закон о равноправности полова*, такође забрањује дискриминацију према полу (коју дефинише као свако неоправдано или неправедно прављење разлике по полу), али истовремено предвиђа и подстицајне мере за остваривање политике једнаких могућности. У закону се препознају кључне области у којима је предвиђено да се предузимају посебне мере ради повећања равноправности: запошљавање, социјална и здравствена заштита, породични односи, образовање, политички и јавни живот, култура и спорт.

Изложени закони представљају само кључне стубове законског оквира и ова сложеност законских прописа може представљати отежавајућу околност за предузетнице, односно жене које се налазе на челу малих предузећа у којима није лако обезбедити одговарајућу стручну подршку у правно-финансијским пословима.

2.2.2. ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР

Институционални оквир који је од значаја за регулисање и унапређивање положаја жена у бизнису такође је комплексан и чине га институције и организације које у домену различитих надлежности настоје да регулишу и прате услове у којима се одвија пословна активност жена.

Министарство привреде надлежно је, између осталог, за привреду и привредни развој, као и за положај и повезивање привредних друштава и других облика организовања за обављање делатности, мере економске политике за развој занатства, малих и средњих предузећа и предузетништва, предлагање и спровођење финансијских и других мера ради подстицања пословања, конкурентности и ликвидности привредних субјеката у Републици Србији, пословно и финансијско реструктурирање привредних друштава и других облика пословања, надзор и управне послове у вези са привредним регистрима (Сл. гласник РС, бр. 44/2014).

Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања обавља послове државне управе у области регулације везане за радне услове и односе, али и у области социјалне заштите која је у вези са радом (родитељска одсуства и сл.). Од посебног значаја за унапређење предузетништва жена је Одсек за родну равноправност Министарства, који надзире стање у погледу родне равноправности и предузима активности на унапређењу родне равноправности и оснаживању жена, укључујући и област предузетништва и руковођења предузећима.

Министарство финансија је још једна државна институција од значаја за предузетништво, с обзиром да својим политикама и мерама креира услове под којима се остварује финансијско пословање и извршавање финансијских обавеза предузетника, и које врши надзор над обављањем ових послова.

Агенција за привредне регистре, основана 2004. године представља кључну институцију која је надлежна за регистрацију привредних субјеката код оснивања, гашења и појединих кључних промена. Процедуре регистрације су поједностављене у 2009. години увођењем „једношалтерског“ система регистрације привредних субјеката („one stop shop“), који подразумева добијање матичног броја и ПИБ на једном месту у АПР.

Читав низ инспекцијских служби различитих министарстава надлежан је за праћење законитости активности предузетника/ца и привредних друштава:

- Инспекција рада Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања надзире безбедност и здравље на раду, да ли се рад одвија у условима адекватних формалних уговора, да ли се поштује остваривање законом предвиђених права на раду (прековремени рад, исплата зарада, дискриминација и сл.).
- Тржишна инспекција Министарства трговине, туризма и телекомуникација обавља послове надзора над применом закона и других прописа којима се уређују: услови за обављање промета робе и вршење услуга које обављају правна и физичка лица и предузетници, цене робе и услуга, квалитет индустријско-непрехрамбених производа у производњи и промету, квалитет услуга, утврђивање услова за обављање привредних делатности, спречавање нелојалне конкуренције итд.
- Пољопривредна инспекција Министарства пољопривреде и заштите животне средине обавља послове надзора производње и промета пољопривредних производа.
- Санитарна инспекција Министарства здравља која врши санитарни и здравствени надзор у поступања предузећа, установа и других правних и физичких лица, даје мишљења на планска документа, даје мишљења о санитарним условима у поступку издавања акта о урбанистичко-техничким условима у поступцима изградње објеката под санитарним надзором, итд.
- Пореска инспекција Министарства финансија која врши контролу испуњавања пореских обавеза, утврђује повреде закона и прослеђује случајеве повреде закона пореској полицији.
- Комунална инспекција је у надлежности локалних самоуправа, а делокруг делатности такође је дефинисан одлукама локалних самоуправа.

Док инспекције представљају службе институција које спроводе активности надзора и брину о спровођењу закона, односно брину да се предузетничке активности остварују у складу са различитим законима, посебни скуп институција има улогу да остварује услуге и програме подршке предузетништву и предузећима:

- Фонд за развој Републике Србије обезбеђује кредитну подршку и финансијске инструменте за развој малих и средњих предузећа и предузетништва. Тако, између осталог, обезбеђује кредите за почетнике/це у бизнису без хипотеке и „старт уп“ кредите за предузетнике/це и правна лица, затим различите врсте кредита за предузетнике/це и привредна друштва, кредите за подстицање производње и запошљавања у посебно девастраним подручјима, кредите за развој предузећа и предузетништва у неразвијеним општинама и др. Након недавних поплава, усвојен је Програм фонда за развој РС за привредне субјекте са поплавлених подручја за 2014. годину (Сл. гласник РС, 63/2014).
- Агенција за осигурање и финансирање извоза (АОФИ) финансира извозна предузећа која испуњавају одређене услове.
- Национална агенција за регионални развој спроводи програм подршке развоју конкурентности МСП, програме обуке потенцијалних предузетника/ца, односно потенцијалних корисника/ца „старт-уп“ кредите Фонда за развој РС; пружа услуге менторинга МСП и развија Европску мрежу МСП. Поред Националне агенције, у Србији постоји још 17 регионалних агенција за развој које остварују различите програме подршке предузетништву и развоју МСП.

- Агенција за страна улагања и промоцију извоза (СИЕПА) пружа подршку домаћим предузећима која доприносе повећању извоза.
- Национална служба за запошљавање (НСЗ) спроводи програме обуке за предузетништво, субвенционише samozapošljavanje, пружа услуге менторинга и даје субвенције за отварање нових радних места.

На крају потребно је поменути и Привредну комору Србије, као и регионалне/локалне привредне коморе, које представљају мрежу институција за подршку привреди и предузетницима. Улога комора је да заступају интересе својих чланова, као и да пружају различите врсте подршке: информисање, консултантске услуге, промоције, заговарање законских промена и сл. Поред ових кључних институција за подршку предузетништву на централном нивоу, постоји и велики број организација и локалних институција које пружају услуге подршке, попут удружења послодаваца, привредних комора, приватних пружалаца услуга образовања за предузетништво (Попут Бизнис старт уп центра из Крагујевца) и сл.

На основу увида у институционални оквир од значаја за предузетништво могло би се закључити да су институционалним оквиром покривени најважнији аспекти деловања предузетника/ца и предузећа, односно да је, бар формално, сектор уређен законима и прописима чије се поштовање надзире, а да се истовремено обезбеђује и институционална подршка за развој предузетништва уопште, а посебно оних форми које имају за циљ да допринесу равномернијем регионалном развоју и већој конкурентности привреде Србије на међународним тржиштима.

2.2.3. СТРАТЕШКИ ОКВИР

Увид у кључне стратегије оставља неизбежан утисак да је предузетништво жена више препознато као средство за остваривање родне равноправности у области економске партиципације, него што је препознато као средство економског развоја земље. На значај предузетништва жена експлицитно се указује у Националној стратегији за побољшање положаја жена и унапређивање родне равноправности (2009–2015) (Сл. гласник РС, бр. 55/05 и 71/05), и у Националној стратегији запошљавања за период 2011–2020. године (Сл. гласник РС, 37/2011).

У Националној стратегији за побољшање положаја жена и унапређивање родне равноправности један од кључних стратешких циљева јесте побољшање економског положаја жена и остваривање родне равноправности у области економске партиципације. У оквиру овог општег циља дефинисан је и појединачни циљ подстицања запошљавања, женског предузетништва и samozapošljavanja. За остварење овог циља предвиђени су различити инструменти, међу којима су за развој предузетништва жена важни следећи:

- Формирање и стварање услова за рад центара за женско предузетништво, информационо-комуникационе технологије (ИКТ), бизнис и менаџмент и њихова доступност свим заинтересованим женама. Ови центри треба да омогуће афирмацију предузетништва жена и да пруже почетну подршку у облику информисања, о могућностима финансирања, тржиштима, пласману и сл.
- Обезбеђивање кредитних програма за подстицање женског предузетништва и свих облика samozapošljavanja. Овиме би се оснажиле полазне шансе жена у започињању сопственог посла, јер се показало да им је приступ капиталу отежан у поређењу са мушкарцима.
- Формирање посебних програма у оквиру фондова за подстицање предузетништва и samozapošljavanja у оквиру приватизационих фондова. С обзиром да су жене у процесима приватизације и реструктурирања предузећа поднеле велике губитке, ова мера би омогућила да се одређени проценат из средстава добијених приватизацијом усмери на наменске програме подстицања жена на предузетништво.

Национална стратегија запошљавања препознаје проблем неравноправног положаја жена на тржишту рада у Србији и међу циљевима предвиђа остваривање једнаких могућности у запошљавању и позиционирању на тржишту рада. У том контексту се помињу и развој предузетништва жена и њиховог самозапошљавања и наводи се да је неопходно унапређивати кредитне програме за подстицање женског предузетништва и свих облика самозапошљавања, те да ће бити усвојене и примењене посебне мере за подстицање предузетништва и самозапошљавања жена.

У претходном периоду за развој предузетништва била је значајна Стратегија развоја конкурентних и иновативних малих и средњих предузећа за период од 2008.-2013. године (Сл. гласник 55/05, 71/05, 101/07, 65/08). Ова стратегија препознаје да је развој сектора МСП један од кључних фактора у процесу европских интеграција Србије, па је и Стратегија сачињена у складу са политиком МСП Европске уније, како би овај сектор био припремљен за приступ јединственом европском тржишту. У том смислу, она је усклађена пре свега са Европском повељом о малим предузећима (The European Charter for Small Enterprises) и Актом о малим предузећима (Small Business Act).

С обзиром на то да је истекао период важења ове стратегије, у току је израда нове. Тренутно је сачињен Нацрт стратегије развоја предузетништва и конкурентности за период 2014-2020. године, и налази се у процесу консултација¹⁶. У погледу родне осетљивости, ова стратегија представља значајан помак, због тога што један од шест основних стубова стратегије развоја предузетништва представља јачање женског предузетништва заједно са јачањем предузетништва младих. Као приоритетне циљеве у области јачања женског предузетништва, ова стратегија предвиђа:

- Успостављање система редовног и упоредивог праћења предузетништва жена и младих,
- Развој политика и инструмената за подршку женском предузетништву,
- Промоцију, примере добре праксе, умрежавање и успостављање дијалога са представницама сектора.

Поред тога, усвојена је и Стратегија развоја и подршке индустрији информационих технологија, која има за циљ подстицање предузетништва у овој области, али не издваја посебно женско предузетништво.

2.2.4.

ДОБРЕ ПРАКСЕ ЗА УНАПРЕЂИВАЊЕ ПОЛОЖАЈА ЖЕНА У БИЗНИСУ У СРБИЈИ

У Србији су у претходном периоду биле покренуте различите иницијативе финансијске и нефинансијске подршке женама у бизнису.

Значајну иницијативу за општу подршку предузетништву представља портал „Предузетнички сервис“¹⁷, који је поставила Национална агенција за регионални развој уз подршку Пројекта унапређења иновативности и конкурентности малих и средњих предузећа, финансираног од стране ЕУ. На порталу се могу на једном месту пронаћи бројне информације које су од значаја за покретање и вођење бизниса.

Међу нефинансијским иницијативама истиче се успостављање Мреже ментора женског предузетништва, ангажовање Амбасадорки женског предузетништва, награда „Цвет успеха за жену

¹⁶ Нацрт је доступан на странама Министарства привреде <http://www.privreda.gov.rs/pages/issue.php?id=8382>

¹⁷ Предузетнички сервис се налази на следећој интернет адреси: <http://www.preduzetnickiservis.rs/opste-strane/o-portalu/>

змаја“, као и годишња награда за најбољу извозницу. Мрежа ментора женског предузетништва успостављена је 2011. године у сарадњи Националне агенције за регионални развој и Удружења пословних жена Србије. Ова мрежа има за циљ да пружи помоћ предузетницама да побољшају своје пословање. Мрежа је чланица Евроспке мреже ментора женског предузетништва и стога има капацитета да се у пружању подршке ослони на различита искуства. У партнерству Националне агенције за развој и Удружења пословних жена Србије, такође је основана и Мрежа амбасадорки женског предузетништва. Она окупља десет успешних предузетница које раде на промоцији предузетништва међу женама, као и у широј јавности кроз наступе у медијима и јавним догађајима.

Од 2009. године одржава се манифестација „Цвет успеха за жену змаја“, која се организује у оквиру Глобалне недеље предузетништва. Ову награду је до сада у Србији добило више од 70 жена. У 2014. години награда ће бити додељена у две категорије: „најевропскија женска фирма“ и женско предузеће за „најбољи модел запошљавања“. Манифестацију организује Удружење пословних жена Србије.

Агенција за страна улагања и промоцију извоза Републике Србије (СИЕПА) од 2004. године додељује награду за извозника године. Награда се додељује у четири категорије: најбољи извозник, најбољи нови извозни производ, освајање новог тржишта и најбољи извозник у категорији малих и средњих предузећа. Од 2011. године додељује се и специјална награда за најбољу предузетницу, чиме се настоји промовисати извозни капацитет женског предузетништва.

Међу иницијативама финансијске подршке истиче се програм микро-кредитирања Опортунити банке. Анализе показују да је стопа неуспеха готово равна нули. Као разлог за овакву успешност види се изразита прилагођеност сваке појединачне позајмице потребама корисника и њиховим капацитетима. Услед тога, 99% клијената успева да отплати своје старт-уп позајмице и да одржи свој бизнис. Овај резултат је знатно повољнији него што је случај, рецимо, са позајмицама Републичког фонда за развој који бележи стопу неуспеха од 10% (Авлијаш, ет ал, 2012).

Женама у бизнису доступни су различити програми финансијске подршке које спроводе државне институције. Национална служба за запошљавање спроводи програме обука и субвенција за samozapošljavanje. Републички фонд за развој даје позајмице за покретање бизниса и предузетницима/цама и у форми привредних друштава.

Министарство привреде у сарадњи са Европском банком за обнову и развој спроводи Програм подршке МСП у Србији. Циљ овог програма је унапређење конкурентности и продуктивности малих и средњих предузећа у Србији кроз директну подршку коју могу добити преко два инструмента: Програма развоја предузећа и Програма пословног саветовања.

Национална агенција за регионални развој спроводи различите програме подршке предузетништву: консалтинг, менторинг, Програм подршке брзорастућим малим и средњим предузећима, Програм подршке почетницима у бизнису који су повратници у своја родна места, Програм подршке развоју иновативних кластера, Програм подршке малим предузећима за набавку опреме, Програм подршке малим предузећима и предузетницима у раној фази развоја и Програм подршке женском предузетништву.

Успешност неких од наведених програма, са становишта подршке предузетницама, анализирани су у студији Родна импакт анализа одабраних мера подршке предузетништву у Србији (Авлијаш, ет ал., 2012). Анализа је показала да се региструје значајно већи удео жена у програмима подршке запошљавању самосталног бизниса, него што је њихов удео у програмима подршке већ успостављеним предузећима.

Програм подршке женском предузетништву који спроводи NARR, има две компоненте. Прва компонента подразумева суфинансирање пројеката за унапређење пословања предузећа на чијем челу су жене, кроз усклађивање њиховог пословања са захтевима међународних стандарда, унапређивање пословних процеса, производа и услуга и јачање људских ресурса. У оквиру друге компоненте додељују се признања најуспешнијим предузетницама по регионима у Србији.¹⁸

2.3. СОЦИО-ЕКОНОМСКИ КОНТЕКСТ АНГАЖОВАЊА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Да би се у потпуности разумео положај жена у бизнис сектору у Србији, потребно је осветлити контекстуалне услове који се односе на најважније економске трендове и климу од значаја за пословање предузећа, као и специфичне родне режиме унутар којих се обликују шансе и препреке за ангажовање жена у бизнису. Стога ће и наредна два поглавља бити усмерена на сажет приказ стања у ова два контекстуална аспекта.

2.3.1. ЕКОНОМСКИ УСЛОВИ И ПОСЛОВНО ОКРУЖЕЊЕ

Општи показатељи економских услова у Србији континуирано су неповољни након избијања светске економске кризе 2008. године. Стопе економског раста биле су негативне у 2009. (-3,5) и 2012. години (-1,5) (Министарство финансија)¹⁹. Конкурентност привреде Србије током овог периода опада, како у релативном тако и у апсолутном смислу. Према извештају Светског економског форума о глобалној конкурентности за 2013. годину Србија је рангирана на 101. позицији од 148 рангираних земаља, што представља померање од 6 места ниже на рангу у односу на претходну годину (ФРЕН, ХХ: 15). Овај пад се највише дугује стању у областима инфраструктуре, макроекономског окружења и софистицираности финансијског тржишта, док је умерени пад забележен код ефикасности тржишта рада и технолошке оспособљености. Значајнијих позитивних помака у 2013. години није било, а умерени помаци присутни су код ефикасности тржишта добара и софистицираности пословања. Најбоље оцене Србија је добила у области здравља, основног образовања, а најлошије у области иновација.

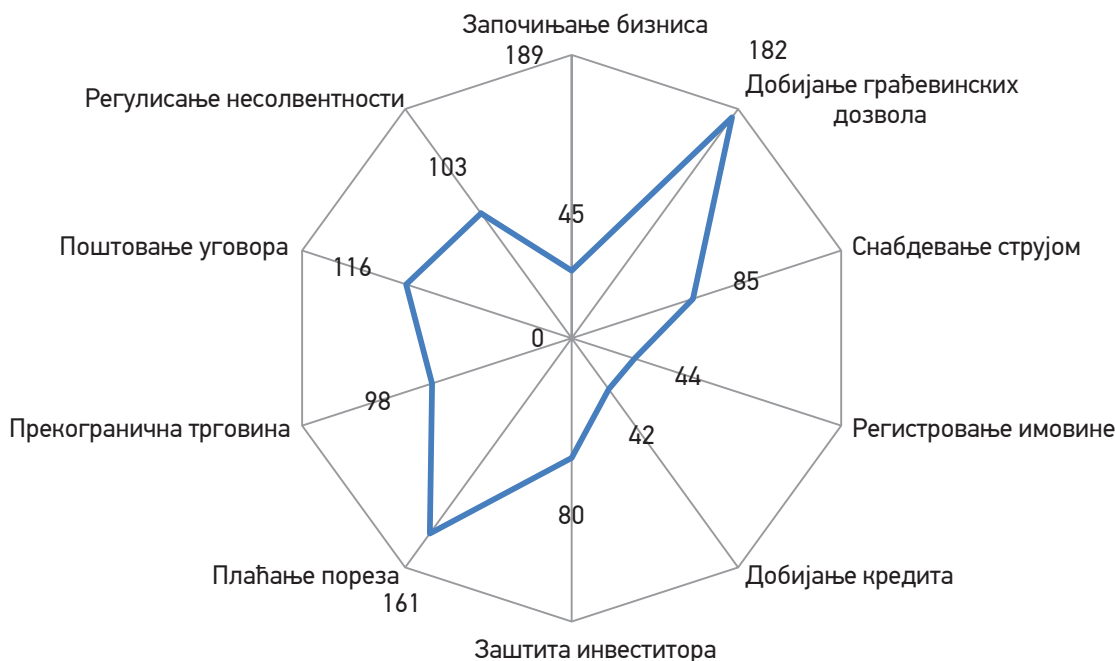
У неповољним економским условима, сектор малих и средњих предузећа задржао је релативно високо учешће у нефинансијском сектору привреде. Он генерише око 2/3 запослености и промета, 55% БДП, 50% извоза и добити и 45,5% улагања нефинансијског сектора. Процењује се да је у 2012. години сектор МСПП, који чини 99,8% укупног броја привредних субјеката, учествовао са око 34% у БДП Републике Србије (Министарство привреде, 2014).

Посебно забрињава то што је пословна клима у Србији оцењена као изразито неповољна. Према извештају Светске банке о пословној клими за домаћа предузећа, Србија је рангирана на 93 месту од 189 земаља према укупним карактеристикама пословног окружења (Светска банка, 2013). Међутим, као што се може видети из наредног графика, иза овог укупног ранга Србије крију се врло неуједначени услови везани за повољност пословне климе.

18 Више о овим програмима може се сазнати на следећој интернет адреси NARR:
<http://narr.gov.rs/index.php/Aktivnosti/Podrshka-preduzetnistvu/Program-podrshke-zhenskom-preduzetnistvu>

19 Подаци о макроекономским трендовима публикују се на следећој веб адреси Министарства финансија
<http://www.mfin.gov.rs/pages/article.php?id=7161>, pristupljeno na dan 24.06.2014.

ГРАФИКОН: ПОКАЗАТЕЉИ ПОСЛОВНЕ КЛИМЕ У СРБИЈИ 2013.



Извор: Светска банка, 2013.

Већина од наведених димензија мери се и рангира преко три врсте индикатора: сложености процедуре (из колико корака се састоји процедура реализације датог циља), дужине трајања процедуре и трошкова. У појединим аспектима Србија се релативно високо рангира:

- *Започињање бизниса.* Према извештају, оснивање бизниса у Србији обухвата 6 процедура, траје 11,5 дана, кошта 7,2% дохотка по становнику и захтева 0% минималног оснивачког улога. У овом аспект, рецимо Србија стоји боље од просека за регион Европе и Централне Азије, а у поређењу са непосреднијим регионалним окружењем, боље од Мађарске, али лошије од Грчке.
- *Регистровање имовине.* За ову активност потребно је проћи 6 различитих процедура, у трајању од 11 дана и уз трошкове од 2,8% вредности имовине. У овој димензији Србија стоји боље од просека за шири регион, и од већине земаља у непосредном окружењу.
- *Добијање кредита.* Ова димензија се мери нешто другачије него претходне. Индикатори су индекс снаге законских права (0-10), Индекс дубине кредитне информације (0-6), Регистар покривености јавним кредитима (% одраслих) и Регистар покривености приватним кредитима (% одраслих). Економија Србије бележи вредност 7 на првом, 5 на другом индексу, 0% на трећем и 100% на четвртном.

У погледу неколико димензија Србија заузима средишње позиције на ранговима за дате димензије:

- *Снабдевање струјом.* Да би се, на пример, у опремању једног складишта добила струја, потребно је проћи четворостепену процедуру која траје 131 дан и кошта 505,6% дохотка по глави. У овом погледу Србија стоји боље од просека за шири регион Европе и Централне Азије, али лошије од Хрватске, Грчке и Словачке.
- *Заштита инвеститора.* Ова димензија се такође мери низом специфичних индекса²⁰ и

20 Индекс обелодањивања података (0-10), Индекс одговорности директора (0-10), Индекс доступности корпоративних докумената (0-10) и Индекс снаге заштите инвеститора (0-10).

према вредностима тих индекса Србија стоји нешто лошије од просека за шири регион Европе и Централне Азије (80 према 65), као и у односу на Бугарску и Румунију, али нешто боље од других земаља у непосредном окружењу као што су Грчка, Словачка, Мађарска и Хрватска.

- *Прекогранична трговина.* Извоз стандардног контејнера са робом, захтева 6 докумената, траје 12 дана и кошта 1455 УСД. Увоз истог таквог контејнера захтева 7 докумената, траје 15 дана и кошта 1760 УСД. Са оваквим карактеристикама Србија је у нешто повољнијем положају од просека за шири регион Европе и Централне Азије, као и од Хрватске, али лошијем од других земаља у непосредном окружењу.

Према извештају Светске банке, најкритичније димензије пословне климе у Србији су:

- *Добијање грађевинских дозвола.* Овај индикатор мери ефикасност процедура да се легално изгради складиште, време потребно да се све процедуре заврше, као и трошкове. Према подацима Светске банке, овако неповољан ранг у овом аспекту Србија има због тога што добијање грађевинске дозволе укључује 18 процедура, траје 269 дана и кошта 1433,5% дохотка по глави.
- *Поштовање уговора.* У Србији се региструје ниска ефикасност решавања комерцијалних спорова кроз правосудни систем. Процес разрешења спора траје 635 дана, кошта 34% вредности спорне трансакције и обухвата 36 различитих процедура. И у овом погледу Србија је у знатно лошијем положају од просека за шири регион и свих посматраних земаља у непосредном окружењу.
- *Регулисање несолвентности.* Овај поступак траје у Србији просечно 2 године и кошта 20% од вредности имовине дужника, уз највероватнији исход да ће компанија бити продата у деловима. И у овом аспекту Србија стоји далеко лошије од просека за шири регион и од свих посматраних земаља у непосредном окружењу.
- *Плаћање пореза.* Из извештаја се може видети да просечно фирме треба да изврште 66 плаћања пореза годишње, потроше 279 сати на попуњавање образаца, припрему и плаћање пореза и да их то кошта 36,8% профита. У том погледу Србија стоји лошије од просека за шири регион и од већине земаља у непосредном окружењу.

Поред овако неповољних услова за пословање, важно је истаћи и неповољне трендове запошљавања. Након избијања кризе трендови на тржишту рада се погоршавају и тек веома благи знаци побољшања први пут се показују 2013. године.

ОСНОВНИ ИНДИКАТОРИ ТРЖИШТА РАДА У СРБИЈИ 2008-2013.

Индикатор тржишта рада	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Стопа активности	51.5	49.1	46.9	46.4	46,7	48,4
Стопа запослености	44.4	41.2	37.9	36.2	35,5	37,7
Стопа незапослености	13.6	16.1	19.2	22.2	23,9	22,1

Извор: РЗС, АРС 2013, 2014.

Поред тога, као што ће се видети у наредном одељку, жене одликује упоредно неповољнији положај на тржишту рада, а њихова слабија запосленост не може представљати добар оквир за веће и боље ангажовање у бизнис сектору.

2.3.2. РОДНЕ НЕЈЕДНАКОСТИ

Родне неједнакости су у Србији значајно изражене у бројним аспектима. Оне се испољавају кроз недовољну политичку партиципацију жена, економске неједнакости, неравноправну поделу обавеза у породици, неравнотежним односима моћи у сфери приватности и сл. (Благојевић-Хјусон 2011, Бабовић 2010). Ове родне неједнакости креирају неповољне предуслове и неподстицајан контекст за предузетништво жена. Без могућности да се уђе у ширу анализу родних неједнакости, потребно је указати на неколико најважнијих аспеката који су од непосреднијег значаја за предузетништво жена:

- положај жена на тржишту рада је неповољнији од положаја мушкараца;
- имовински родни јаз ствара неповољну економску основу жена за започињање сопственог посла;
- неједнаки односи моћи у сфери приватности намећу женама већину обавеза бриге о домаћинству и породици, остављајући мање простора за посвећивање каријери уопште, а посебно предузетничкој;
- још увек распрострањене патријархалне вредности, које су често интернализоване и код самих жена стварају мањак самопоуздања и спремности да се отисну у подухвате који подразумевају извесне ризике.

РОДНИ ЈАЗ НА ТРЖИШТУ РАДА

Положај жена на тржишту рада је неповољнији у односу на положај мушкараца, о чему сведоче ниже стопе активности и запослености уз више стопе незапослености и неактивности код жена.

ОСНОВНИ ИНДИКАТОРИ ТРЖИШТА РАДА ЗА СТАНОВНИШТВО РАДНОГ УЗРАСТА (15-64),
ПРЕМА ПОЛУ, АПРИЛ 2014.

Индикатори тржишта рада	Жене	Мушкарци
Стопа активности ²¹	52.8	59.7
Стопа запослености ²²	41.0	55.1
Стопа незапослености ²³	22.3	21.0
Стопа неактивности ²⁴	47.2	30.3

Извор: РЗС, 2014.

21 Стопа активности представља пропорцију активног становништва (које обухвата сво запослено и незапослено становништво) у односу на становништво радног узраста (15-64 године).

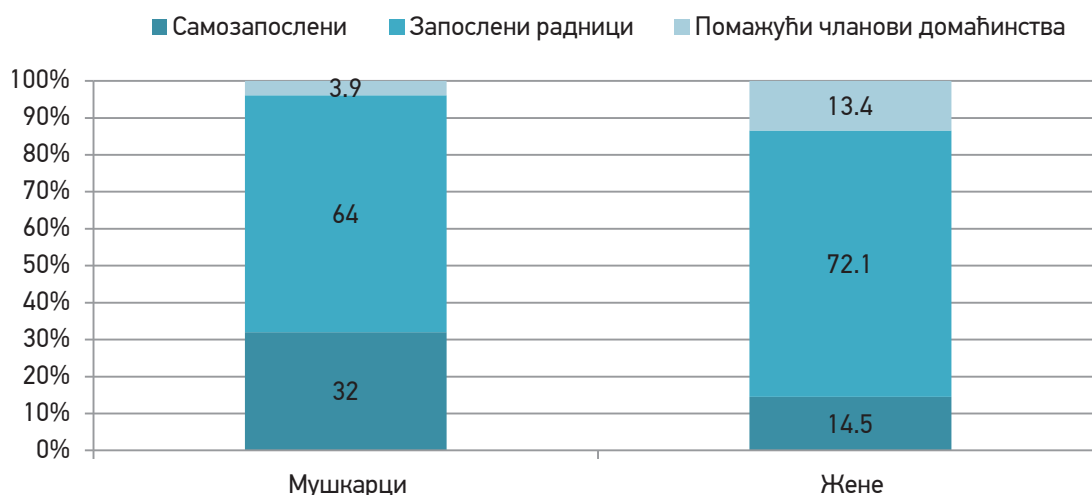
22 Стопа запослености представља пропорцију запосленог становништва у односу на становништво радног узраста (15-64 године).

23 Стопа незапослености представља пропорцију незапосленог становништва (које у референтном периоду није обављало никакав посао којим је стицало средства за живот у новцу или природи а које је активно тражило запослење у току претходног месеца и могло би да ступи на посао у року од 2 недеље уколико се за то укаже прилика) у односу на активно становништво.

24 Стопа неактивности представља пропорцију неактивног становништва (које није запослено нити тражи запослење, а у које спадају категорије попут пензионера, студената и ученика, других издржаваних лица и лица која нису способна за рад) у односу на становништво радног узраста (15-64 године).

Родни јаз се испољава и у структури запослених према статусу. Из наредног графика се може уочити да међу запосленим мушкарцима знатно веће учешће бележе samozaposleni, док је код жена забележен већи удео запослених радница (код других послодаваца) али и помажућих чланова домаћинства.

ЗАПОСЛЕНО СТАНОВНИШТВО РАДНОГ УЗРАСТА (15-64)
ПРЕМА ПРОФЕСИОНАЛНОМ СТАТУСУ, 2009.



Извор: РЗС, АРС, 2014

РОДНИ ИМОВИНСКИ ЈАЗ И ПРИСТУП ВАЖНИМ РЕСУРСИМА

Жене су знатно ређе него мушкарци власнице имовине која представља значајан економски капитал или непосредне факторе производње, попут земљишта (које је од посебног значаја за пољопривредну производњу), средстава за производњу, станова, пословног простора. Истраживање о животним условима жена у Централној Србији показало је да је у домаћинствима која поседују земљиште само у 18% случајева бар део тог земљишта уписан на жене, међу домаћинствима која живе у сопственом стамбеном простору тек у 15% случајева власници тих станова су жене, а међу домаћинствима која поседују неки пословни простор, тек у 19% случајева тај објект је у власништву жене (Бабовић, Гинић, Вуковић, 2010). Међу женама које су власнице пословног простора мање од половине (45.5%) су предузетнице или samozaposlene, што значи и да користе овај ресурс. На крају, међу домаћинствима која поседују аутомобил, тек у 13% случајева овај аутомобил је у власништву испитанице (Ибид).

Поред тога, родне разлике се јављају и у приступу финансијским институцијама. У Србији 2009. године, тек нешто преко половине становништва је поседовало рачун у банци (55.6%), а међу њима је било 54% мушкараца и 46% жена. Или, посматрано другачије, међу пунолетним женама рачун у банци је поседовало 52% жена док је међу пунолетним мушкарцима рачун имало 59% (UNDP, Истраживање о социјалној искључености). Захтев за кредит (било које врсте) поднело је 24% жена и 29% мушкараца, а кредит је добило 94% жена и 92% мушкараца. Број особа чији је захтев за кредит одбијен је мали, па податке треба узети у обзир са опрезом, али они указују да се разлози одбијања захтева за кредит разликују између жена и мушкараца. Код жена су недо-вољне гаранције и одсуство кредитне историје или неповољна кредитна историја чешћи разлози

одбијања него код мушкараца, док су код мушкараца чешће него код жена заступљени разлози попут неодговарајућег бизнис плана, неадекватне документације и други разлози.

РОДНИ ЈАЗ У БРИЗИ О ДОМАЋИНСТВУ И ПОРОДИЦИ

Напокон, потребно је указати и на значајан сегмент родних неједнакости који се одвија у сфери приватног и породичног живота. Истраживања показују да су послови одржавања домаћинства и бриге о породици несразмерно препуштени женама, што у значајној мери троши њихово време и друге ресурсе.

РАСПОДЕЛА КУЋНИХ ПОСЛОВА У СРБИЈИ, 2007.

Врста кућног посла	Обављају жене	Обављају мушкарци	Обављају заједно
Кување	85.4	9.0	5.6
Прање	82.8	8.5	8.7
Чишћење	79.0	8.8	12.2
Пеглање	84.6	8.5	6.9
Нега мале деце	75.0	9.2	15.7
Брига о школским обавезама деце	74.4	15.3	10.3

Извор: Бабовић, 2010.

Неједнакости у сфери приватности испољавају се и кроз неке психолошке механизме које није лако спознати квантитативним истраживањима. Тако су фокус групне дискусије спроведене у оквиру истраживања о положају жена на тржишту рада указале да жене често истичу како им недостаје „храбрости, самопоуздања, смелости“ да се упусте у самостални посао, поготово у мањим местима у којима је притисак традиционалних норми већи и непосреднији (Бабовић, 2007).

Описани услови указују на прилично неповољан контекст у коме се одвија предузетништво жена. На нивоу општих података, о односу наведених аспеката окружења и предузетништва жена може се више индиректно судити, док ће задатак истраживања бити да непосредније установи које од наведених детерминанти представљају значајније препреке и спутавајуће факторе за развој предузетништва жена.

3.

ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИСУ У СРБИЈИ У КОМПАРАТИВНОЈ ПЕРСПЕКТИВИ

Специфичности положаја жена у бизнис сектору у Србији могу се проценити прецизније тек у упоредном оквиру, онда када се упореде са положајем мушкараца у овом сектору у Србији и пословним женама у ширем региону и ЕУ. Стога ће у овом поглављу бити сагледани обим и карактеристике предузетништва жена, као и карактеристике менаџерки у упоредном оквиру, пре него што се упустимо у детаљнију анализу њиховог положаја на основу података из истраживања.

3.1.

УПОРЕДНИ НАЛАЗИ О ПОЛОЖАЈУ ЖЕНА И МУШКАРАЦА У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ

Удео жена у бизнис сектору може се оценити на основу њиховог удела међу власницима предузећа, међу највишим руководиоцима предузећа и међу предузетницима, односно категорији коју чине лица која су истовремено и власници и највиши руководиоци предузећа. У свакој од наведених категорија жене чине изразиту мањину.

3.1.1.

РОДНИ ЈАЗ У ВЛАСНИШТВУ НАД ПРИВРЕДНИМ ДРУШТВИМА

Према подацима Агенције за привредне регистре, у августу 2014. године било је регистровано укупно 168.158 привредних друштава. Међу њима изразиту већину (89,5%) су чинила друштва ограничене одговорности. Међутим, велики број привредних друштава је у то време био у процесу ликвидације, под стечајним поступком или већ угашено, па је број активних привредних друштава износио 113.765.

Активна привредна друштва имала су укупно 217.290 власничких удела. Од тог броја власничких удела, само 26,8% (58.205) било је у власништву жена, док је преосталих 73,2% (159.085) било у власништву мушкараца. У односу на период истраживања о предузетништву жена из 2011. године, када је у власништву жена било 25,2% власничких удела, ови подаци указују на изузетно мали помак у правцу затварања родног јазу у власништву над привредним друштвима.

Овога пута детаљнији увиди у структуру власништва према величини удела и полу власника нису били доступни, али у претходном циклусу истраживања уочена је правилност да су жене нешто склоније да буду самосталне власнице предузећа. О томе сведочи и просечна величина власничког удела – мушкарци су у просеку били власници над 88,7% предузећа, док су жене у просеку биле власнице над 91,4% предузећа (Бабовић, 2012).

ВЕЛИЧИНА ВЛАСНИЧКИХ УДЕЛА ПРЕМА ПОЛУ, 2011.

Величина власничких удела у предузећу	Жене	Мушкарци
0.1-25.0%	3.0	4.1
25.01-50.0%	11.8	13.6
50.01-75.0%	1.0	1.5
75.01-99.9%	0.7	1.3
100%	83.5	79.6

Извор: база предузећа РЗС, 2011, нав. према Бабовић, 2012.

Разлике у поседовању власничких удела жена и мушкараца нису примећене у значајнијој мери између региона нити привредних сектора. Мање промене се региструју само у неким „типично женским“ секторима као што су административна помоћ и услуге, здравство и социјална заштита и сектор класичних услуга, у којима жене поседују између 30% и 40% власничких удела, док у другим гранама поседују између 15% и 30% тих удела (Бабовић, 2012.).

3.1.2.

РОДНИ ЈАЗ НА ПОЛОЖАЈИМА УПРАВЉАЊА ПРЕДУЗЕЋЕМ

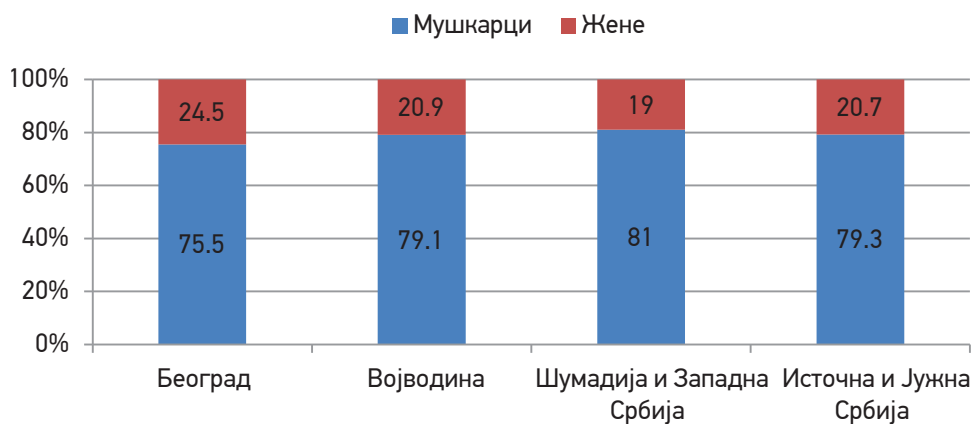
Да би се родни јаз у управљању предузећима сагледао у правом светлу, потребно је пажњу усмерити на највише управљачке положаје, односно положаје са највише моћи у предузећима. То су најчешће положаји генералних директора, а у случају акционарских друштава и позиције чланова управних одбора. Према подацима Агенције за привредне регистре из 2014. године, жене су заузеле 25,8% највиших управљачких положаја у активним привредним друштвима, што представља благо повећање удела са 22,0% у 2011. години.

Ови налази још једном иду у прилог тези да се жене теже „пробијају“ до водећих положаја онда када је и конкуренција са мушкарцима већа, односно када је више власника и кандидата за те положаје. Ови налази су у складу и са ранијим налазима о постојању такозваног „стакленог плафона“²⁵ у вертикалној покретљивости жена на главне управљачке положаје у предузећима (Бабовић, 2007, 2010, 2012).

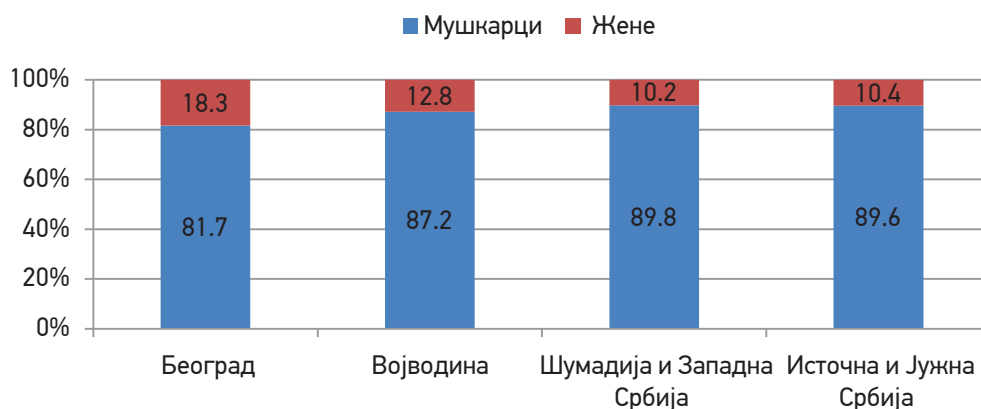
Регионалне разлике у овом аспекту приказане су у наредна два графика али на основу података из 2011. године, за особе које обављају директорске функције или заузимају места у управним одборима привредних друштава. Предочени подаци указују да су жене изван Београда још ређе заступљене међу директорима и значајно ређе заступљене међу члановима УО, него што је то случај у предузећима из Београда (Бабовић, 2012).

25 Ефекат „стакленог плафона“ указује на невидљиву али снажну препреку напредовања на највише организационе положаје жена и мањина. Термин је ушао у употребу у феминистичкој економији са циљем да означи родну дискриминацију у вертикалној покретљивости унутар организација, а касније је проширен и на друге облике дискриминације.

ДИРЕКТОРИ ПРЕДУЗЕЋА ПРЕМА ПОЛУ И РЕГИОНУ, У %



ЧЛАНОВИ УО ПРЕМА ПОЛУ И РЕГИОНУ, У %



3.1.3. РОДНИ ЈАЗ У ПРЕДУЗЕТНИШТВУ

Предузећа која би се могла сврстати у предузетништво жена (јер су у власништву и под управом жена) чинила су тек око 26% од укупног број активних предузећа у 2011. години. У погледу изражености родног јаза у обиму предузетништва жена и мушкараца у Србији нису постојале значајне регионалне разлике (Бабовић, 2012). На основу података АПР из 2014. године, жене су чиниле 24% предузетника који су се налазили на челу привредних друштава (истовремено и власници и главни менаџери), док су међу регистрованим предузетницима бележиле удео од 32%. Уколико се пак предузетници на челу привредних друштава и предузетници регистровани као физичка лица рачунају као јединствени скуп предузећа, запажа се да жене бележе удео од 31,7%, што представља приметно већи удео у односу на 2011. годину.²⁶

26 Потребно је напоменути да разлика може потицати делом и од методологије између два периода, односно начина на који су третирана привредна друштва и предузетници у којима нису познати подаци о полу власника и/или менаџера.

ПРЕДУЗЕЋА ПРЕМА ПОЛУ ОСОБЕ КОЈА ОБАВЉА ПРЕДУЗЕТНИЧКУ УЛОГУ, У 2014. ГОДИНИ



Извор: АПР, 2014.

Подаци не допуштају да се уочи да ли је до ове промене у уделу предузетница дошло због повећане стопе гашења предузећа на чијем се челу налазе мушкарци у периоду између 2011. и 2014. године или из неких других разлога. Из претходног циклуса истраживања, када су били доступни ови подаци о демографији предузећа, било је уочено да су предузећа жена била „мање витална“ од предузећа мушкараца. Наиме, међу предузећима и радњама предузетница стопа гашења предузећа била је значајно виша него међу предузећима мушкараца – у 2011. години 47% предузећа које су основале и водиле жене је угашено, док је међу предузећима које су основали и водили мушкарци таквих 38%.

Значајне разлике у предузетништву жена и мушкараца јављају се у погледу сектора делатности. Овај податак не изненађује с обзиром на релативно изражену сегрегацију на тржишту рада која указује на професионалне и секторске наклоности жена и мушкараца (Бабовић, 2007, 2010).). Из наредне табеле се може уочити да су родне разлике у сектору делатности израженије код жена и мушкараца који су регистровани као предузетници него код оних који обављају предузетничке улоге на челу привредних друштава. Секторска сегрегација се испољава у предузетништву тако што су жене склоније трговини и сектору услуга, док мушкарци (уз такође доминантну усмереност на трговину), више него жене су склони пословању у сектору саобраћаја и грађевине. Више учешће пословања жена у области ИТ, финансија и некретнина, последица је високог учешћа рачуноводствених и књиговодствених услуга, које су традиционално „женски“ домени не нових форми економије знања (ИТ, технолошких иновација и финансијских тржишта).

Описане разлике примећене су и у току претходног циклуса истраживања и у том погледу се може рећи да није дошло до значајнијих промена.

ПРЕДУЗЕТНИШТВО ЖЕНА И МУШКАРАЦА ПРЕМА СЕКТОРУ ДЕЛАТНОСТИ, 2014.

Сектор делатности	%			
	Привредна друштва на челу за женама	Привредна друштва на челу са мушкарцима	Предузетнице	Предузетници
Пољопривреда, шумарство, риболов и водоснабдевање	4.4	6.3	0.8	1.6
Прерађивачка индустрија и снабдевање ел. енергијом	16.6	18.4	14.2	16.7
Грађевинарство	5.7	9,0	2.9	11.4
Трговина на велико и мало	34.3	32.3	33.0	22.9
Саобраћај	6.0	6.5	2.2	17.5
Угоститељство	3.7	4.2	9.6	9.1
ИТ, финансије, некретнине, стучне, научне, техничке и иновационе делатности	21.6	17.3	14.5	10.5
Административне и социјалне услуге	5.8	4.2	8.0	4.0
Класичне услуге	1.9	1.8	14.8	6.3
Укупно	100	100	100	100

Извор: Агенција за привредне регистре, 2014.

3.2. УПОРЕДНИ НАЛАЗИ О ПОЛОЖАЈУ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ, ЕУ И РЕГИОНУ

Положај жена у бизнис сектору у Србији у поређењу са земљама у региону и ЕУ биће сагледан у два кључна аспекта: женско предузетништво и заузимање највиших положаја одлучивања у компанијама.

3.2.1. ПРЕДУЗЕТНИШТВО

GEM истраживање представља једну од ретких иницијатива која омогућава праћење предузетништва на међународном нивоу према стандардизованим показатељима и методологији. На неколико година, GEM козорцијум спроводи тематско истраживање о женском предузетништву. Последње такво истраживање на глобалном нивоу спроведено је 2012. године²⁷, али нажалост, у њему није учествовала и Србија. Последњи подаци за све индикаторе за Србију су доступни

27 Извештај из овог истраживања доступан је на следећој адреси:
<http://www.gemconsortium.org/docs/2825/gem-2012-womens-report>

из 2009. године, али подаци за употпуњену родну анализу у међународном оквиру доступни су само за 2007. годину, када је у претходном наврату спроведено глобално тематско истраживање о женском предузетништву.²⁸ Према тим подацима у Србији је, у 2007. години међу женама старости 18-64. године било 7.9% предузетница, док је међу мушкарцима исте старости било 19.9% предузетника. Притом, 5% жена наведеног узраста биле су у фази оснивања посла или фази раног бизниса (за разлику од 12% мушкараца), док је 2.8% жена датог узраста било на челу утемељеног бизниса (за разлику од 7.7% мушкараца). Међународни упоредни подаци из наредне табеле наводе на неколико закључака:

- Распрострањеност предузетништва код жена је значајно мања него код мушкараца у свим посматраним земљама.
- Србија се међу посматраним земљама релативно високо позиционира и по заступљености предузетништва мушкараца је на трећем месту (иза Грчке и Португала), а жена на четвртом (иза Грчке, Португала и Мађарске).
- Родни јаз у распрострањености предузетништва најизраженији је у Србији и износи 12 процентних поена.

СТОПЕ ПРЕДУЗЕТНИШТВА ПО СТАРОСТИ БИЗНИСА И ПОЛУ, 2007. ГОДИНЕ

	Предузетничка активност у раној фази (предузел. у оснивању посла и предузел. новооснованих фирми 3-42 месеца)		Предузетници/е успостављеног бизниса (старијег од 42 месеца)		Укупна стопа предузетника/ца (рани + успостављени бизнис)	
	М	Ж	М	Ж	М	Ж
Србија	12.1	5.1	7.7	2.8	19.9	7.9
Словенија	6.8	2.7	6.8	2.3	13.7	5.0
Хрватска	9.4	5.1	5.8	2.7	15.2	7.8
Грчка	7.9	3.5	14.6	12.0	22.6	15.6
Мађарска	9.3	4.5	5.9	3.8	15.2	8.3
Данска	6.2	4.6	8.5	3.4	14.8	8.0
Италија	6.7	3.3	8.9	2.2	15.6	5.5
Холандија	6.6	3.7	8.6	4.1	15.2	7.8
Португал	11.7	6.0	9.8	4.4	21.5	10.4
Румунија	4.9	3.1	3.3	1.7	8.3	4.8
Шведска	5.8	2.5	6.9	2.5	12.7	5.0
Велика Британија	7.4	3.6	7.6	2.6	15.0	6.2
Норвешка	8.6	4.3	8.2	3.5	16.8	7.8

Извор: Allen et al, GEM, 2007: 12

28 Подаци за Србију приказани по полу доступни су и за 2008. годину (Vobera et al, 2008), али је проблем што се у извештају у коме су ти подаци приказани за сваки индикатор разликује скуп земаља са којима се Србија пореди. За 2009. годину подаци за Србију нису публиковани тако детаљно, па су готово сви индикатори доступни за укупну популацију али не и посебно за жене и мушкарце (база података http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=gem_datasets). За 2010. годину подаци за сада нису доступни у GEM бази података, већ само у глобалном извештају за ту годину из кога је Србија изостављена.

Међутим, подаци о обиму предузетништва међу женама сами по себи не откривају много. Дати обим предузетништва може бити остварен из различитих разлога. Индикатори који указују на преовлађујућу мотивацију уласка у предузетништво показују да се иза сличних стопа обима предузетништва могу крити врло различити облици мотивације, који касније утичу на постојаност и успешност бизниса. Тако се из претходне табеле може видети да Србија има сличне укупне стопе предузетништва жена као Данска и Норвешка. Међутим, из наредне табеле се може видети да се иза истог обима предузетништва крију различити разлози – док је у Србији предузетништво изразито мотивисано економском нуждом, у две скандинавске земље које се налазе на супротном крају према поенима на основу којих је извршено рангирање представљају изразите примере развоја женског предузетништва на основу препознатих пословних могућности. Истовремено, важно је препознати да се у Србији такође испољавају значајне родне разлике у мотивима уласка у предузетништво, јер је код мушкараца значајније присутан мотив пословних могућности него код жена.

ПРОПОРЦИЈА МОТИВА ПОСЛОВНИХ МОГУЋНОСТИ СПРАМ МОТИВА ЕКОНОМСКЕ НУЖДЕ У ФАЗИ РАНОГ ПРЕДУЗЕТНИШТВА²⁹, ЗА ОДАБРАНЕ ЗЕМЉЕ, ПРЕМА ПОЛУ, 2007.

	Мушкарци	Жене	Жене – ранг ³⁰
Србија	1.45	0.32	1
Хрватска	2.04	0.77	3
Мађарска	3.07	1.57	12
Румунија	5.00	2.6	22
Велика Британија	6.09	2.9	24
Шведска	6.00	2.93	25
Италија	5.33	2.96	26
Словенија	10.44	3.83	32
Холандија	6.30	3.88	33
Португал	10.10	4.90	35
Грчка	12.80	5.38	36
Норвешка	29.00	12.91	40
Данска	28.00	17.69	41

Извор: Allen et al, GEM, 2007

Треба имати у виду да када се подаци посматрају у међународном упоредном контексту разлике између земаља потичу од низа фактора који нису само непосредно повезани са шансама жена да започну и развију предузетничке подухвате, већ и са дубљим карактеристикама националних економија, родних режима и сл.

29 Што је вредност већа, то је у датој земљи више жена ушло у предузетништво мотивисано пословним приликама, на супрот онима које су ушле због немогућности да нађу посао или да избегну неповољне услове на претходном рандом месту.

30 Рангови су преузети из оригиналне табеле, а с обзиром да је број одабраних земаља у овој табели мањи него у оригиналној табели (где су приказане вредности за 41 земаљу), позиције на ранговима су дисконтинуиране.

3.2.2. ПОЗИЦИЈЕ УПРАВЉАЊА КОМПАНИЈАМА

Праћење положаја жена на позицијама управљања компанијама омогућено је захваљујући јединственој бази података Европске комисије која садржи податке о положају жена у земљама чланицама и земљама кандидатима, па и земљама које нису још достигле статус кандидата, у ширем контексту учешћа жена у одлучивању. Методологија праћења обухвата неколико важних подручја: структуре политичког одлучивања, јавну администрацију, правосуђе, бизнис сектор и финансијски сектор, социјалне партнере и цивилни сектор и животну средину.

У области финансијског и бизнис сектора праћење обухвата највише положаје у кључним институцијама на европском, националном и регионалном нивоу, као и положаје у компанијама. Када су у питању компаније прате се положаји чланова одбора (председници и чланови управних или надзорних одбора), генерални директори или главни извршни директори и сл. Прате се највеће компаније које су на берзанској листи. Иако подаци нису у потпуности упоредиви због различитих система управљања појединачних држава, они у великој мери допуштају да се стекну неки основни компаративни увиди и да се прате промене кроз време.

Из наредне табеле може се приметити да је заступљеност жена међу председницима управних одбора знатно изнад просека за ЕУ 28, а заступљеност међу члановима УО тек за процентни поен мање од просека за ЕУ 28. Интересантно је да је удео жена међу председницима компанија знатно виши и од неких земаља које су познате по већим достигнућима у погледу родне равноправности, као што су Данска, Норвешка. Међутим, када је у питању заступљеност међу члановима УО, Србија показује лошију слику од ових и многих других земаља.

УДЕО ЖЕНА МЕЂУ ПРЕДСЕДНИЦИМА И ЧЛАНОВИМА ОДБОРА У КОМПАНИЈАМА
ЗА ОДАБРАНЕ ЗЕМЉЕ, 2013.

	Број компанија		Председници		Чланови	
	Обухваћено	Са подацима	Жене (%)	Мушкарци (%)	Жене (%)	Мушкарци (%)
ЕУ-28	610	610	5	95	18	82
Белгија	18	18	0	100	17	83
Бугарска	15	15	13	87	17	83
Чешка	11	11	20	80	11	89
Данска	18	18	0	100	23	77
Немачка	30	30	3	97	21	79
Грчка	24	24	0	100	8	92
Шпанија	33	33	6	94	15	85
Француска	35	35	9	91	30	70
Хрватска	23	23	9	91	15	85
Италија	37	37	0	100	15	85
Мађарска	13	13	0	100	11	89
Холандија	21	21	0	100	25	75
Аустрија	20	20	0	100	13	87
Пољска	19	19	16	84	12	88

	Број компанија		Председници		Чланови	
	Обухваћено	Са подацима	Жене (%)	Мушкарци (%)	Жене (%)	Мушкарци (%)
Румунија	10	10	0	100	8	92
Словенија	20	20	5	95	22	78
Словачка	10	10	30	70	24	76
Финска	23	23	4	96	30	70
Шведска	26	26	4	96	26	74
Велика Британија	45	45	0	100	21	79
Македонија	10	10	30	70	17	83
Турска	50	50	10	90	8	92
Србија	14	14	21	79	17	83
Исланд	10	10	20	80	48	52
Норвешка	20	20	15	85	42	58

Извор: Европска комисија³¹

Када је у питању удео жена међу главним извршним директорима компанија у Србији није било ниједне жене на челу компанија из узорка. Међутим, очигледно је да је у већини осталих посматраних земаља ситуација слична и да свега у неколико земаља има жена на овим позицијама.

УДЕО ЖЕНА МЕЂУ ГЛАВНИМ ДИРЕКТОРИМА КОМПАНИЈА ЗА ОДАБРАНЕ ЗЕМЉЕ, 2013.

	Број компанија		Главни извршни директори (ЦЕО)	
	Обухваћено	Са подацима	Жене (%)	Мушкарци (%)
ЕУ-28	610	610	3	97
Белгија	18	18	0	100
Бугарска	15	15	7	93
Чешка	11	11	0	100
Данска	18	18	0	100
Немачка	30	30	0	100
Грчка	24	24	4	96
Шпанија	33	33	3	97
Француска	35	35	0	100

31 http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/business-finance/supervisory-board-board-directors/index_en.htm

	Број компанија		Главни извршни директори (ЦЕО)	
	Обухваћено	Са подацима	Жене (%)	Мушкарци (%)
Хрватска	23	23	4	96
Италија	37	37	0	100
Мађарска	13	13	0	100
Холандија	21	21	10	90
Аустрија	20	20	0	100
Пољска	19	19	0	100
Румунија	10	10	11	89
Словенија	20	20	5	95
Словачка	10	10	10	90
Финска	23	23	0	100
Шведска	26	26	4	96
Велика Британија	45	45	2	98
Македонија	10	10	0	100
Турска	50	50	0	100
Србија	14	14	0	100
Исланд	10	10	10	90
Норвешка	20	20	0	100

Извор: Европска комисија³²

Распрострањеност предузетништва код жена је значајно мања него код мушкараца у свим земљама које прати GEM. Родни јаз у распрострањености предузетништва најизраженији је у Србији и износио је 12 процентних поена у 2007. години. У Србији предузетништво изразито мотивисано економском нуждом, с тим што је код мушкараца значајније присутан мотив пословних могућности него код жена.

Изложени подаци указују на изражен родни јаз у предузетништву, односно, на значајно мањи обим предузетништва жена у поређењу са предузетништвом мушкараца. Уколико се пажња обрати на обим предузетништва кроз различите правне форме предузећа, запажа се да је посебно мали удео предузетница које воде привредна друштва. Може се претпоставити да је један од најважнијих разлога за то што у привредним друштвима у којима има више власника (поготово акционарским друштвима која често имају велики број власника и управљача), жене теже доспевају до водећих управљачких позиција у конкуренцији са мушким колегама. Подаци указују да су предузећа на чијем се челу налазе жене теже одржива, односно, одликује их већа стопа гашења. Родни јаз се јавља и у погледу секторске структуре предузетништва жена и мушкараца – жене се

32 http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/business-finance/executives-non-executives/index_en.htm

чешће окрећу трговини и сектору услуга, а мушкарци, секторима саобраћаја и грађевине. Више учешће пословања жена у области ИТ, финансија и некретнина, дугује се високом учешћу рачуноводствених и књиговодствених услуга.

Регионалне разлике се испољавају у неколико аспеката: предузетници и предузетнице изван Београда знатно су мање склони да своје предузетничке подухвате остварују кроз правне форме привредних друштава него они из Београда; жене изван Београда још теже доспевају на водеће положаје у привредним друштвима, а секторска структура предузетничких подухвата жена се значајно разликује између Београда и других региона, јер су предузетнице изван Београда нешто склоније да послују у области индустрије, још више концентришу бизнисе у области трговине, док су жене из Београда склоније да послују у области информатичких технологија и кварталних услуга.

Када су у питању компаративни подаци на основу којих се стање у Србији може упоредити са стањем у другим земљама, налази су противречни. Родни јаз у распрострањености предузетништва био у 2007. години најизраженији у Србији међу свим посматраним земљама и износио је 12 процентних поена. Међутим, треба имати у виду да је распрострањеност предузетништва код жена значајно мања него код мушкараца у свим земљама које прати GEM.

Заступљеност жена на највишим положајима одлучивања у компанијама је према неким показатељима изнад ЕУ просека (удео међу председницима УО), док је међу другим испод овог просека (удео међу члановима УО). У погледу удела жена међу генералним директорима највећих компанија са берзанске листе Србија, нажалост, дели судбину већине земаља у погледу потпуне одсутности жена са ових позиција.

4.

ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ У СРБИЈИ – КАРАКТЕРИСТИКЕ, ПОТЕНЦИЈАЛИ, ПРЕПРЕКЕ

4.1.

ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ УЗОРКА

Узорком је укупно обухваћена 601 жена у бизнис сектору. У складу са концептуалним оквиром, основним циљевима истраживања и дефиницијама које су изложене у ранијим поглављима, узорак је дефинисан тако да обухвати различите категорије жена у бизнис сектору :

- **Активне предузетнице из панел под-узорка.** Ову категорију чине предузетнице, (дакле жене које су истовремено и (су)власнице и главне менаџерке предузећа), које су биле интервјуисане током истраживања о предузетништву жена 2011. године. Од 455 активних предузетница које су биле обухваћене узорком 2011. године, током истраживања 2014. године само 167 њих је пристало да поново учествује у истраживању, односно толико их је још увек активно.
- **Активне предузетнице изван панел под-узорка које су основале предузеће пре 2011. године.** Имајући у виду да цео панел узорак није могао бити поновљен (због гашења предузећа или одбијања да се поново учествује у истраживању), део узорка предузетница компензован је из регистра привредних друштава и предузетница и то тако да је одабрано 168 предузетница које су регистровале свој бизнис пре августа 2011. године и 116 предузетница које су регистровале свој бизнис након тог периода, у складу са стопама регистрације предузећа жена.
- **Неактивне предузетнице.** Ову подкатегорију чине предузетнице чије је предузеће угашено. Међу овим бившим предузетницама 42 су учествовале у претходном истраживању 2011. године, када је њихово предузеће било активно, а 8 је одабрано насумично из регистра АПР у коме се налазе и подаци о предузећима која су угашена и брисана из регистра.
- **Менаџерке.** Ову категорију чини 100 жена које се налазе на челу приватног предузећа, али не поседују никакав удео власништва над тим предузећем.

У даљем тексту ће се за предузетнице које су започеле самостални бизнис пре августа 2011. године, без обзира да ли је реч о панел подузорку или не, називати „старим“ предузетницама док ће се оне које су након овог периода започеле бизнис називати „новим“ предузетницама. Оваква подела биће пре свега значајна када се желе сагледати разлике у профилу и карактеристикама бизниса. Наиме, занимало нас је да ли је период након 2011. године, кога је обележила продужена економска криза и неповољни услови на тржишту рада, довео до промена у структури пословних активности, пре свега у смислу грана делатности, тржишта и сл. Прецизна структура узорка према наведеним категоријама приказана је у наредној табели.

СТРУКТУРА УЗОРКА ЖЕНА У БИЗНИСУ

Подузорак	Н	%
Предузетнице из панел под-узорка	167	27.8
Предузетнице изван панел под-узорка које су основале предузеће пре 2011. године	168	28.0
Предузетнице изван панел под-узорка које су основале предузеће након 1. јануара 2011. године	116	19.3
Неактивне предузетнице	50	8.3
Менаџерке	100	16.6
Укупно	601	100

У наставку овог поглавља анализом ће се обухватити само активне предузетнице и менаџерке, док је неактивним предузетницама посвећено посебно поглавље.

Када је у питању регионална дистрибуција узорка, примећује се да је готово трећина испитаница из региона Шумадије и Западне Србије, а четвртина из београдског региона. Међутим, на основу података из наредне табеле се може уочити да се регионална дистрибуција предузетница и менаџерки значајно разликује, јер се бележи знатно више менаџерки из београдског региона него из региона Шумадије и Западне Србије. Најмањи удео бележе предузетнице и менаџерке из Војводине.

ПОСЛОВНЕ ЖЕНЕ ПРЕМА РЕГИОНУ СЕДИШТА ПРЕДУЗЕЋА³³

Регион	%		
	Укупно	Предузетнице	Менаџерке
Београд	25.0	22.8	34.7
Војводина	21.9	22.6	18.4
Шумадија и Западна Србија	31.1	32.2	26.5
Источна и Јужна Србија	22.0	22.4	20.4
Укупно	100	100	100

Остале социо-демографске и професионалне карактеристике узорка већ описују профил жена у бизнис сектору, па ће оне бити анализирани у наредном поглављу.

4.2. ПРОФИЛ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ

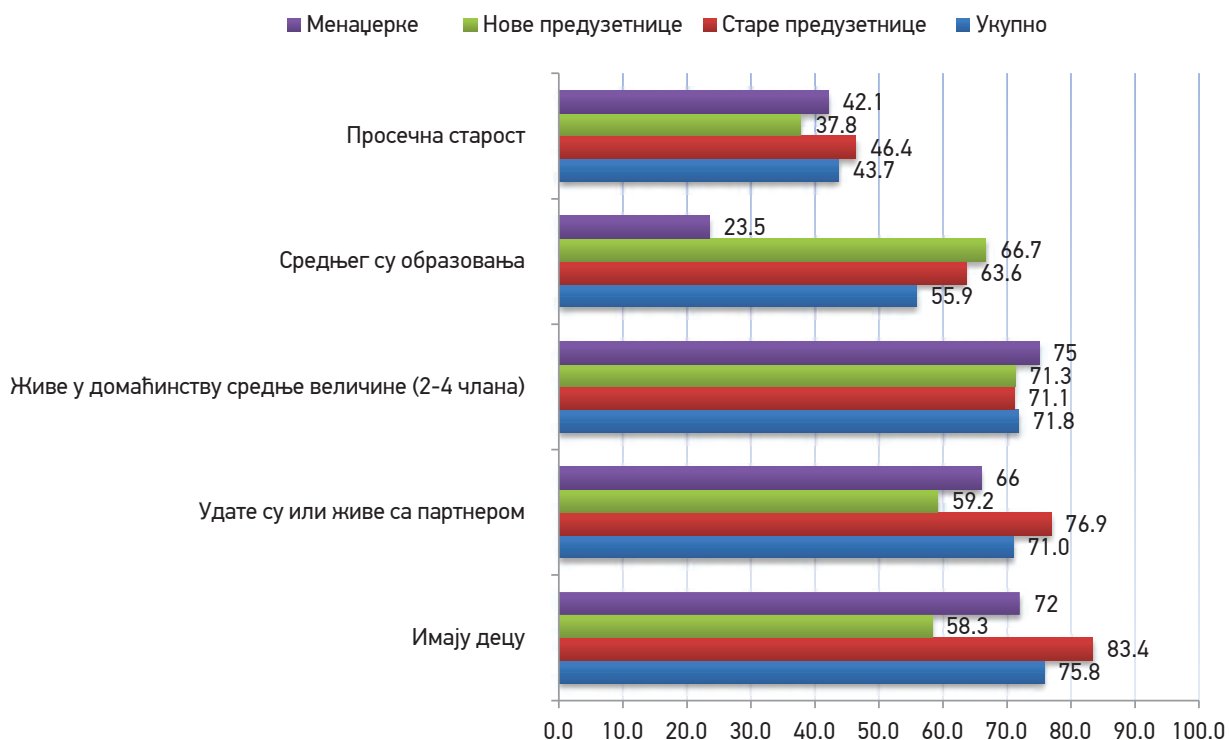
Профил жена у бизнис сектору треба да покаже ко су заправо ове жене према низу социо-демографских карактеристика, те какав је њихов пословни профил имајући у виду најосновније карактеристике њиховог бизниса.

³³ Место седишта предузећа је најчешће и место у коме предузетнице живе.

4.2.1. СОЦИО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ ПОСЛОВНИХ ЖЕНА

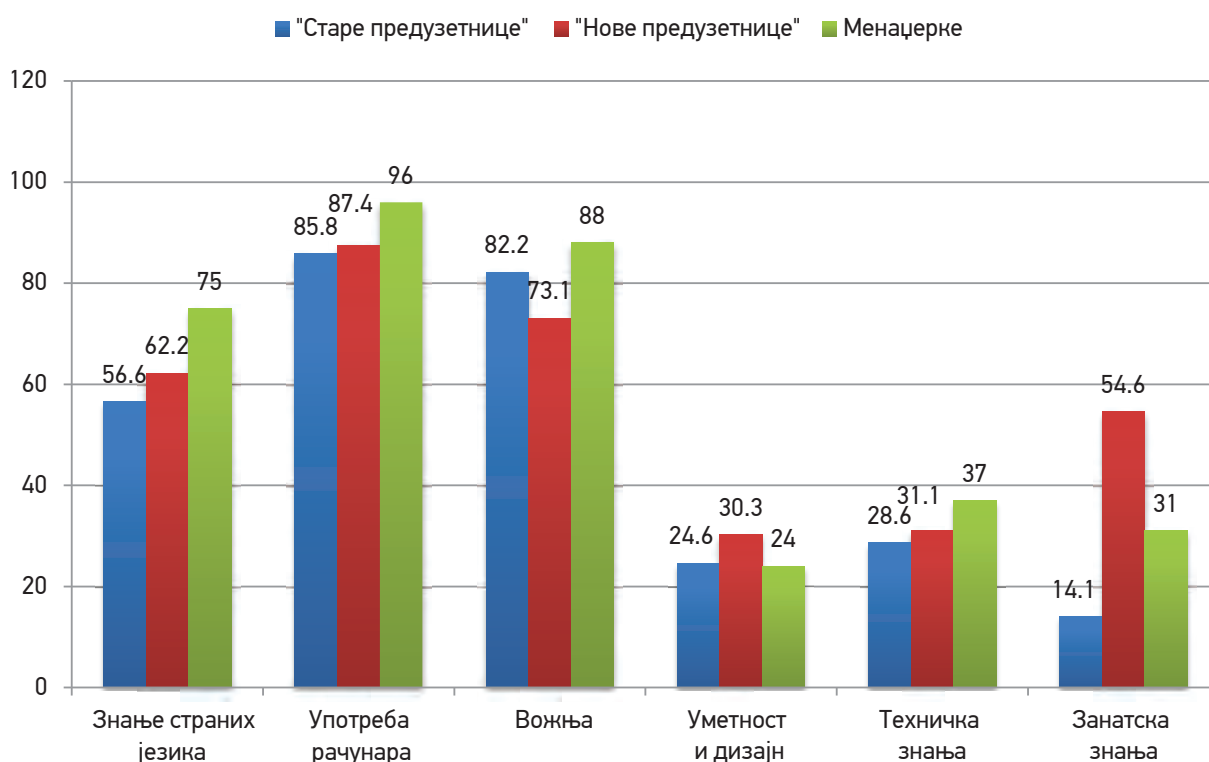
Из наредног графикона се може видети социо-демографски профил жена из узорка. Основни подаци о њиховом профилу указују да су то просечно жене средње доби, које у већини случајева живе у домаћинствима средње величине, у браку су или кохабитацији и имају децу. У појединим аспектима испољавају се значајније разлике између подкатегија жена у бизнису. Наиме важна разлика у погледу образовних карактеристика испољава се између менаџерки и предузетница. Док предузетнице у већини случајева (преко 60%) имају средње образовање, менаџерке у већини случајева (76.5%) имају више или високо образовање. Међу њима чак 7.1% има постдипломски степен. Поред тога, извесне значајне разлике испољавају се између тзв. „старих“ и „нових“ предузетница. Предузетнице које су започеле самостални бизнис након августа 2011. године су у просеку млађе од предузетница које су основале бизнис пре тог периода (37.8 година према 46.4 године), а онда у складу са тим и нешто ређе живе у браку, односно кохабитацији и имају деце.

СОЦИО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ



Жене у бизнис сектору у значајној мери располажу и додатним знањима и вештинама. Из наредног графикона се може уочити да су у већини случајева, у свакој од категорија жена, већински заступљена знања страних језика, рада на рачунару, као и возачке вештине. Ова знања и вештине су најзаступљенији међу менаџеркама. Занатска знања заступљена су, пак, најчешће међу „новим“ предузетницама.

ПОСЕДОВАЊЕ РАЗЛИЧИТИХ ЗНАЊА И ВЕШТИНА



4.2.2. ПОСЛОВНИ ПРОФИЛ ЖЕНА У БИЗНИС СЕКТОРУ

Пословни профили предузетница и менаџерки приказани су засебно због тога што се њихов положај у бизнис сектору разликује (прве су и власнице а друге нису), услед чега сами профили садрже различите елементе. Предузетнички профил приказан је на основу показатеља попут величине предузећа мерене бројем запослених, правној форми у којој се обавља пословна активност, грани претежне делатности, преовлађујућем типу тржишта на коме послују, предузетничком пореклу, као и мотивима због којих су се отиснуле у самостални бизнис. Пословни профил менаџерки сачињен је из следећих компоненти: величине фирме мерене бројем запослених, правног облика предузећа, типа тржишта на коме претежно послују и гране делатности.

Пословни профил предузетница указује на то да су у изразитој већини случајева то жене које су на челу микро-бизниса, односно да запошљавају мање од 10 лица. Њихова делатност такође је регистрована у већини случајева у форми предузетништва, а не привредних друштава. Оне претежно послују на локалним тржиштима, немају традицију предузетништва у породици и најчешће су започеле самостални бизнис због потребе да реше проблем незапослености или неповољне запослености, односно у предузетништво су се упустиле из нужде³⁴.

Извесне разлике се могу приметити између „стarih“ и „нових“ предузетница: ове друге су још чешће усмерене на локална тржишта, ређе оснивају привредна друштва, али су се и нешто ређе упустиле у предузетништво из нужде.

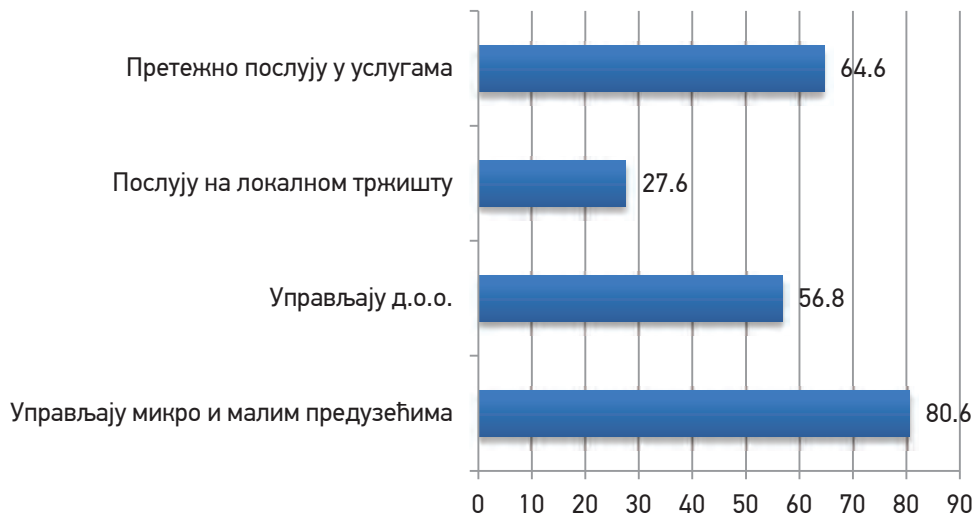
34 GEM приступ такође разликује предузетнице „из нужде“ (out of necessity) од предузетница „шанси“ (opportunity).

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПРОФИЛ „СТАРИХ“ И „НОВИХ“ ПРЕДУЗЕТНИЦА



За разлику од предузетница које су готово у свим случајевима на челу микро предузећа, менаџерке управљају чешће и нешто већим предузећима. Тако се 80.6% налази на челу микро и малих предузећа. Предузећа менаџерки знато су ређе усмерена само према локалним тржиштима, односно послују много чешће на ширим тржиштима. Према правној форми њихова предузећа су најчешће привредна друштва регистрована као друштва ограничене одговорности (д.о.о.).

ПОСЛОВНИ ПРОФИЛ МЕНАЏЕРКИ



Значајне разлике се могу уочити између три категорије жена у бизнис сектору према грани претежне делатности. Из података предочених у наредној табели може се приметити да се „старе“ предузетнице више концентришу у сектору трговине него „нове“ предузетнице и менаџерке. Примећује се да се да је већа заступљеност индустријских предузећа у категорији менаџерки, као и да се „нове“ предузетнице значајно више концентришу у сектору класичних услуга. Подаци указују на још две битне тенденције: „старе“ предузетнице више него друге две категорије развијају пословне активности у сектору такозваних креативних индустрија (информатика, комуникације, некретнине, научно-техничке иновације и сл.), а значајно мање него остале две категорије усмеравају бизнис у правцу угоститељства. Ове разлике у структури бизниса према грани делатности, у значајној мери утичу и на неке друге карактеристике пословних активности о којима ће више бити речи касније.

ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ ПРЕМА ГРАНИ ДЕЛАТНОСТИ ПРЕДУЗЕЋА

Грана делатности	Категорија		
	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	Менаџерке
Пољопривреда, риболов, шумарство	0	0	4.1
Индустрија и енергетика	14.1	16.9	28.6
Грађевинарство	1.1	0	0
Трговина на велико и мало	46.3	32.4	32.7
Саобраћај и складиштење	1.4	1.4	2.0
Угоститељство	5.3	15.5	14.2
ИТ, финанс, некрет, науч. тех.	4.0	0	6.1
Административне и соц. услуге	13.0	5.6	2.0
Класичне услуге	13.8	28.2	8.2
Остало	1.0	0	2.1
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=69.006, Крамеров В=0.293, $p=0.000$

Подаци из истраживања указују на то да постоје статистички значајне разлике у структури предузећа предузетница према грани делатности између региона. Из наредне табеле се може уочити да, иако у свим регионима доминирају предузећа која послују у области трговине (на велико и мало), ипак удео трговинских предузећа је најмањи у Београду, а значајно већи у осталим регионима. Удео угоститељских фирми се значајно разликује између Шумадије и Западне Србије и Источне и Јужне Србије. Административне и помоћне услужне делатности највише су заступљене у Београду, где је и најживља привредна активност. У београдском региону највише су заступљене и социјалне услуге, док су личне и друге класичне услуге најчешћа грана делатности предузетница у Шумадији и Западној Србији.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ ПРЕМА ГРАНИ ДЕЛАТНОСТИ И РЕГИОНУ

Грана делатности	%			
	Београд	Војводина	Шумадија и Западна Србија	Источна и Јужна Србија
Прерађивачка индустрија	9.5	13.8	17.1	15.9
Трговина	34.9	46.3	43.1	47.7
Услуге смештаја и исхране	7.9	6.3	5.7	10.2
Административе и помоћне услужне делатности	17.5	8.8	7.3	2.3
Социјалне услуге	9.5	1.3	1.6	3.4
Личне и друге класичне услуге	17.5	15.0	21.1	11.4
Остало	3.2	8.5	4.1	9.1
Укупно	100	100	100	100

Хи-квадрат=59.850, Крамеров В=0.237, $p=0.017$

Између „старих“, „нових“ предузетница и менаџерки постоје значајне разлике у погледу правне форме предузећа на чијем се челу налазе. „Нове“ предузетнице, најчешће су регистровале своју пословну активност у форми предузетништва. „Старе“ предузетнице значајно чешће од њих воде предузећа регистрована у форми друштва ограничене одговорности, а овај правни облик управо представља најчешћи тип предузећа у случају менаџерки. Могуће је да су се „нове“ предузетнице изразито концентрисале у овом правном облику управо због неповољних економских и друштвених услова у периоду након економске кризе, јер је овакву форму најлакше регистровати, а и обавезе и оптерећења за регистровану предузетничку радњу су такође далеко мање него за привредна друштва. Такође, на овакве разлике у правним формама могу утицати и гране делатности, пре свега у смислу релативно високог учешћа делатности у области класичних услуга, које су најчешће регистроване у форми предузетичке активности (занатске радње, салони и сл.).

ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ ПРЕМА ПРАВНОЈ ФОРМИ ПРЕДУЗЕЋА

Грана делатности	Категорија		
	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	Менаџерке
Регистровани предузетник	75.7	96.6	20.0
Друштво ограничене одговорности	21.8	3.4	56.8
Ортачко друштво	2.2	0	2.1
Командитно друштво	0.3	0	0
Акционарско друштво	0	0	21.1
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=208.445, Крамеров В=0.440, $p=0.000$

Напокон, истакнуте разлике у пословном профилу између три категорије жена у бизнис сектору испољавају се и у погледу тржишта на којима наступају. Док се пословање менаџерки најмање везује за локална тржишта, и велики удео њих послује на регионалним, националним и страним тржиштима, предузетнице су знатно чешће ограничене на локална тржишта, и то посебно „нове“ предузетнице. То не чуди, због тога што је за проширење делатности на шира тржишта потребно време за развој бизниса, али и због високог удела делатности у области класичних услуга које су везане за непосредно, локално тржиште.

ЖЕНЕ У БИЗНИС СЕКТОРУ ПРЕМА ТРЖИШТИМА НА КОЈИМА ПОСЛУЈУ

Тржишта	Категорија		
	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	Менаџерке
Локално	63.5	81.5	27.6
Регионално (у земљи)	12.1	6.2	12.1
Национално	13.3	6.9	21.1
ЕУ тржиште	4.2	2.3	15.6
Ширег региона (бивше југословенске републике које нису у ЕУ)	5.2	1.5	12.6
Друга страна тржишта изван ЕУ	1.7	1.5	11.1
Укупно	100	100	100

Жене у бизнис сектору не представљају хомогену категорију. Значајне разлике испољавају се између оних које су предузетнице, односно које поседују власништво над предузећем и њиме управљају и менаџерки које само управљају предузећем без оснивачких улога. Иако је њихов основни социо-демографски профил сличан, јер је реч о женама у средњим годинама, претежно породичним женама, разлике између њих се испољавају у образовању и пословном профилу. Наиме, док су предузетнице најчешће жене средњег образовања, менаџерке су најчешће високо образоване. Поред тога, менаџерке управљају предузећима која су просечно већа него што су преузећа предузетница, а нешто мање се концентришу у сектору услуга и нешто више има фирми које послују у производном сектору. Регионалне разлике се региструју и у структури предузећа према делатности, с тим да је трговина нешто мање заступљена међу пословним женама у београдском региону, уз истовремено већи удео предузећа која пружају административне, социјалне услуге у овом региону. Предузећа која послују у сектору личних и класичних услуга највише су, пак, заступљена у региону Шумадије и Западне Србије. Значајна разлика се испољава и у томе што предузећа менаџерки чешће него предузећа предузетница послују на тржиштима ширим од локалних.

4.3. УЛАЗАК У БИЗНИС СЕКТОР

С обзиром да се каријерни обрасци предузетница и менаџерки разликују услед њиховог различитог статуса у погледу власништва над предузећем, потребно је сагледати карактеристике уласка у бизнис сектор засебно код ове две категорије.

4.3.1. ПРЕДУЗЕТНИЦЕ

Да бисмо сагледали карактеристике почетне фазе уласка у предузетништво обратићемо пажњу на положај садашњих предузетница на тржишту рада непосредно пре него што су започеле самостални посао, различите облике капитала којима су располагале приликом старт-уп периода, изворе и облике подршке.

ПРЕТХОДНИ ПОЛОЖАЈ НА ТРЖИШТУ РАДА

Највећи удео предузетница из узорка био је запослен непосредно пре оснивања садашње фирме (59,1%), формално или неформално, самостално или код другог послодавца. Као што се види из наредне табеле, највећи проценат садашњих предузетница био је формално запослен код другог послодавца. Ипак, значајан удео предузетница из узорка (22.1%) био је незапослен непосредно пре него што су започеле садашњи бизнис.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ ПРЕМА ПОЛОЖАЈУ НА ТРЖИШТУ РАДА НЕПОСРЕДНО ПРЕ ОСНИВАЊА/ ПРЕУЗИМАЊА САДАШЊЕ ФИРМЕ

Статус	%
Формално запослена код другог послодавца	44.1
Неформално samozапослена	3.4
Неформално запослена код другог послодавца	8.2
Имала претходну фирму која је у међувремену угашена	3.4
Била је незапослена (није радила ни формално ни неформално и активно је тражила запослење)	22.1
Била је неактивна због образовања	7.8
Била је неактивна због бриге о деци и породици	5.3
Била је неактивна из других разлога	5.7
Укупно	100

Међу предузетницама које су биле незапослене пре него што су покренуле садашњи посао, 40% није никада ни било запослено и тражило је прво запослење, 17% изгубило је посао као технолошки вишак, 11% је остало без посла због ликвидације фирме у којој су радиле, 13% је направило прекид у каријери због материнства а 17% је својевољно напустило посао због неповољних радних услова, док су остале изгубиле посао из других разлога. Осим тога, више од половине незапослених било је дугорочно незапослено (54.4%). Мали број предузетница имао је другу фирму пре садашње. У највећем броју случајева (72%) та фирма је угашена, док су у 12% случајева испитанице задржале власништво над фирмом али су престале њоме да управљају када су основале садашње предузеће. У преосталим случајевима претходна фирма је продата.

Предузетнице које су биле запослене непосредно пре оснивања/преузимања садашњег предузећа у просеку су имале радни стаж дужи од 10 година. Међу њима је 66% жена радно искуство имало управо у сектору делатности у коме послује садашња фирма, а дужина тог радног искуства износила је просечно 11 година. Међу испитаницама које су биле запослене, 40% је имало управљачког искуства током претходне радне каријере, а дужина управљачког стажа износила је у

просеку 9 година, што указује на то да су предузетнице из ове подгрупе заузимале важне управљачке позиције пре него што су основале садашњу сопствену фирму.

Подаци о мотивима за улазак у предузетништво указују да је изразито високо заступљена потреба за самосталности у раду код обе под-кагорија предузетница. Након тога следи мотивисаност пословним идејама, жеља за већом зарадом и потреба да се упусте у нове изазове.

НАЈВАЖНИЈИ РАЗЛОЗИ ЗА УЛАЗАК У ПРЕДУЗЕТНИШТВО

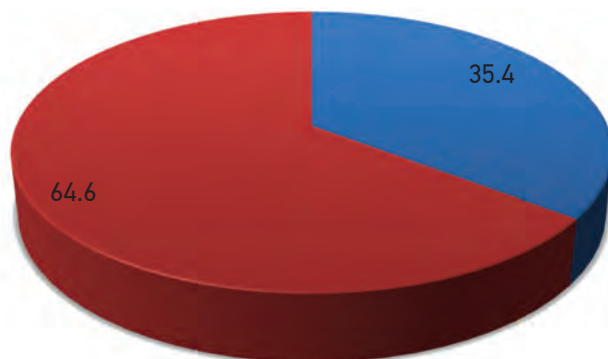
Разлог	% јављања разлога у укупном броју жена у узорку	
	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице
Добра послова идеја, уочена конкретна пословна прилика	44.7	39.6
Жеља да се изађе на међународно тржиште	1.6	1.9
Шанса да постане подуговарач за претходног послодавца	2.2	1.9
Жеља да се упусти у нове изазове	24.3	24.5
Жеља да буде самостална у раду	62.8	65.3
Жеља да од хобија направи посао	12.9	11.7
Жеља да настави породичну традицију	10.8	13.2
Жеља да лакше усклади каријеру са породичним обавезама	14.3	15.1
Жеља да се посвети послу након што су деца одрасла	9.4	7.2
Жеља да заради више новца	39.6	42.6
Жеља да реши проблем незапослености	14.8	13.2
Жеља да побегне од лоших услова на претходном послу	9.2	9.8
То је био једини начин да ради у својој струци	3.5	3.4

Међутим, када су врло експлицитно замољене да процене који је од два разлога био пресудан да започну сопствени бизнис: економска нужда или добре пословне шансе, већина предузетница се определила за прву опцију³⁵. Подаци добијени на основу одговора на наведено питање показују да у Србији и даље преовлађује предузетништво из економске нужде, јер је већина предузетница започела самостални посао примарно због тога што није могла на други начин да реши проблем незапослености, односно неквалитетног запослења код других послодаваца, док је мањина то учинила због препознатих добрих пословних шанси или пословних идеја. Стога се прве могу окарактерисати као „предузетнице из нужде“, док се је другима примеренији назив „предузетнице шанси“.

35 У овом случају су могле да одаберу само једну од две опције.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ ПРЕМА КЉУЧНОМ МОТИВУ ЗАПОЧИЊАЊА САМОСТАЛНОГ ПОСЛА

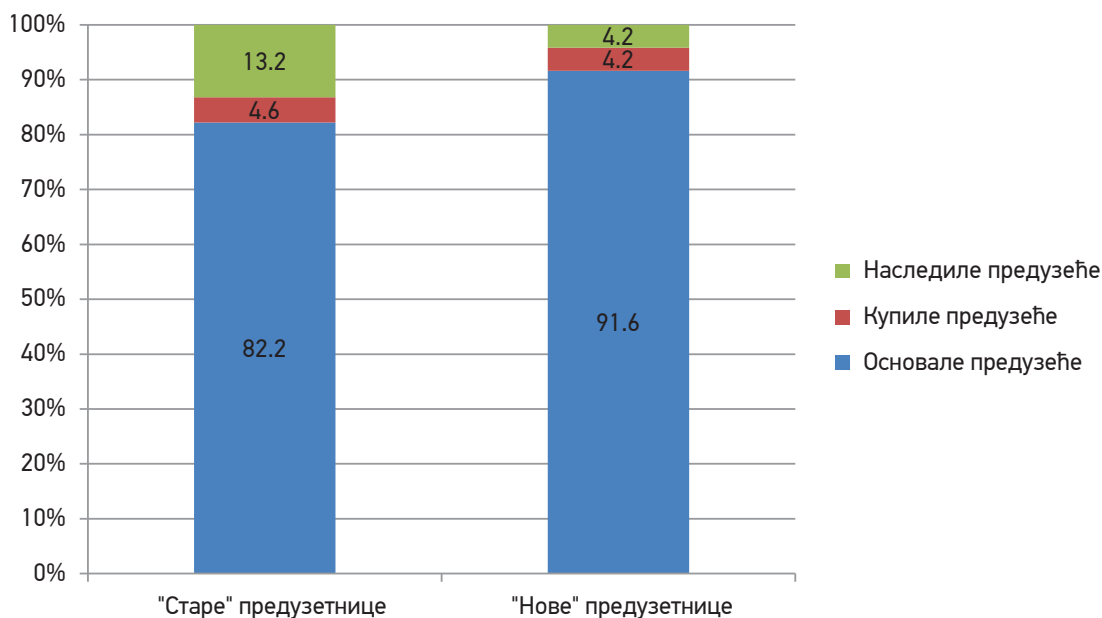
■ "Предузетнице шансе" ■ "Предузетнице нужде"



НАЧИН УЛАСКА У ПРЕДУЗЕТНИШТВО

Највећи број предузетница је започео самостални посао оснивањем свог предузећа самостално или са другим лицима. Просечна старост при започињању самосталног посла и код „старих“ и код „нових“ предузетница била је 36 година.

НАЧИН УЛАСКА У ПРЕДУЗЕТНИШТВО



РЕСУРСИ ОД ЗНАЧАЈА ЗА УЛАЗАК У ПРЕДУЗЕТНИШТВО

Започињање самосталног посла захтева различите ресурсе: финансијске, друге облике економских ресурса, попут средстава за производњу, пословног простора, земљишта, али и нематеријалне ресурсе, попут знања, вештина и важних социјалих контаката. Подаци из истраживања указују да је већина актуелих предузетница приликом започињања садашњег самосталног посла располагала одговарајућим стручним знањима у вези са технологијом посла, да је познавала тржиште, поседовала корисне пословне контакте и везе, али и новчана средства.

ДОСТУПНОСТ РАЗЛИЧИТИХ РЕСУРСА ПРИ ЗАПОЧИЊАЊУ САМОСТАЛНОГ ПОСЛА

Доступност ресурса	% оних које су поседовале дати ресурс ³⁶
Средства за производњу, опрема	15.8
Пословни простор	27.8
Земљиште	7.8
Новчана средства	56.4
Стручно знање у вези са технологијом у садашњој фирми	63.6
Знања из области менаџмента	33.1
Познавање тржишта из области садашње делатности фирме	64.4
Корисни контакти и пословне везе	61.1

Када су замољене да издвоје кључни ресурс који је пресудно утицао да донесу одлуку да започну самостални посао, 30% предузетница је навело стручно знање везано за технологију, 21% новчана средства, 16% пословни простор, по 14% познавање тржишта и корисне пословне контакте, док су други ресурси наведени у мањем броју случајева.

Када су у питању знања и вештине, испитивана је улога формалног образовања али и додатних едукативних активности. Формално образовање не даје само стручну основу за вођење посла у некој области, већ може и генерално да подстиче на предузетништво, развија позитивне ставове према предузетништву, омогући разумевање улоге предузетника/ца. “Старе” и “нове” предузетнице се разликују у оценама доприноса формалног образовања њиховим знањима и вештинама које су биле значајне за улазак у предузетништво. Тако је 41% „старих“ предузетница оценило да од формалног образовања нису имале никакве користи у овом погледу, док је међу „новим“ предузетницама 54% изнело овакву оцену. Са друге стране, 86% „старих“ предузетница је оценило да током формалног образовања није добило никакве информације о томе како је могуће започети самостални посао, док је то устврдило 77% „нових“ предузетница. Ови подаци могу указивати на то да је међу предузетницама које су основале предузећа пре августа 2011. године, а чија је просечна старост већа за читавих 8 година у односу на „нове“ предузетнице формални образовни систем омогућио више знања и вештина које су могле касније применити у предузетничкој каријери, али мање конкретних информација о започињању посла. „Нове“ предузетнице су, насупрот томе, указале да су у односу на прве добиле више конкретних информација, али су и слабије оцениле улогу формалног образовања у стицању знања и вештина које су касније примениле у предузетничкој активности. Подробније испитивање образовних програма и предузетништва би могло да укаже на овај јаз између знања и вештина и предузетничких могућности.

Мањи број предузетница је пре започињања самосталног посла похађао неке специјализоване семинаре или курсеве о предузетништву. Тако је 20% „старих“ и 30% „нових“ предузетница похађало неки едукативни програм за предузетништво. То су најчешће били специфични занатски и курсеви за услужне делатности, потом курсеви за развој предузетништва, обуке за књиговодство, рачуноводство, законе и финансије, компјутерски курсеви и најређе курсеви за маркетинг, комуникационе вештине и сл.

36 Због могућности вишеструких одговора сума прелази 100%.

Информисање о процедурама оснивања, или преузимања предузећа представљају важан ресурс при започињању самосталног посла. Судећи према подацима из истраживања, трећина предузетница се приликом прикупљања информација ослања претежно на особе које су већ прошле кроз исти процес. Агенција за привредне регистре, као извор информација налази се на другом месту, док остали извори информисања заостају за ова два.

ИЗВОРИ ИНФОРМАЦИЈА О ПРОЦЕДУРАМА РЕГИСТРАЦИЈЕ, ОДНОСНО КУПОВИНЕ/ПРЕНОСА ВЛАСНИШТВА ПРЕДУЗЕЋА

Најважнији извор	%
Особе које су већ прошле кроз исти процес па су знале процедуре	33.7
Агенција за привредне регистре	27.7
Национална служба за запошљавање	9.5
Приватна агенција/организација за регистрацију	8.4
Привредна комора	1.7
Удружење послодаваца	1.3
Остало	17.7
Укупно	100

У раним фазама предузетништва, предузетницама су често потребни савети, а судећи према налазима истраживања, готово половина се ослања на савете чланова породице, пријатеља или познаника који имају предузетничко искуство. Међутим, необично је то што се готово петина ослања на искуство породице, пријатеља или познаника који немају никаквог предузетничког искуства, уместо да подршку потраже од неких стручних служби, удружења или бизнис консултаната. Ослањање на друге службе подршке далеко заостаје за наведена два, а око 6% предузетница није уопште имало саветодавну подршку иако им је била потребна.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ ПРЕМА ИЗВОРИМА ПОСЛОВНОГ САВЕТОВАЊА НА ПОЧЕТКУ ПРЕДУЗЕТНИШТВА

Извор пословних савета	%
Чланови породице, пријатељи, познаници са предузетничким искуством	49.3
Чланови породице, пријатељи, познаници без предузетничког искуства	19.2
Национална служба за запошљавање	6.7
Плаћени консултанци	5.8
Државне институције за подршку	2.9
Нико, али савети нису били ни потребни	5.0
Нико, мада су савети били потребни	6.5
Остало	4.6
Укупно	100

Када је у питању финансијски капитал за почетак предузетничке делатности, подаци из истраживања указују да је у „старт-уп“ најчешће уложен заједнички породични новац, затим сопствена уштеђевина, а потом новац позајмљен од пријатеља и познаника. Комерцијални кредити и средства из програма подршке јављају се у знатно мање случајева.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ ПРЕМА ИЗВОРУ НОВЧАНИХ СРЕДСТАВА УЛОЖЕНИХ У ПОСЛОВНЕ ПОЧЕТКЕ

Извор новчаних средстава	% испитаница који је навео дати извор
Заједнички породични новац	36.2
Сопствена уштеђевина	24.9
Позајмица од породице/пријатеља	12.5
Поклон од породице/пријатеља	7.2
Отпремнина са претходног посла	2.0
Средства од инвеститора	0.4
Кредит од комерцијалне банке по тржишним условима	3.7
Програм подршке предузетништву од државне институције	6.5
Друго	6.6
Укупно	100

НАЈВЕЋИ ПРОБЛЕМИ НА ПОЧЕЦИМА САМОСТАЛНОГ ПОСЛА

Између “стarih” и “нових” предузетница не постоје велике разлике у перцепцији кључних проблема на оснивању предузећа и у почетним фазама рада. Испитаницама је била предочена листа од петнаест проблема а оне су могле да оцене колико је тај проблем био за њих значајан на почетку. У наредној табели приказани су одговори само за најважнији проблем. Из предочених података може се уочити да је у обе категорије предузетница најчешће као највећи проблем наведено обезбеђивање финансијских средстава, иза кога следе компликоване процедуре регистрације предузећа а тек онда проблеми везани за тржиште, односно проналажење клијената. Остали проблеми знатно су се ређе били означени као најкрупнији проблеми.

ПЕРЦЕПЦИЈА НАЈВАЖНИЈЕГ ПРОБЛЕМА НА ОСНИВАЊУ ПРЕДУЗЕЋА

Најважнији проблем	% „старих“ предузетница који је навео дати извор	% „нових“ предузетница који је навео дати извор
Компликована процедура регистрације предузећа	20.4	19.4
Обезбеђивање финансијских средстава	35.9	38.0
Проналажење пословног простора	7.4	3.7
Проналажење клијената	10.4	10.2
Проблем у наплати потраживања	7.0	0.9
Познавање закона/прописа о финансијским обавезама	4.8	7.4
Познавање закона/прописа о обавезама у вези са запошљавањем радника	0.7	0
Познавање закона/прописа о обавезама стандарда производње/услуга	2.2	3.7
Познавање прописа о санитарним условима/ безбедности	0.7	0
Проналажење снабдевача	2.6	1.9
Проналажење радне снаге	2.2	1.9
Проналажење информација о облицима подршке	0.4	1.9
Компликована процедура пријављивања за програме подршке	0.7	1.9
Тешкоће зато што сама води посао	4.1	6.5
Недовољна подршка	0.4	2.8
Укупно	100	100

4.3.2.
МЕНАѢРКЕ

МенаѢерке из узорка заузимају највише положаје одлучивања у својим предузећима. Да подсетимо, оне истовремено не поседују никакав удео у власништву над предузећем и у том смислу одговорне су оснивачима, за разлику од предузетница, које најчешће саме обједињују ове две функције. Истраживањем смо настојали да установимо на који начин и под каквим условима су менаѢерке доспеле на садашње управљачке позиције. Судаћи према раније изнетим подацима о веома малом учешћу жена на управљачким позицијама у предузећима у којима нису истовремено и (су)власнице, женама је далеко теже да се нађу на челу фирме онда кад у њој не поседују оснивачки капитал. Због тога је посебна пажња у истраживању усмерена управо на период када су доспеле на садашњи положај.

Подаци из истраживања показују да су менаѢерке у тренутку доласка на садашњи положај у просеку биле млађе од предузетница у периоду оснивања фирми (33 према 36 година). Подаци о њиховом положају на тржишту рада непосредно пре доласка на садашњу функцију указују да је већина била запослена, али да је тек нешто више од трећине унапређено са унутрашњег тржишта

рада актуелног предузећа. Наиме, менаџерке су најчешће дошле на садашњи руководећи положај са другог радног места у истом предузећу (које није било руководеће место нижег ранга). Овакав образац не чуди, обзиром да је изразита већина микро и малих предузећа, која обично немају комплексне управљачке структуре са више руководећих слојева. Такође, чест образац је и преузимање менаџерки из других предузећа, на шта указује податак да је 22% дошло директно са менаџерске позиције у другој фирми. Трећи најчешћи образац је долазак на менаџерску позицију из редова запослених у другој фирми, док су остали обрасци мање заступљени.

ПОЛОЖАЈ НА ТРЖИШТУ РАДА КОЈИ ЈЕ НЕПОСРЕДНО ПРЕТХОДИО ДОЛАСКУ
НА САДАШЊИ ПОЛОЖАЈ

Положај на тржишту рада	% менаџерки
Неактивне	8.3
Незапослене	7.3
Запослене у другом предузећу на позицији која није менаџерска	21.0
Менаџерке у другом предузећу	22.0
Запослене у садашњем предузећу али не на менаџерском положају	26.0
Запослене у садашњем предузећу, али на нижој менаџерској позицији	8.3
Неформално (само)запослене	7.1
Укупно	100

Менаџерке су у просеку имале радни стаж од 11 година пре него што су доспеле на садашњу позицију. Поред тога, две трећине (66.3%) је имало и искуство у управљању предузећем и то у просеку у трајању од 4 године. Изразита већина (79%) имала је и претходно искуство у грани делатности садашњег предузећа и то у просеку у трајању од 7.3 године.

Обрасци промоције на највише менаџерске положаје утемељени су у различитим праксама евалуације њиховог рада. Тако је 29% менаџерки из узорка навело да је њихов рад пре промоције на садашњи положај био формално, систематски оцењиван, у склопу редовних, стандардизованих процедура евалуације запослених. Четвртина испитаница (25.8%) је навело да је њихов рад оцењиван повремено, формално, на основу појединих резултата, односно постигнућа, које је потом руководство препознало као успех. Петина испитаница (20.6%) истакла је да је њихов рад само неформално оцењиван, 14.4% да њихов рад уопште није експлицитно оцењиван, а 10.3% није упознато са тим да ли су биле оцењиване и на који начин.

Више од половине менаџерки из узорка (52.5%) навело је да се суочило са тешкоћама приликом успона на менаџерску позицију. Међу онима које су истакле да су се суочиле са препрекама, најчешће (у 26.5% случајева) је као препрека наведен недостатак знања и искуства, непознавање административних прописа, технологије или других аспеката рада предузећа. Имајући у виду да су ово претежно високо образоване жене, значајно је приметити да образовни систем у значајном броју случајева не даје довољно добру основу да се без одговарајуће праксе доспе на менаџерске положаје. Други најчешћи разлог (у 20.6% случајева) подразумева неки облик родне дискриминације. Испитанице су наводиле да нису биле једнако озбиљно схватане као мушке колеге, да се колектив односио са неповерењем према њиховом успону на директорски положај, да нису биле једнако оцењиване или награђиване, а двоструке препреке јављале су се онда када је реч о млађим женама и по основи пола и по основи старости. Даље, 15% испитаница је као најважније препреке навело одговорност, стрес прихватања овакве одговорности, рад под стресним услови-

ма и сл., док су остале као препреке навеле неке опште околности, попут кризе, приватизације, проблеме у набавци материјала, односима са клијентима и сл.

Када је у питању њихова утицајност у предузећу, запажа се да иако заузимају највише управљачке позиције, саме оцењују да немају пресудну нити неподељену моћ одлучивања. Током истраживања замољене су да оценама од један до шест оцене колики је њихов утицај у доношењу инвестиционих одлука и одлука у вези са запошљавањем. На основу њихових одговора добијена је просечна оцена за инвестиционе одлуке од 3.2 а за запошљавање нешто виша, 3.5. То указује да је њихова моћ релативно ограничена, те да њихово одлучивање често није аутономно, већ под утицајем оснивача или других формалних и неформалних моћних актера у предузећима.

Током истраживања испитанице су замољене да опишу околности под којима су унапређене на садашњи положај. Већина испитаница (40.6%) сматра да је на садашњи положај дошла пре свега због тога што је њихов рад признат и што је претходно руководство препознало њихове квалитете, на основу чега су и изабране за менаџерке. Међутим, 25% испитаница сматра да је на садашње место дошла случајно, да је у питању стицај околности, па кад се већ тако десило, одлучиле су да се озбиљно посвете садашњем послу. У 18% случајева испитанице су навеле да је њихова промоција на директорски положај дошла „природно“, као последица рада и постепеног напредовања у предузећу. За 10% испитаница, садашњи положај је био лични избор, јер су препознале потенцијал предузећа и решиле да се кандидују (очигледно успешно) за директорску позицију, док је преосталих 7% навело неке друге околности.

Истраживањем смо настојали да идентификујемо и која је мотивација менаџерки да доспеју на највише управљачке положаје. За 37% то су били виши приходи и бољи животни стандард, за 34% одговорност да се преузме брига о предузећу и запосленима, за 14% то је била потреба да се спроведе визија развоја предузећа која је постојала од раније, за 12% то је била већа моћ да се спроведе сопствене пословне идеје, а за 3% то су били неки други разлози.

Сумирајући налазе о доласку менаџерки на садашњи положај, можемо закључити да је већина на ту позицију дошла након значајног претходног радног и менаџерског искуства. Канали њихове регрутације су разноврсни и неки воде до нижих положаја у истом предузећу, други до менаџерских положаја у другим предузећима, а није мали број ни оних које директно из статуса неактивних долазе на менаџерске позиције. Не треба заборавити да су оне углавном високо образоване, али упркос високим компетенцијама, неке од њих указују на недовољно искуства које им ствара несигурност при вршењу управљачких улога. Значајан је удео и оних које су указале да су се током напредовања на садашњи положај суочиле са препрекама у облику родне дискриминације, као и са значајним неповерењем у радној средини да су способне да ову функцију успешно обављају.

ПРЕДУЗЕТНИЦЕ

Имајући у виду изложене податке, запажа се да су предузетнице у већини случајева основале саме садашње фирме, најчешће након неког претходног радног искуства (углавном за другог послодавца), те да значајан број поседује не само претходно радно искуство у датој делатности, већ и управљачко искуство. Иако је у већини случајева предузетништво било мотивисано потребом да се обезбеди запослење, велику улогу у започињању самосталног посла имали су жеља за самосталношћу у раду, потреба да се реализују неке пословне идеје и сл. Предузетнице су при започињању самосталног посла ангажовале различите расположиве ресурсе, а најважнији су они које су поседовале у облику знања, посебно у вези са технологијом посла, као и финансијска средства. Овај последњи ресурс најчешће је потекао од приватних средстава било у форми породичне или личне уштеђевине. Ресурси из неформалних мрежа су

преовлађујући ослонац у покретању посла, као и неформални извори информисања и пословне подршке у почецима, јер се предузетнице радије ослањају на познанике и пријатеље са сличним искуством него на релевантне државне службе. Као највећи проблеми при започињању самосталног посла најчешће су наведене тешкоће у вези са финансијским средствима и компликоване административне процедуре.

МЕНАѢРКЕ

МенаѢерке су такође претежно доспевале на руководећу позицију након претходног искуства. Канали регрутације су били различити и водили су ка нижим позицијама у истом предузећу, али и менаѢерским и не-руководећим положајма у другим предузећима. Већина менаѢерки била је „оцењивана“ при обављању претходних радних улога, па се промоција на више положаје догодила као „природна“ последица. Упркос високом образовању и претходном искуству, значајан број менаѢерки указао је да се на почетку обављања садашње улоге осећао несигурно да су им недостајала одређена знања, искуства и самопоуздање. Већина менаѢерки указала је да се приликом успона на руководеће положаје сустрела са препрекама које се могу означити као родна дискриминација. Морале су више да се доказују него мушке колеге, нису биле једнако награђиване и суочиле су се са неповерењем, а некад и омаловажавањем изван и унутар коектива. Ипак, не треба изгубити из вида да се већина интервјуисаних менаѢерки налази на челу предузећа која запошљавају већински женску радну снагу, што само потврђује тезу да је женама у условима када нису (су)власнице далеко теже да достигну највише руководеће положаје у предузећу.

4.4.

КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОСЛОВАЊА И ИНДИКАТОРИ УСПЕХА

Док је у претходном поглављу пажња била више усмерена на карактеристике предузетница и менаѢерки, у овом поглављу анализа ће бити усмерена више према карактеристикама њихових предузећа, пословних активности уз покушај оцењивања њихове успешности.

4.4.1.

КАРАКТЕРИСТИКЕ ПРЕДУЗЕЋА И ПОСЛОВАЊА

Карактеристике предузећа праћене су преко низа показатеља: промене броја запослених, обима и промена у финансијским показатељима, као што су обрт, приход и добит, умрежавање са другим организацијама и иновације.

ПРОМЕНЕ У БРОЈУ ЗАПОСЛЕНИХ

Истраживањем су се настојале регистровати промене у броју запослених. У том циљу забележен је број запослених на оснивању предузећа у случају предузетница, односно приликом доласка менаѢерке на садашњу позицију, као и актуелни број запослених, односно број у време истраживања. Промене у броју запослених повезане су са растом предузећа и стога представљају добар показатељ одрживости и развојности фирми из узорка. Из података у наредној табели, може се још једанпут видети да постоје велике разлике између предузетница и менаѢерки у погледу величине предузећа мерене бројем запослених. Док се у случају предузетница ради готово у потпуности о микро предузећима и тек по којем малом, у случају менаѢерки мање од половине предузећа је било микро величине у тренутку када су доспеле на ту позицију.

БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У ГОДИНИ КАДА ЈЕ ОСНОВАНО ПРЕДУЗЕЋЕ, ОДНОСНО
КАДА ЈЕ МЕНАѢРКА ДОШЛА НА ЧЕЛО ПРЕДУЗЕЋА

Број запослених	%		
	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	МенаѢрке
Микро предузеће (1-9 запослених)	97.2	99.1	49.4
Мало предузеће (10-49 запослених)	2.1	0.9	24.6
Средње предузеће (50-249 запослених)	0.7	0	14.3
Велико предузеће (250 и више запослених)	0	0	11.7
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=277.834, Крамеров В=0.502, $p=0.000$

У међувремену, од периода оснивања предузећа, односно доласка менаѢрки из узорка на чело фирме, запажа се благо опадање удела категорије микро предузећа. То значи да је одређен број предузећа увећао број запослених. Иако је било могуће да је истовремено одређен број предузећа смањило број запослених, коначни исход мерен у време истраживања, на агрегатном нивоу, показао је пораст категорија малих предузећа код све три групе жена, уз смањење категорије микро предузећа. Истина је да се међу предузећима менаѢрки истовремено смањила и категорија средњих предузећа, што ће рећи да се удео малих предузећа повећао услед симултаног пораста броја запослених у микро предузећима и смањења броја запослених у предузећима средње величине.

БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У ВРЕМЕ ИСТРАЖИВАЊА

Број запослених	%		
	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	МенаѢрке
Микро предузеће (1-9 запослених)	94.6	97.4	44.1
Мало предузеће (10-49 запослених)	5.4	2.6	36.5
Средње предузеће (50-249 запослених)	0	0	7.6
Велико предузеће (250 и више запослених)	0	0	11.8
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=172.982, Крамеров В=0.396, $p=0.000$

Имајући у виду да међу предузетницама преовлађују микро предузећа, односно да запошљавају просечно 1,05 лица, не чуди да и радну снагу запослену у овим предузећима готово у потпуности чини женска радна снага (односно, саме предузетнице). Тако удео жена међу запосленима код „стarih“ предузетница износи у 99.7% а код „нових“ предузетница 99.1%. Међутим, интересантно је да и у случају предузећа којима се на челу налазе менаџерке из узорка, већинску радну снагу чине жене. Тако у 68.9% ових предузећа жене чине већину запослене радне снаге. То опет указује да су у условима малих шанси за напредовање жена на директорске положаје онда када не поседују власништво над предузећем, шансе ипак нешто веће уколико предузеће запошљава више женске радне снаге генерално.

Планове који се односе на повећање радне снаге треба узети са мером опреза, јер се они могу променити у условима неповољних економских трендова и са њима повезаних пословних циклуса предузећа. Ипак, вреди напоменути да је током истраживања установљено да запошљаваје нових радника/ца у периоду од наредне две године планира 32% „стarih“ предузетница, 45% „нових“ предузетница и 38% менаџерки.

ФИНАНСИЈСКИ ПОКАЗАТЕЉИ ПОСЛОВАЊА ПРЕДУЗЕЋА

Истраживањем су праћени ниво и промене у обиму обрта, прихода и добити предузећа жена из узорка. Подаци о величини обрта показују да је у поређењу са обртом забележеним на узорку предузетница 2011. године, актуелни подузорок „стarih“ предузетница значано повећао обим обртних средстава, док се „нове“ предузетнице дистрибуирају мање-више у категоријама обрта у коме су регистроване предузетнице 2011. године. Стање је у предузећима менаџерки другачије, али то не чуди, с обзиром на просечно већу величину предузећа.

ПРЕДУЗЕЋА ПРЕМА ВЕЛИЧИНИ ОБРТА

Величина обрта	% предузећа			
	Предузетнице 2011. (обрт у 2010)	Жене у бизнису 2014. (обрт у 2013)		
		„старе“ предуз.	„нове“ предуз.	менаџерке
До 2 милиона динара	59,2	39.0	58.3	30.0
2,01–4,00 милиона динара	17,5	19.0	20.8	16.7
4,01–10,00 милиона динара	15,8	17.0	12.5	10.0
Преко 10 милиона динара	7,5	25.0	8.3	43.3
Укупно	100	100	100	100

„Старе“ предузетнице и менаџерке се значајно разликују према променама у обрту предузећа које су искусиле између 2012. и 2013. године. Наиме, док је код предузетница већа категорија оних које су искусиле смањење обрта, код менаџерки је, супротно томе, већа категорија оних које су искусиле повећање обрта. О „новим“ предузетницама тешко је судити с обзиром да многе од њих нису могле оценити промену због недавног оснивања предузећа.

ПРОМЕНЕ У ОБРТУ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2012.

Обрт је у 2013. години	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице	менаџерке
Повећан	30.7	29.1	46.2
Смањен	42.7	11.7	28.0
Непромењен	26.6	14.6	20.4
Није доступно	0	44.7	5.4
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=192.358, Крамеров В=0.433, $p=0.000$

Сличан се тренд запажа и када се настоје сагледати промене у обрту у односу на период пре економске кризе. Наиме, и овог пута највећи удео бележи категорија предузетница које су осетиле смањење обрта, док је у више од половине менаџерки искусило повећање обрта.

ПРОМЕНЕ У ОБРТУ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2008. ГОДИНУ, ПРЕ КРИЗЕ

Обрт је у 2013. години	„старе“ предузетнице	менаџерке
Повећан	26.5	53.3
Смањен	48.7	25.6
Непромењен	10.0	3.3
Предузеће није постојало	14.8	17.8
Укупно	100	100

Хи-квадрат=39.598, Крамеров В=0.282, $p=0.000$

Исте тенденције се запажају и када је у питању приход. Међу „старим“ предузетницама, највећа је категорија оних које су искусиле смањење прихода, док је међу менаџеркама више заступљена категорија оних које су искусиле повећање прихода између 2012. и 2013. године.

ПРОМЕНЕ У ПРИХОДУ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2012.

Приход је у 2013. години	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице	менаџерке
Повећан	28.4	24.2	43.0
Смањен	46.4	12.6	27.9
Непромењен	24.8	16.8	20.9
Није доступно	0.3	46.3	8.1
Укупно	100	100	100

Хи-квадрат=177.291, Крамеров В=0.427, $p=0.000$

На исти начин разлике се испољавају и када се прате промене у приходима у 2013. години у односу на период пре кризе. Док је половина предузетница искусила смањење прихода, више од половине менаџерки искусило је повећање прихода фирме. На овакве тенденције вероватно значајан утицај има величина фирме, јер судећи по налазима, мање фирме су осетљивије на осцилације у економском окружењу и имају мање ресурса и спољњих потенцијала да се са тим изазовима успешно носе. Но, о томе ће бити нешто више речи касније.

ПРОМЕНЕ У ПРИХОДУ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2008. ГОДИНУ, ПРЕ КРИЗЕ

Приход је у 2013. години	„старе“ предузетнице	менаџерке
Повећан	24.8	51.9
Смањен	50.0	29.6
Непромењен	9.6	6.2
Није доступно	15.6	12.3
Укупно	100	100

Хи-квадрат=22.352, Крамеров В=0.242, $p=0.000$

Када је у питању добит предузећа, може се приметити да је међу предузетницама, како „старим“, тако и „новим“, најбројнија категорија оних које су добит предузећа у претходној години оцениле као „скромну“. Оваква дистрибуција категорија са различитим оценама добити, веома је слична дистрибуцији предузетница из 2011. године, као што се може видети у наредној табели. И овога пута, менаџерке се значајније разликују, јер међу њима највећи удео бележи категорија која оцењује добит предузећа као „добру“, а није занемарљив ни удео оне категорије која је оценила добит као „одличну“.

ОЦЕНА ДОБИТИ ПРЕДУЗЕЋА

Величина добити	% предузећа			
	Предузетнице 2011. (добит у 2010)	Жене у бизнису 2014. (добит у 2013)		
		„старе“ предуз.	„нове“ предуз.	менаџерке
Добит је била одлична	2,6	1.6	1.0	12.4
Добит је била добра	16,1	15.3	18.6	37.1
Добит је била скромна	46,7	46.6	52.6	24.7
Једва да је било добити	25,8	25.6	16.5	11.3
Није било добити	5,4	5.9	6.2	2.1
Били смо у губитку	3,5	5.0	5.2	12.4
Укупно	100	100	100	100

Хи-квадрат=72.395, Крамеров В=0.265, $p=0.000$

Интересантно је да су у погледу промене нивоа добити у периоду 2012-2013. година „нове“ предузетнице сличније менаџеркама него „старе“, јер међу њима највећи удео бележе оне које су оцениле да је у овом периоду добит повећана. Ипак, иза тога се вероватно налазе различити разлози, код менаџерки, успешније пословање предузећа а код „нових“ предузетница, почетна фаза пословања у којој и најмања добит представља повећање у односу на прву фазу.

ПРОМЕНЕ У ДОБИТИ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2012. ГОДИНУ

Добит је у 2013. години	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице	менаџерке
Повећана	31.0	45.5	47.7
Смањена	4.1	9.1	10.2
Непромењена	22.2	21.8	14.8
Није доступно	42.7	23.6	27.3
Укупно	100		100

Хи-квадрат=21,812, Крамеров В=0.154, $p=0.001$

На крају, у оцени промене нивоа добити у односу на период пре кризе, разлике између „старих“ предузетница и менаџерки нису толико велике, с тим да за половину предузетница подаци нису били доступни (често због тога што су предузећа тада била у фази повоја и нису остваривала добит).

ПРОМЕНЕ У ДОБИТИ ПРЕДУЗЕЋА У 2013. ГОДИНИ У ОДНОСУ НА 2008. ГОДИНУ, ПРЕ КРИЗЕ

Добит је у 2013. години	„старе“ предузетнице	менаџерке
Повећан	14.1	14.3
Смањен	26.8	29.8
Непромењен	7.7	21.4
Није доступно	51.3	34.5
Укупно	100	100

Хи-квадрат=15.572, Крамеров В=0.202, $p=0.001$

ПОВЕЗИВАЊЕ СА ДРУГИМ ФИРМАМА

За успешност пословања значајни су и различити облици повезивања предузећа са другим предузећима. Разгранати, диверсификовани односи са другим компанијама, стабилни односи у вертикалним ланцима снабдевача и клијената, добар положај у организацијским мрежама, могу значајно унапредити услове пословања. Судаћи према подацима из истраживања, предузећа жена из узорка нису довољно умрежена са другим организацијама. Предузетнице се најчешће повезују са снабдевачима сировина и полупроизвода, затим са фирмама са којима размењују информације, док су други

облици повезаности присутни у мањем броју случајева. Када су у питању предузећа менаџерки, запажа се и већа присутност повезивања са клијентима, са другим компанијама којима продају сировине, производе или услуге, уз претходна два обрасца повезивања, која су присутна и код предузетница.

ПОВЕЗИВАЊЕ СА ДРУГИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА

Облик повезивања	% случајева		
	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице	менаџерке
Размењују информације	24.4	25.2	17.7
Заједнички наступају као добављачи истог купца	5.9	3.1	13.3
Набављају од њих сировине/производе/услуге	37.4	36.2	30.9
Продају им сировине/производе/услуге	13.5	7.1	20.4
Сарађују по основу франшизе, лиценце	1.2	0	5.5
Да, кроз заједнички подухват	4.4	3.1	7.7
Не сарађују са другим фирмама	13.1	25.2	4.4

Поред тога, за успешност пословања важно је и повезивање са другим предузетницама кроз одговарајућа професионална удружења. Међутим, испитанице су учлањене у оваква удружења у изразито малом проценту. Свега 3% испитаница је учлањено у неко удружење предузетница или пословних жена.

ИНОВАЦИЈЕ

На крају, истраживањем се настојало установити и у којој мери предузетнице и менаџерке иновирају различите аспекте пословне активности и предузећа. Из наредне табеле може се уочити да су у све три категорије најчешће присутне иновације производа или услуга. „Нове“ предузетнице и менаџерке у то, више него „старе“ предузетнице иновирају маркетинштке активности и унутрашњу организацију.

ИНОВАЦИЈЕ У ПРЕДУЗЕТЉУ

Улагање у иновације	% случајева		
	„старе“ предузетнице	„нове“ предузетнице	менаџерке
Иновације производа/услуга	75.1	82.6	92.4
Иновације технолошких процеса	37.8	40.6	56.5
Иновације унутрашње организације	42.1	50.7	70.7
Иновације маркетинга	43.1	69.6	70.7

Подаци о улагању у обуке запослених током последње две године указују да су „старе“ предузетнице улагале у 30% случајева, „нове“ у 18% случајева а менаџерке 58.2% случајева.

РОДНИ ОДНОСИ У БИЗНИСУ

Поред општих проблема и препрека који стоје на путу одрживости и развоја предузећа, испитивали смо и перцепције родно специфичних проблема и могуће дискриминације са којом су се испитанице сусретале током своје каријере. Већина испитаница (54.4%) сматра да је женама у бизнису теже него мушкарцима. Различит третман у односу на мушке колеге значајно више су искусиле менаџерке него предузетнице. Док је 40.8% менаџерки указало да је током каријере имало прилике да искуси неки облик родне дискриминације, оваква искуства пријавило је током истраживања 25.6% „стarih“ и 13.6% „нових“ предузетница. Ово се делимично може објаснити чињеницом да су предузетнице у „заштићенијем“ окружењу, јер су власнице и управљају претежно микро предузећима, док менаџерке без власничког залеђа морају да се пробијају кроз канале унапређивања у фирмама са више запослених и родно мешовитом радном снагом.

Ова дискриминација се најчешће испољавала у форми подцењивања способности жена, одбијања да се преговара о послу са женама, да се склопе уговори са женама и сл. На овај облик „спољње“ дискриминације указала је готово половина (46.5%) испитаница које су навеле да су биле изложене родној дискриминацији. Поред тога, 22% испитаница је указало на различите облике дискриминације унутар предузећа, као што је саботирање, омаловажавање, непоштовање од стране колега и подређених. Мали број испитаница (2.4%) навео је да је био изложен и различитим облицима сексуалног узнемиравања, док су преостале указале на неке друге облике родне дискриминације, попут ниже плате, оспоравања стручности и сл.

4.4.2. УСПЕШНОСТ ПОСЛОВАЊА

Приликом анализе фактора успешности пословања након истраживања предузетништва жена 2011. године, за оцену успешности конструисан је композитни индекс који узима у обзир више показатеља, уместо да арбитарно процењује појединачне финансијске параметре пословања.³⁷ Одлучено је да се и овога пута примени исти инструмент и да се тако омогући и упоредивост података, посебно на панел подзорку предузетница.

У наредној табели дата је дистрибуција предузећа према успешности за три категорије жена у бизнису из 2014. године, као и дистрибуција предузећа из узорка 2011. године. На основу података предочених у табели, примећује се изразита сличност дистрибуције предузећа по успешности између предузетница из узорка 2011. године, и „стarih“ предузетница из 2014. године. Но, оно што охрабрује јесу разлике, односно мањи удео категорије веома неуспешних предузећа и значајно већи удео категорије успешних предузећа која се развијају. Када су у питању преостале две категорије жена у бизнису, слика о успешности њихових предузећа изгледа повољније, са великим уделом предузећа која расту.

³⁷ Овај композитни индекс формиран је од 5 варијабли: промене у броју запослених у 2010. години у односу на годину оснивања, промене у обрту у 2010. години у односу на 2009. годину, промене у приходу у истом периоду, субјективна оцена добити и промене у добити у 2010. у односу на 2009. годину. На свакој од наведених варијабли приписане су негативне вредности за индикацију опадања, смањења, 0 за непромењено стање и позитивне вредности за трендове пораста. Тако је најмањи број могућих поена на овом индексу износио -5, а највећи +5. Затим су предузећа подељена на категорије према броју поена, па су у (1) неуспешна предузећа чији је ризик под опстанком сврстана она која имају -4 или -5 поена (што значи да су на готово свим или свим димензијама показала опадање, односно негативне вредности); (2) у предузећа са проблемима сврстана су она која су имала на индексу успешности од -3 до -1 поен; (3) у стагнантна предузећа су сврстана она која су имала 0 поена (што значи или да су на свим варијаблама показала стагнацију, или да је позитиван тренд у једном аспекту поништио негативан тренд у другом); (4) успешна предузећа су она која су имала од +1 до +3 поена на индексу, док су (5) у веома успешна предузећа која расту сврстана предузећа са +4 или +5 поена, што значи да су на готово свим или свим димензијама показала пораст и добре оцене остварене добити.

ПРЕДУЗЕЋА ПРЕМА УСПЕШНОСТИ

Успешност	% предузећа			
	Предузетнице 2011.	Жене у бизнису 2014.		
		„старе“ предуз.	„нове“ предуз.	менаџерке
Веома неуспешна предузећа чији је опстанак под ризиком	7,9	4.1	0	0
Предузећа са проблемима	36,6	36.8	28.0	25.6
Стагнантна предузећа	9,2	9.5	4.0	5.1
Успешна предузећа	27,2	24.0	26.0	21.8
Веома успешна предузећа која расту	19,1	25.7	42.0	47.4
Укупно	100	100	100	100

Хи-квадрат=16.555, Крамеров В=0.210, $p=0.002$

Подаци о успешности предузећа на панел подзорку предузетница указују на извесне позитивне помаке. Из наредне табеле се може приметити да је смањен удео категорије предузетница чија предузећа послују веома неуспешно, док је порастао удео категорије веома успешних предузећа.

УСПЕШНОСТ ПРЕДУЗЕЋА НА ПАНЕЛ ПОДУЗОРКУ ПРЕДУЗЕТНИЦА, 2011. И 2014. ГОДИНЕ

Успешност	% у узорку	
	Предузетнице 2011.	“Панел” предузетнице 2014.
Веома неуспешна предузећа чији је опстанак под ризиком	7,9	3.9
Предузећа са проблемима	36,6	35.9
Стагнантна предузећа	9,2	8.5
Успешна предузећа	27,2	24.2
Веома успешна предузећа која расту	19,1	27.5
Укупно	100	100

У наставку анализе испитани су фактори успешности. Пошло се од налаза анализе спроведене на подацима из истраживања 2011. године, када је испитано 5 група потенцијалних фактора:

1. „Демографске“ особине предузећа (попут региона у коме делује, типа насеља, старости предузећа, величине мерене бројем запослених и сектором делатности).

2. Социо-демографске карактеристике предузетница (попут старости, брачног, односно партнерског статуса, родитељске улоге, типа предузетничке мотивације приликом запошљавања самосталног посла и присуством предузетника у породици порекла).
3. Културни капитал предузећа и предузетнице (образовни ниво предузетнице, став према редовним обукама, учешће у различитим врстама обука, инвестирање у обуке запослених, поседовање додатних вештина предузетнице, инвестирање у иновације у различите аспекте предузећа).
4. Социјални капитал предузећа и предузетнице (поседовање корисних контаката за добијање информација од значаја за пословање, повезивање са другим актерима и сл.).
5. Учешће у програмима подршке кључних државних институција (НСЗ, МЕРР, НАРР, СИЕПА и др.).

Тадашња анализа је показала да су се као значајни фактори успеха издвојили: старост предузетница, њихово учешће у едукацијама, иновирање производа и услуга, редовна сарадња са другим предузећима која су клијенти предузећа испитаница из узорка и грана делатности. Старост је тада деловала тако да су предузећа млађих предузетница (18-30 година) имала веће шансе за успех него предузећа предузетница средње старости. Учешће предузетница у едукацијама повећавало је шансе за успех, као и иновирање производа и стабилни односи са фирмама које су клијенти предузећа из узорка. Пословање у сектору класичних услуга је, пак, смањивало шансе за успех.

Анализа фактора успеха спроведена је само на подзорку „стarih“ предузетница методом логистичке регресије³⁸. Експланаторни модел садржао је као независну варијаблу успешност фирме³⁹, а као зависне варијабле све варијабле за које се током анализе резултата истраживања из 2011. године показало да представљају значајне факторе успеха. Међутим, овога пута, неки од тих фактора нису се показали као значајни: грана делатности предузећа и старост предузетнице. Са друге стране, као нови значајан фактор успеха показала се величина фирме. Финални модел логистичке регресије приказан је у Прилогу 1, а резултати указују да су се као значајни фактори успеха у актуелном периоду издвојили:

- Величина предузећа – мала предузећа у односу на микро предузећа имају десет пута веће шансе да буду успешна. Међутим, даљи пораст величине предузећа није статистички повезан са успехом, односно средња и велика предузећа не повећавају значајно шансе за успех предузећа.
- Похађање курсева предузетнице двоструко повећава шансе за успех. Дакле, пре свега улагање у личне ресурсе, знања и вештине од великог је значаја за успешност фирме.
- Сарадња са другим фирмама и то пре свега у форми стабилних веза са клијентом, повећава шансе за успешност фирме за 46%.
- Иновације производа и услуга повећавају шансе за успех за 40%.

Разлике у факторима успешности између 2011. и 2014. године упућују на закључак да се у условима продужавања и продубљивања кризе величина јавља као значајан фактор јер су микро-предузећа изузетно осетљива и подложна проблемима у пословању. Мала предузећа већ представљају значајно повољнији оквир за пословање. Губљење на значају гране делатности

38 Оцењено је да подзорак „нових“ предузетница није погодан за овакву анализу, због тога што оцене различитих параметара успеха нису биле доступне за све због скоријег периода оснивања. Поред тога, фактори успеха нису испитивани ни код менаџерки методом логистичке регресије због тога што њихов релативно мали број не би омогућио довољно поуздане закључке у случају када се испитује утицај већег броја фактора. Њихово прикључивање подзорку предузетница у јединственом експланаторном моделу не би било адекватно решење, због тога што је њихов положај у бизнис сектору другачији и експланаторни модел не може обухватити исте варијабле.

39 За потребе овог модела варијабла успешности фирме промењена је у тзв. „dummy“ варијаблу, са две вредности. У тој променљивој све фирме које су биле веома неуспешне, неуспешне или стагнантне добиле су вредност 0, док су фирме које су биле успешне и веома успешне добиле вредност 1.

тешко је објаснити на основу постојећих налаза. Наиме, у претходном циклусу истраживања утицај гране делатности испољавао се тако што су шансе фирми у делатности личних услуга да остваре успешно пословање биле далеко мање него шансе фирми из производње. Данас се такав утицај не показује, а одговор на питање шта би томе могли бити разлози, захтева додатне информације. Може се претпоставити, да услед тога што и даље значајан број фирми из узорка управо послује у сектору личних и класичних услуга, те да је управо међу новооснованим фирмама велики удео оних које послују у овој делатности, није реч о опадању утицаја због пада делатности. Можда је пре реч о некој врсти реструктурирања, прилагођавања, што би захтевало више специфичних информација на већем броју фирми управо из овог сектора. Остали фактори показали су се као значајни у оба циклуса истраживања и може се сматрати да ефекти кризе нису умањили значај иновација, развоја капацитета предузетница и посебних форми умрежавања.

Када су у питању карактеристике пословања и фактори успешности предузећа, подаци указују да предузетнице готово у потпуности имају микро предузећа, док менаџерке управљају просечено нешто већим предузећима. Фирме предузетница а најчешће и менаџерке запошљавају већински женску радну снагу, што указује да су у условима малих шанси за напредовање жена на директорске положаје онда када не поседују власништво над предузећем, шансе ипак нешто веће уколико предузеће запошљава више женске радне снаге генерално. Подаци указују да је у односу на период када је основано предузеће предузетница, односно, од доласка менаџерки на садашње руководеће место, повећан број малих предузећа. Код предузетница је ово несумњиво добар тренд, јер се повећање броја малих предузећа (мада не масовно) одиграло на рачун смањења категорије микро предузећа, што говори о укупном мада веома благом тренду раста предузећа. Код менаџерки је међутим, раст категорије малих предузећа последица противречних трендова раста микро предузећа и смањења средњих предузећа.

Подаци истраживања указују да родне дискриминације има и у бизнису, те да су се и предузетнице а посебно менаџерке сусретале са њеним различитим формама током своје каријере. Један облик родне дискриминације огледа се у неповерљивости пословног окружења, некада чак и одбијању да се посао склопи са женом. Други облик се испољава више унутар организације и са њим се често суочавају менаџерке, онда када се сусрећу са препрекама при унапређивању, када нису једнако награђене или када их сарадници и подређени „не схватају озбиљно“ због тога што су жене, омаловажавајући не само њихове компетенције, способност већ и личност.

Када су у питању финансијски показатељи пословања, разлике су приметне између предузетница и менаџерки. Док су код првих изражени трендови опадања оброта, прихода и добити, код менаџерки се запајају чешће позитивне оцене финансијских перформанси. Међу њима је значајно више заступљена категорија испитаница која је прошлогодишњу добит оценила као „добру“ а није занемарљив ни удео оне категорије која је оценила добит као „одличну“.

Судећи према подацима из истраживања, предузећа жена из узорка нису довољно умрежена са другим организацијама. Предузетнице се најчешће повезују са снабдевачима сировина и полупроизвода, затим са фирмама са којима размењују информације, док су други облици повезаности присутни у мањем броју случајева. Када су у питању предузећа менаџерки, запажа се и већа присутност повезивања са клијентима, са другим компанијама којима продају сировине, производе или услуге, уз претходна два обрасца повезивања, која су присутна и код предузетница.

И предузетнице и менаџерке највише иновирају производе и услуге, а уочена је и тенденција „нових“ предузетница и менаџерки да више него „старе“ предузетнице иновирају маркетиншке аспекте пословања. Предузетнице знатно мање улажу у обуке својих кадрова него менаџерке.

Подаци о успешности предузећа на панел подзорку предузетница указују на извесне позитивне помаке. Смањен је удео категорије предузетница чија предузећа послују веома неуспешно,

док је порастао удео категорије веома успешних предузећа. Анализа фактора успешности показала је као значајне величину предузећа (мала предузећа у односу на микро предузећа имају десет пута веће шансе да буду успешна), улагање у знања и вештине предузетница, сарадњу са другим фирмама и то пре свега у форми стабилних веза са клијентом и иновације производа и услуга.

4.5. ПОТЕНЦИЈАЛИ И ПРЕПРЕКЕ

Један од аспеката који је био истраживан односио се на перцепцију препрека и потенцијала у остваривању одрживости бизниса или у планирању развоја фирме и пословања. Пажња ће овде, стога, бити усмерена на опште перцепције пословне климе, идентификовање најважнијих препрека у пословању, планирање одрживости и развоја предузећа и приступ различитим програмима подршке.

4.5.1. ПЕРЦЕПЦИЈА ПОСЛОВНЕ КЛИМЕ

Да је у Србији данас тешко започети самостални посао тврди 89.5% „старих“ предузетница, 88.1% „нових“ предузетница и 85% менаџерки. Имиџ предузетника је данас негативан у Србији сматра 55.6% „старих“, 52.6% „нових“ предузетница и 48.0% менаџерки. Испитанице из све три категорије у већини случајева сматрају да је данас пословно окружење неповољније него што је било у периоду када су оснивале фирму, односно дошле на чело фирме, у случају менаџерки. То сматра 73% менаџерки, 79% „нових“ предузетница и чак 87% „старих“ предузетница.

Из података предочених у наредној табели може се приметити да је изразита већина испитаница оценила да је у Србији тешко започети самостални посао због недоступности финансијског капитала, као и компликованих административних процедура. Међутим, повољне аспекте пословне климе чине релативно изражене спремности да се преузму ризици, као и позитиван став да предузетницима који су пропали треба дати другу шансу. С обзиром да се и предузетништво учи, да је посебно у друштву са социјалистичком прошлoшћу у коме традиција предузетништва није развијена, потребно омогућити да предузетници добију нове шансе да покрену посао након научених лекција, овакав став представља повољну околност.

ПЕРЦЕПЦИЈА ПОСЛОВНЕ КЛИМЕ

Питање о аспектима пословне климе	% потврдних одговора		
	Предузетнице 2011.	2014.	
		Предузетнице	Менаџерке
Да ли је тешко започети посао због недоступности финансијског капитала?	90.7	93.1	86.0
Да ли је тешко започети посао због компликованих административних процедура?	72,8	73.1	78.0
Да ли сматрате да не би требало започети самостални посао уколико постоји ризик од неуспеха?	26.4	21.5	26.0
Да ли предузетницима који су пропали треба дати другу шансу?	80,7	75.2	84.0

4.5.2. ПЕРЦЕПЦИЈА НАЈВАЖНИЈИХ ПРОБЛЕМА

Имајући у виду различит положај „стarih“, „нових“ предузетница и менаџерки у бизнис сектору, не изненађује да се њихове перцепције кључних проблема донекле разликују. Током истраживања испитанице су имале могућност да идентификују три кључна проблема са којим се суочавају у настојању да одрже или унапреде своје пословање, са листе од скоро двадесет понуђених опција. Наравно оне су могле и саме додати проблем уколико није био понуђен на листи. Након анализе ових одговора сачињене су листе од пет најчешће идентификованих проблема за сваку категорију жена које су приказане у наредној табели.

Може се запазити да су уз мање варијације, као кључни проблеми препознати у све три групе проблеми везаних за тржиште, као што су преоштра конкуренција, недовољна тражња за производима и услугама. Тешкоће у наплати потраживања нису идентификоване у пет највећих проблема од стране „нових“ предузетница, што може бити делимично и последица њихове велике концентрације у сектору класичних услуга, где се наплаћивање врши непосредно након реализоване услуге. Неповољни положај малих компанија на тржишту више погађа предузетнице него менаџерке, док цена пословног простора, опреме и материјала више погађа „нове“ предузетнице и менаџерке. Поред тога, „нове“ предузетнице су истакле као проблем и недовољну доступност државних програма за развој, док су менаџерке истакле проблем монопола на тржишту.

РАНГОВИ 5 НАЈЧЕШЋЕ НАВЕДЕНИХ ПРОБЛЕМА

„Старе“ предузетнице		„Нове“ предузетнице		Менаџерке	
Проблем	% испитаница које су га навеле	Проблем	% испитаница које су га навеле	Проблем	% испитаница које су га навеле
Преоштра конкуренција	30.0	Цена пословног простора, опреме, материјала	52.6	Преоштра конкуренција	54.3
Тешкоће у наплати потраживања	29.7	Преоштра конкуренција	46.5	Тешкоће у наплати потраживања	46.8
Неповољни положај малих компанија на тржишту	28.7	Неповољни положај малих компанија на тржишту	23.7	Монопол на тржишту	20.2
Недовољна тражња за производима, услугама	28.4	Недовољна тражња за производима, услугама	22.8	Недовољна тражња за производима, услугама	20.2
Компликовани прописи и процедуре	27.1	Доступност државних програма за развој	20.2	Цена пословног простора, опреме, материјала	19.1

Испитанице сматрају да држава може да подстакне предузетништво жена пре свега унапређивањем разних видова финансијске помоћи. На овакво решење указало је 54% испитаница. Међу осталим предлозима нашли су се подстицаји у облику обука, семинара, повећања информисаности, позитивно медијско приказивање пословних жена, и сл.

4.5.3. ПРОГРАМИ ПОДРШКЕ

У току последњих 5 година 131 испитаница је учествовала у пријави за неки програм подршке. Тако је 63.4% конкурисало код Националне службе за запошљавање за програм samozapošljavanja, 27.5% је конкурисало за start-up кредите Фонда за развој, 6.1% је конкурисало за програм подршке малим и средњи предузећима које спроводи НАРР, 5.3% се пријавило за Програм подршке развоју исте организације, а 3.6% се пријавило за програм подстицања извоза код СИЕПА.

У 85 случајева, испитанице су оствариле подршку. Међу њима, 63.5% је учествовало у програмима samozapošljavanja Националне службе за запошљавање, 27.1% је добило start-up кредите Фонда за развој, 7% је добило подршку Националне агенције за регионални развој (НАРР) кроз различите програме, а 1% је добило подстицај за развој од СИЕПА-е.

Међу испитаницама које нису конкурисале за програме подршке, најчешћи разлог због којег се нису пријавиле за подршку је оцена да им средства из подршке нису потребна (24.5%). Међутим, није мали удео оних које су истакле да нису знале да ови програми подршке постоје (21%), као и оних које нису конкурисале због предубеђења да неће добити подршку (16%). Поред тога, 17% је оценило да се подршка не пружа за делатност њихове фирме, а 14% да су процедуре пријављивања обесхрабрујуће компликоване, док 7% истиче да нису знале како да се пријаве.

4.5.4. ПЛАНОВИ ЗА БУДУЋНОСТ ФИРМЕ

Имајући у виду овакву перцепцију пословне климе и кључних проблема, не чуди да у погледу планова за будућност, већина предузетница (61%) истиче примарно опстанак предузећа. За разлику од њих, менаџерке су више усмерене према различитим облицима развоја предузећа.

СТРАТЕШКИ ПЛАНОВИ ЗА БУДУЋНОСТ ФИРМЕ

Циљеви	„Старе“ предузетнице	„Нове“ предузетнице	Менаџерке
Опстанак предузећа	62.1	59.8	35.7
Повећање броја запослених	7.9	12.8	15.3
Освајање нових тржишта	6.0	4.3	15.3
Проширење делатности	16.1	18.8	28.6
Друго	7.9	14.3	5.1
Укупно	100	100	100

Уколико би приходи предузећа порасли у наредне две године, испитанице из све три категорије су навеле да би то повећање искористиле за инвестиције у запошљавање додатне радне снаге, а потом у нове производне линије (нове производе или услуге).

Изразита већина испитаница (84.3%) сматра да је за одрживост и развој предузећа значајно да се додатно едукују. Током истраживања оне су истакле потребе за програмима едукације у области технологија и стандарда, маркетинга, израда бизнис планова или стратешког планирања, финансијских аспеката пословања и генерално познавања различитих релевантних прописа.

Информисање представља важан предуслов одрживости и успешног пословања. Истраживање је указало да испитанице користе различите изворе информисања. Интернет представља једно од значајних средстава информисања, за 73% испитаница. Као извори информација најчешће се посећују стране релевантних министарстава (Министарство економије, Министарство финансија, Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања), Националне службе за запошљавање, сајтови развојних агенција, сајтови са оглашавањем радних места и сл.

Пословна клима се и даље перципира као неповољна. Већина испитаница оценила је да је у Србији тешко започети самостални посао због недоступности финансијског капитала, као и компликованих административних процедура. Као најважнији проблеми у пословању истакнути су проблеми тржишта, конкуренције, неповољног положаја малих компанија, тешкоће у наплати потраживања, компликовани прописи и процедуре, недовољна доступност државних програма за развој.

Испитанице сматрају да држава може да подстакне предузетништво жена пре свега унапређивањем разних видова финансијске помоћи, али и подршком у подизању знања и вештина жена у бизнису које им могу обезбедити бољу одрживост и веће пословне успехе. Готово четвртина испитаница је учествовала у пријави за неки програм подршке, а скоро две трећине је подршку и добило. Међу онима које нису конкурисале за програме подршке није занемарљив број оних које истичу да нису ни знале за програме или да су процедуре пријављивања обесхрабрујуће.

У стратешком планирању будућности фирме, предузетнице су више оријентисане према опстанку, а менаџерке према развоју.

4.6.

УСКЛАЂИВАЊЕ ПРОФЕСИОНАЛНОГ И ПОРОДИЧНОГ ЖИВОТА

Из основног социо-демографског профила испитаница могло се запазити да су то претежно породичне жене. Та чињеница намеће веома важно питање усклађивања породичног и професионалног живота. Питање је значајно за истовремено разумевање њиховог радног понашања и унутарпородичних односа, обезбеђивања социјалних функција у оквиру такозване репродуктивне економије, које диспропорционално обављају жене. Однос професионалног и приватног живота значајан је и са становишта индивидуалних стилова живота, односно квалитета живота који воде предузетнице, независно од бриге о другима са којима живе.

Стога ће ово поглавље бити посвећено карактеристикама усклађивања предузетничке каријере, породичних и личних услова живота у настојању да сагледамо какве се последице обликују у тој интеракцији и на који начин се може обезбедити подршка која ће предузетницама олакшати усклађивање ових различитих сфера живота. Стога ће излагање бити тематски усмерено на карактеристике домаћинства у којима живе, обрасце запослености у домаћинствима, поделу рада и одговорности у домаћинству и субјективне перцепције конфликта и задовољство каријером и животом.

Као што је раније било предочено, 66% жена из узорка живе са мужем или невенчаним партнером, а 72% имају децу. Истраживање из 2011. године (Бабовић, 2012) дошло је до налаза да је положај предузетница у домаћинству нешто равноправнији него што је то случај са општом популацијом жена у Србији. Оне значајно доприносе буџету домаћинства и успостављању/одржавању

животног стандарда своје породице, оне имају и већу моћ у одлучивању о потрошњи новца, па нешто више и деле са супругом или другим укућанима послове у вези са одржавањем домаћинства и бриге о породици. Ипак, вредносне оријентације жена указују на хибридную мешавину либералних и патријархалних ставова, која се рефлектује и кроз реална понашања. Тако се заправо у сфери усклађивања професионалног и породичног живота заправо могу видети неке од ових противречности, које се испољавају у томе што су у неким аспектима испитанице освојиле аутономију и увећале моћ, док су у другима задржале релативно израженије патријархалне вредности и обрасце понашања.

Вредносне оријентације испитиване су преко скупа ставова и из наредне табеле се може видети да са појединим ставовима који мере патријархалности постоји значајна сагласност.

СЛАГАЊЕ СА СТАВОВИМА

Став	% испитаница које се слажу са ставом
1. Ако је у браку само један супружник запослен, природније је да то буде мушкарац.	36.7
2. Већина послова у домаћинству по својој природи више одговара женама.	59.9
3. Добро је да су жене и мушкарци равноправни у браку, али је по правилу боље да мушкарац има последњу реч.	26.6
4. Породични живот испашта ако се жена запосли.	28.2
5. Бити домаћица може једнако испунити жену као и када је запослена.	31.2
6. Потребности породице су важније од личних амбиција жене.	67.3
7. Добро је да су жена и мушкарац у браку једнаки, али је обично боље да мушкарац зарађује више од жене.	57.1

Подаци из истраживања 2014. године још једном потврђују налазе о одлучивању о новцу у домаћинству и подели кућног рада, који су добијени и претходним истраживањем. Наиме, домаћинства предузетница и даље претежно имају централизоване кућне буџете, којима на нивоу свакодневне потрошње претежно управљају испитанице (у 54.3% случајева). Ипак, у четвртини случајева (25%) оне то чине заједно са супрузима/партнерима, док на нивоу стратешког одлучивања, у 40% случајева заједнички одлучују са супрузима а у 34% случајева то чине саме.

ТИП БУЏЕТА ДОМАЋИНСТАВА ПРЕДУЗЕТНИЦА

Тип буџета	%
Централизован	67.7
Делимично централизован	8.6
Независни буџети	19.8
Друго	4.0
Укупно	100

Када је, пак, реч о обављању кућних послова и бриге о породици, из наредне табеле се може приметити да ове послове претежно обављају испитанице у свим случајевима, изузев када је у питању брига о малој деци, у коју се очигледно више укључују други чланови породице и плаћена помоћ.

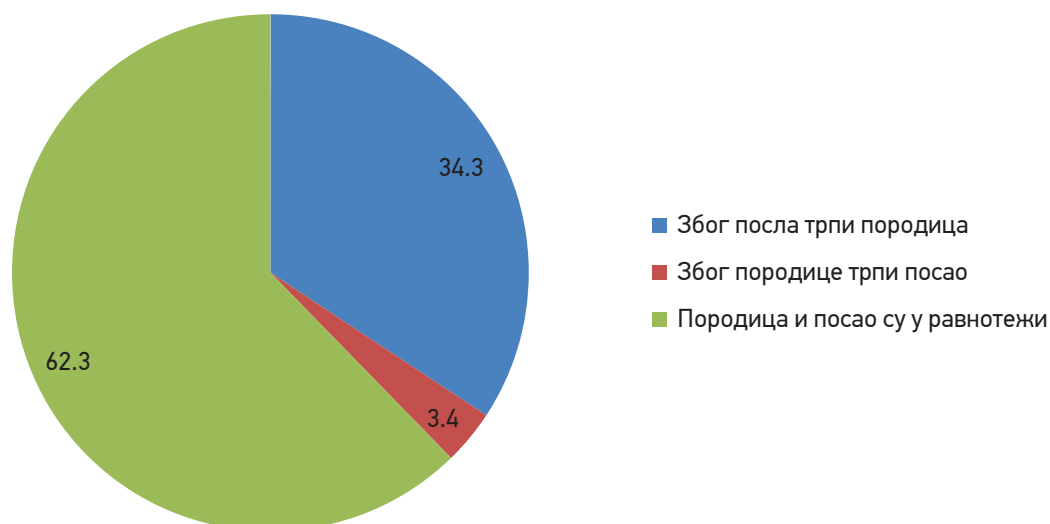
ОБАВЉАЊЕ КУЋНИХ ПОСЛОВА И БРИГА О ПОРОДИЦИ

Врста посла	% испитаница које у свом домаћинству најчешће обављају дати посао
Кување	76.4
Прање судова	68.9
Прање веша	76.5
Пеглање	76.3
Чишћење, спремање	64.3
Брига о малој деци (0-6 година)	46.2
Брига о школским обавезама деце	60.5
Брига о старима	55.3

Овакво оптерећење кућним обавезама и бригом о породици отвара питање двоструког оптерећења предузетница и менаџерки. Посебно, када се има у виду да, како показују налази истраживања, њихов радни дан у просеку траје 10.16 сати дневно, а радна недеља 6.7 дана.

У оваквим условима, временски сукоб између посла, породице, контаката са пријатељима и личне доколице је изражен. Ипак, већина жена из узорка сматра да су њихови пословни и породични аспекти живота у равнотежи. Међутим, готово 40% испитаница указује да постоји конфликт између ове две сфере живота као и да се тај конфликт у већини случајева испољава као временско продирање пословне сфере у остале сфере, због чега имају осећај да се не посвећују довољно породици, пријатељима, а нарочито сопственој доколици.

ПЕРЦЕПЦИЈА СУКОБА ПРОФЕСИОНАЛНОГ И ПРИВАТНОГ ЖИВОТА



Овај конфликт кључних сфера живота испољава се не само као временски конфликт, већ и у смислу оптерећења, при чему поново најчешће посао омета обављање кућних и породичних обавеза, али и породичне обавезе ометају ефикасно и квалитетно обављање посла.

УЧЕСТАЛОСТ ПРОБЛЕМА ЗБОГ ВРЕМЕНСКОГ КОНФЛИКТА

Учесталост	Проблем			
	Дошла је с посла преуморна да обави кућни посао који је требало урадити	Није могла да одговори на породичне обавезе јер је морала бити на послу	Није могла да се сконцентрише на посао због оптерећености породичним обавезама	Било јој је тешко да се сконцентрише на разговор и активности у породици јер је размишљала о послу
Често	51.0	37,8	12.8	20.7
Повремено	30.8	35.8	30.4	27.6
Ретко	10.8	16,1	31.5	26.3
Никада	5,8	8.2	22.7	23,3
Не може да оцени	1.7	2.0	2.6	2.2
Укупно	100	100	100	100

Ипак, 61.6% испитаница је задовољно усклађивањем породичног и пословног живота, а 19.8% није. Две трећине испитаница задовољно је тиме што остварују каријеру предузетнице, а једна трећина би данас да може изабрала другачију каријеру. Разлози за то су различити, а међу њима се јављају боља зарада, више слободног времена или занимање које је пожељније.

Пословне жене су претежно и породичне жене које се свакодневно суочавају са проблемима усклађивања пословних, породичних и индивидуалних аспеката живота. Њихов породични профил показује да оне живе претежно у домаћинствима средње величине, са партнерима и имају децу. То за већину жена значи да поред пословних, обављају и различите улоге бриге о породици. Оне у просеку раде дуже од нормалног радног времена.

У оваквим условима, временски сукоб између посла, породице, контаката са пријатељима и личне доколице је изражен и за већину жена он се испољава као временско продирање пословне сфере у остале сфере, због чега жене имају осећај да се не посвећују довољно породици, пријатељима, а нарочито сопственој доколици. Овај конфликт кључних сфера живота испољава се не само као временски конфликт, већ и у смислу оптерећења, при чему поново најчешће посао омета обављање кућних и породичних обавеза, али и породичне обавезе ометају ефикасно и квалитетно обављање посла.

Већина испитаница ипак сматра да је успела да оствари равнотежу између пословног и породичног живота и начелно је задовољна тим балансом. Мањи удео предузетница није задовољан начином усклађивања професионалног и приватног живота и због тога се осећа фрустрирано.

Две трећине испитаница задовољно је тиме што остварују каријеру предузетнице, а једна трећина би данас да може изабрала другачију каријеру. Разлози за то су различити, а међу њима се јављају боља зарада, више слободног времена или занимање које је пожељније.

5.

НЕУСПЕШНИ ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОКУШАЈИ

Анализа неуспешних предузетничких покушаја значајна је за потпуније разумевање одрживости и успешности предузетничких подухвата жена. У циљу упознавања карактеристика и проблема са којима су се суочиле предузетнице које су биле принуђене да угасе своје предузеће, истраживањем је обухваћено 50 некадашњих предузетница. Већина (42) је током претходног циклуса истраживања, 2011. године била испитана у улози активних предузетница, али већ три године касније њихова предузећа више нису била у функцији. У наставку овог поглавља анализа ће бити усмерена на њихове карактеристике, односно социо-демографски и некадашњи предузетнички профил, опремљеност ресурсима и мотивацију за предузетништво, разлоге гашења фирми и општу оцену задовољства животом у контексту промене економске улоге. Њихова искуства могу представљати важне лекције на основу којих је потребно профилисати програме подршке који ће учинити предузетништво жена одрживијим и успешнијим.

5.1.

КАРАКТЕРИСТИКЕ НЕУСПЕШНИХ ПРЕДУЗЕТНИЧКИХ ПОКУШАЈА

Да би се уочиле специфичности у вези са бившим предузетницама, подаци ће бити приказани упоредо за ову категорију испитаница и активне предузетнице. У овом случају категорија активних предузетница обухвата читав подузорок, укључујући и „старе“ и „нове“ предузетнице. Упоредни подаци о социо-демографском профилу указују да су бивше предузетнице просечно старије од актуелних предузетница и у складу са тиме, нешто израженије „породичне“ жене.

СОЦИО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ АКТИВНИХ И БИВШИХ ПРЕДУЗЕТНИЦА



Када је, пак, у питању предузетнички профил, из података у наредном графикону се може уочити да су бивше предузетнице имале израженије управо оне пословне карактеристике које су повезане са рањивијим бизнисима. Наиме, оне су у свим случајевима водиле микро предузећа; веома мали број предузетничких подухвата је био регистрован у форми привредног друштва јер су готово у 93% случајева биле регистроване као предузетнице; још су чешће него актуелне предузетнице биле везане пословном активношћу за локална тржишта, ређе су имале предузетничку породично залеђе и чешће су у предузетништво улазиле из нужде, односно како би решиле проблем незапослености.

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПРОФИЛ БИВШИХ И АКТУЕЛНИХ ПРЕДУЗЕТНИЦА



Већина предузећа некадашњих предузетница пословала је у области услуга, пре свега трговине и класичних услуга.

УГАШЕНА ПРЕДУЗЕЋА ПРЕМА ГРАНИ ДЕЛАТНОСТИ

Грана делатности	%
Пољопривреда, шумарство и риболов	4.2
Прерађивачка индустрија	8.3
Грађевинарство	4.2
Трговина на велико и мало	33.3
Саобраћај и складиштење	4.2
Услуге смештаја и исхране	4.2
Административне и помоћне услужне делатности	12.5
Уметност, забава и рекреација	4.2
Личне и друге класичне услуге	25.0
Укупно	100

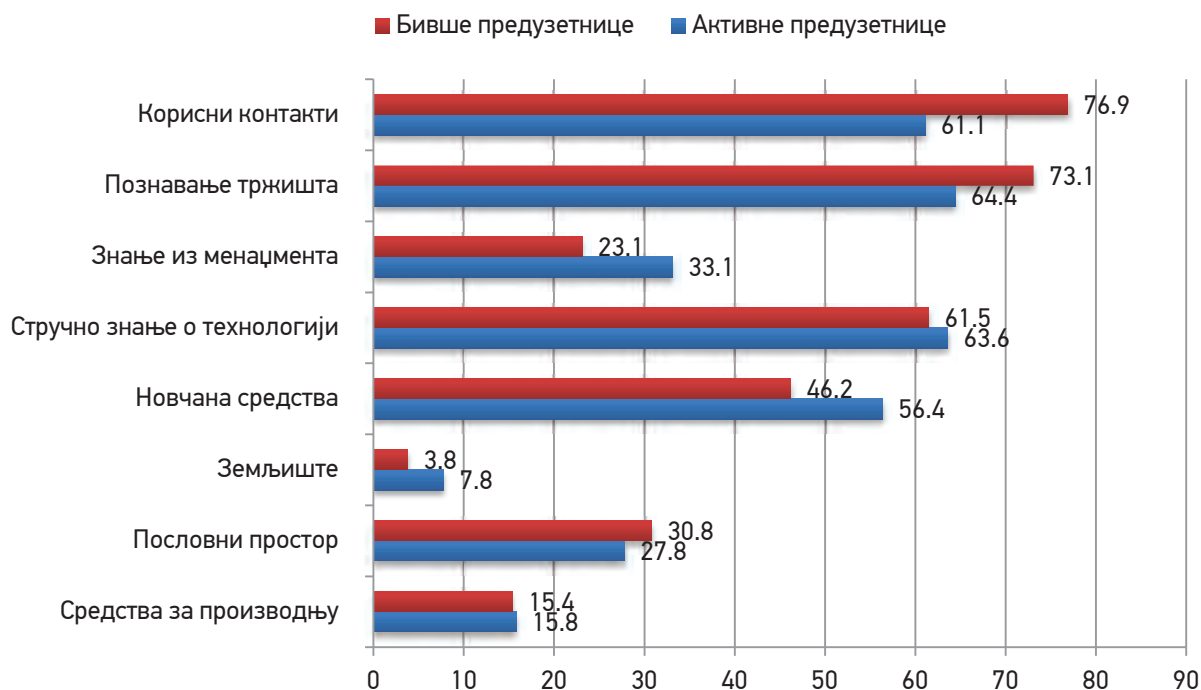
Ипак, нетачно би било сматрати да су оне предузетништву прибегле као једином решењу проблема незапослености. Из наредне табеле се може уочити да су чак чешће од актуелних предузетница у предузетништво улазиле да би оствариле неке пословне идеје, искористиле пословне прилике. Такође, може се приметити да су чешће биле мотивисане пословним изазовима, мада, свакако подаци из табеле такође указују на већу пропорцију оних које су биле мотивисане потребом да пре свега обезбеде себи запослење.

МОТИВИ ЗА УЛАЗАК У ПРЕДУЗЕТНИШТВО АКТУЕЛНИХ И БИВШИХ ПРЕДУЗЕТНИЦА

Разлог	% јављања разлога у укупном броју жена у подзорку ⁴⁰	
	Актуелне предузетнице	Бивше предузетнице
Добра послова идеја, уочена конкретна пословна прилика	44.7	58.6
Жеља да се изађе на међународно тржиште	1.6	3.4
Шанса да постане подуговарач за претходног послодавца	2.2	0
Жеља да се упусти у нове изазове	24.3	34.5
Жеља да буде самостална у раду	62.8	62.1
Жеља да од хобија направи посао	12.9	3.4
Жеља да настави породичну традицију	10.8	6.9
Жеља да лакше усклади каријеру са породичним обавезама	14.3	17.2
Жеља да се посвети послу након што су деца одрасла	9.4	17.2
Жеља да заради више новца	39.6	34.5
Жеља да реши проблем незапослености	14.8	44.8
Жеља да побегне од лоших услова на претходном послу	9.2	6.9
То је био једини начин да ради у својој струци	3.5	0

Разлика између актуелних и бивших предузетница испољава се и у погледу ресурса којима су располагале када су покретале сопствени посао. Ово располагање ресурсима је важно, јер добра ресурсна основа повећава шансе за одрживост предузећа. Из наредог графика се може видети да су бивше предузетнице располагале више него актуелне ресурсима као што су познавање тржишта и пословни контакти, док су актуелне предузетнице на располагању чешће имале специфична знања из области менаџмента и финансијске ресурсе. Важно је приметити да су бивше предузетнице када су замољене да одаберу најважнији ресурс од наведених, најчешће навеле управо новчана средства (у 26.9% случајева), потом познавање тржишта (23.1%), стручно знање везано за технологију (19.2%), корисне контакте (19.2%), пословни простор (7.7%), и на крају средства за производњу (3.8%).

40 Укупан проценат прелази 100% код обе групе због тога што су испитанице могле да наведу три мотива.

ПОСЕДОВАЊЕ РАЗЛИЧИТИХ РЕСУРСА ПРИ ЗАПОЧИЊАЊУ САМОСТАЛНОГ ПОСЛА
(% АКТИВНИХ И БИВШИХ ПРЕДУЗЕТНИЦА КОЈЕ СУ ПОСЕДОВАЛЕ ДАТИ РЕСУРС)5.2.
РАЗЛОЗИ ГАШЕЊА ПРЕДУЗЕЋА

У већини случајева (52.2%) фирме бивших предузетница су одлуком оснивача брисане из регистра, док је у 26% случајева фирма прошла процес ликвидације на иницијативу оснивача, а у 22% случајева је угашена на неки други начин. Посматрано према разлозима гашења предузећа, може се уочити да је најбројнија категорија некадашњих предузетница које тврде да су предузеће угасиле због тога што оно није више могло да намирује своје обавезе. Занимало нас је да ли су разлози гашења предузећа исти као и у случају неуспешних предузетница које смо интервјуисали током истраживања 2011. године. Упоредни подаци који су приказани у наредној табели указују да су предузетнице које су биле на челу предузећа угашених пре 2011. године, најчешће прибегавале гашењу предузећа у случајевима када она нису била више профитабилна. Предузетнице које су угасиле предузећа након овог периода то су најчешће чиниле због тога што предузећа више нису могла намиривати обавезе, а мање због тога што нису више била профитабилна. Такође, већи је удео и оних испитаница које су отишле у пензију.

НАЈВАЖНИЈИ РАЗЛОГ ГАШЕЊА ПРЕДУЗЕЋА

Разлог	%	
	Бивше предузетнице из 2011.	Бивше предузетнице из 2014.
Предузеће није било профитабилно	42.6	25.0
Предузеће није могло да намирује своје обавезе	21.3	42.9
Пронашла је бољу прилику за запослење	17.0	3.6
Посветила се бризи о породици	4.3	7.1
Пензионисала се	14.9	21.4
Укупно	100	100

Ови подаци указују да у периоду кризе која већ траје низ година, и разлози гашења бивају драстичнији. Ипак, гашење предузећа није нешто чему се олако прибегава. У периодима кризе, 23% бивших предузетница је покушало да потражи подршку не би ли опоравило свој бизнис. Међу онима које су потражиле подршку две трећине су тражиле подршку од институција и организација а трећина од породице и пријатеља. Већина (75%) је и добила подршку, али то није било довољно да се фирма одржи.

Група бивших предузетница није довољно велика да би се на њој могла спроводити темељнија анализа фактора неуспеха. Ипак, основном анализом је уочено да се у бројним аспектима не јављају значајне разлике између актуелних и бивших предузетница. Можда се најистакнутије разлике јављају у појединим аспектима иновација. Наиме, осим у случају иновација производа или услуга, бивше предузетнице су мање инвестирале у различите иновације. Такође, бивше предузетнице су мање улагале у обуке запослених. У периоду од две године пре затварања предузећа оне су само у 14% случајева инвестирале у развој људских ресурса, док су актуелне предузетнице то чиниле у 27% случајева.

Врста иновације	% предузећа која су спровела иновације	
	Актуелне предузетнице	Бивше предузетнице
Иновирање производа или услуга	50.4	53.6
Иновирање технолошког процеса	25.7	21.4
Иновирање унутрашње организације предузећа	29.4	17.9
Иновације у области маркетинга	33.0	28.6

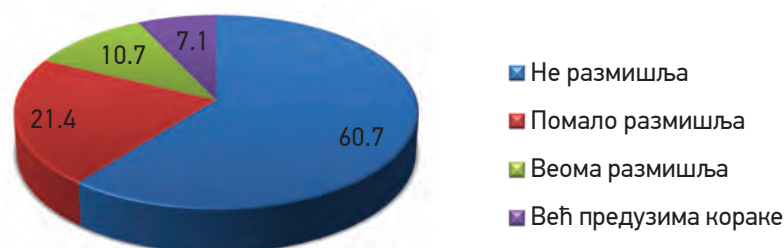
Још једна битна разлика се могла уочити између бивших и актуелних предузетница. Наиме, бивше предузетнице је одликовала значајно већа концентрација у личним и класичним услугама (25% према 16%).

5.3.

ПЛАНОВИ ЗА ПОНОВНО ПОКРЕТАЊЕ БИЗНИСА

Важно је запазити да ови неуспешни покушаји нису у потпуности обесхрабрили испитанице. Тако њих готово 40% размишља о томе да започне нови предузетнички подухват. Ипак, тек 7% предузима конкретне кораке у том правцу. Садашња пословна клима можда ће представљати препреку за то да се и остале које размишљају о новом предузетничком покушају одваже на такав корак. Из података је евидентно да њихова перцепција пословне климе није позитивна. Наиме, 84% сматра да је данас теже предузетницама него што је то било у време када су оне биле активне предузетнице.

ДА ЛИ РАЗМИШЉАЈУ ДА ПОНОВО ОСНУЈУ СОПСТВЕНО ПРЕДУЗЕЋЕ?

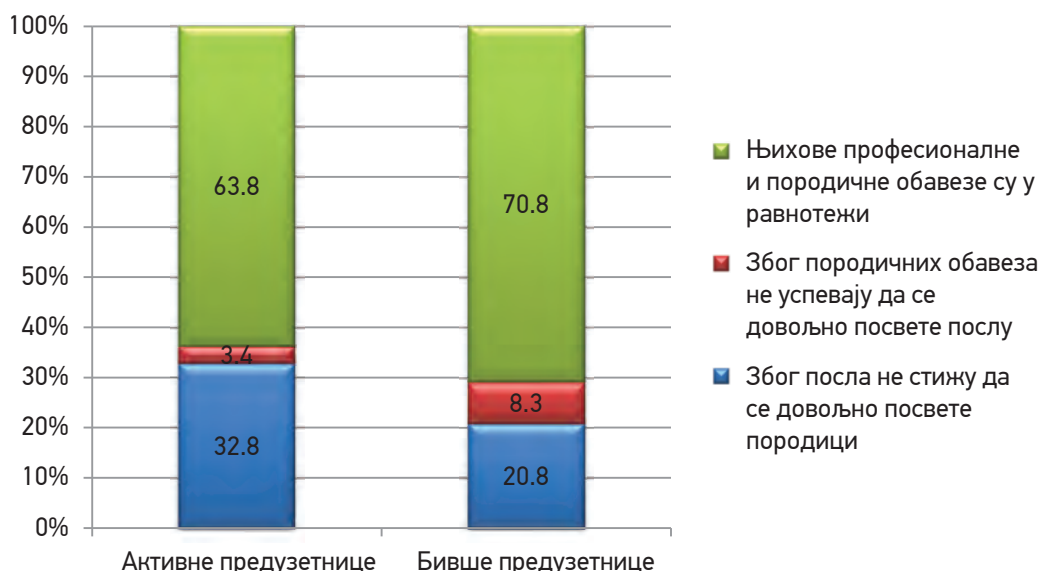


Током истраживања испитани су и ставови бивших предузетница о томе шта би држава требало да уради да би подстакла већу одрживост и успешност предузетничких подухвата жена. Према мишљењу испитаница чији су предузетнички покушаји угашени, држава пре свега треба да побољша разне видове финансијске помоћи, да обезбеди већи подстицај женском предузетништву у виду обука, семинара и да олакша процедуре за оснивање преузећа.

5.4. УСКЛАЂИВАЊЕ ПОСЛОВНОГ И ПРИВАТНОГ ЖИВОТА

На крају, испитани су и ефекти гашења предузећа на животни стил предузетница. Напуштање предузетништва делује у правцу смањења конфликта између пословног и приватног живота на агрегатном нивоу. Из наредног графика се може видети да је удео оних испитаница које исказују неку врсту конфликта значајно мањи него међу актуелним предузетницама.

ОЦЕНА БАЛАНСА ИЗМЕЂУ ПОСЛОВНОГ И ПРИВАТНОГ ЖИВОТА
КОД АКТИВНИХ И БИВШИХ ПРЕДУЗЕТНИЦА



Већина бивших предузетница (89%) истиче да сада има више времена за себе и породицу него кад је водила сопствену фирму. Ипак, 45% је било задовољније својим животом док су имале сопствену фирму, док 21% је задовољније данас, а 32% не могу да оцене.

Предузетнице чији су пословни подухвати били неуспешни разликују се у извесним карактеристикама од предузетница које су биле активне у време истраживања: нешто су просечно старије, па у складу са тим и чешће породичне жене, њихова предузећа су била искључиво микро предузећа, најчешће у области трговине и личних и класичних услуга. Бивше предузетнице најчешће су то постајале из нужде, а предузећа су углавном саме гасиле брисањем из регистра АПР онда када више нису могла да намирују обавезе. Њихова перцепција пословне климе у Србији је изразито неповољна, али упркос томе, одређен, незанемарљив број, размишља о новом предузетничком покушају. Оне данас имају мање изражен конфликт између професионалног и приватног живота, али ипак, готово половина тврди да је била задовољнија онда када је имала сопствену фирму.

6.

ПОРТРЕТИ ПОСЛОВНИХ ЖЕНА

Поред анкетног истраживања, спроведено је и квалитативно истраживање током кога су се дубинским интервјуима са пословним женама различитих профила настојале дубље сагледати околности под којима воде своје пословне подухвате. Њихова специфична искуства, проблеми, перцепције, треба да представљају илустрације оних тенденција које смо сагледали на основу квантитативних података. У наставку су приказане жене следећих профила:

- Предузетница са два предузећа
- Предузетница шансе
- Предузетница нужде
- Предузетница која је наследила предузеће
- Неформална предузетница
- Предузетница Ромкиња
- Менаџерка у маркетингу

Пословним женама чији су профили приказани измењена су имена због очувања анонимности, а њихове биографске приче треба схватити као особене илустрације које показују како се у неким случајевима комбинују различите околности, средински, лични фактори и ресурси у креирању особеног случаја. Њихова искуства, иако слична другим пословним женама, не треба уопштавати, јер треба имати на уму да је ово материјал добијен из квалитативног истраживања усмереног на то да дубље сагледа специфичне одлике, процесе, перцепције и услове, а не да измери распрострањеност њихових карактеристика.

6.1. МАРИНА – ПРЕДУЗЕТНИЦА СА ДВА ПРЕДУЗЕЋА

ПОЧЕТАК ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРИЈЕРЕ

Марина Јаковљевић је извршна директорка два активна предузећа из једног места у Војводини. Она је и једина власница оба предузећа. Једно предузеће представља агенцију за рачуноводствене, књиговодствене, ревизорске послове и пореско саветовање са 5 запослених. Друго предузеће је регистровано у форми друштва ограничене одговорности. Главна делатност ове фирме која запошљава 7 особа су услуге заваривања и виљушкар.

Марина је факултетски образована предузетница. Завршила је економски факултет, смер маркетинг, а знање које је стекла током основних студија било је од велике користи на различитим радним местима на којима је била запослена током каријере, али и за отпочињање самосталног посла. Била је запослена у више друштвених предузећа. Радилa је у фабрици, обављала послове књиговође, и сво знање стечено током каријере искористила је за самостални посао који је покренула 1999. године. Приликом рада у различитим предузећима схватила је да има одличне менаџерске способности које је желела да искористи и да се докаже као успешна предзетница.

ЖЕЛЕЛА САМ ДА СЕ КАО ЖЕНА ПОКАЖЕМ У ПРИВАТНОМ СЕКТОРУ. САМА САМ СЕ ОДЛУЧИЛА, МАДА У ТОМ МОМЕНТУ САМ ИМАЛА И ПОДРШКУ СУПРУГА. ОН ЈЕ РАДИО У ДРУШТВЕНОЈ ФИРМИ И ПРОСТО САМ ИМАЛА НЕКУ СИГУРНОСТ. ОН ЈЕ ИМАО НЕКА РЕДОВНА ПРИМАЊА И ЈА САМ МОГЛА ДА СЕ УПУСТИМ У ОВО ЈЕР НИСАМ ИМАЛА СТРАХ ДА ЛИ ЋУ УСПЕТИ ИЛИ НЕ. ИМАЋЕМО ОД ЧЕГА ДА ЖИВИМО, АЛИ ХВАЛА БОГУ, ЕТО ИМАЛА САМ И ХРАБРОСТИ И СРЕЋЕ И УСПЕЛА САМ У ТОМЕ.

На започињање самосталног бизниса највише ју је мотивисало то што је имала добру пословну идеју и што је познавала тржиште из те области. Ипак, на почетку се суочила са низом тешкоћа. Као најбитније, навела је препреке финансијске природе, којих је било доста. Међутим, била је стрпљива и упорна, водећи се идејом да сваки бизнис треба водити и развијати постепено, и да само тако може да се обезбеди успех.

ПОСЛОВАЊЕ ФИРМЕ ДАНАС

Маринине обе фирме веома добро послују. Наводи да је место у коме се фирме налазе мала средина, у којој се брзо сазна ко је добар у свом послу и да су јој веома помогле препоруке које је добијала од суграђана, али и колега са којим је сарађивала. У оснивању другог предузећа препоруке су имале великог значаја, као и контакти стечени у првом предузећу. Из тог разлога она данас има велики број клијената и успева да води обе фирме успешно.

ПРОБЛЕМИ:

Марина наводи да упркос великом броју клијената и данас наилази на бројне препреке приликом вођења свог бизниса.

КАД САРАЂУЈЕТЕ СА ЉУДИМА УВЕК ДОЛАЗИ ДО НЕКИХ ПРОБЛЕМА ЗАТО ШТО ИМА ПУНО ПРЕПРЕКА. ТУ СУ РАЗНЕ ОКОЛНОСТИ КОЈЕ СЕ ПОЈАВЉУЈУ, НОВЕ ФИРМЕ, НОВИ КЛИЈЕНТИ, ТРЕБА ТО СВЕ ПРОПРАТИТИ. ТРЕБА ОДРАДИТИ ПУНО ПОСЛА, ДОКАЗАТИ СЕ У СВЕМУ ТОМЕ, ОНДА ПОСЛЕ ПОСТАЈЕ ЛАКО.

ПРОШИРЕЊЕ ПОСЛА:

У току вођења својих фирми, често је долазила на идеју да прошири свој бизнис. Желела је да прошири фирму на територију оближњег града, већег регионалног центра, и самим тим да повећа број запослених, али је у томе кочила њена приврженост породици.

ХТЕЛА САМ ДА ПРОПРАТИМ ОДРАСТАЊЕ СВОЈЕ ДЕЦЕ И ДА БУДЕМ ТУ БЛИЗУ ЊИХ.

Марина сматра да је сада право време за проширење посла, јер су деца порасла, и ради на томе. Међутим, да би проширила посао потребно јој је доста средстава. Сматра да је тешко од постојеће зараде улагати у нову опрему, нови пословни простор, јер то све изискује много средстава. Притом, поред тих улагања мора се обезбедити да постојеће функционише, јер не жели да проширењем фирме, угрози једну, или обе фирме.

Држава би, према Маринином мишљењу, могла доста да допринесе, и види улогу државе на различитим пољима. Поред новчаних средстава, која би јој доста помогла да реализује своје идеје, била би јој од значаја и помоћ у виду опреме, различите организоване обуке за раднике, као и подстицаји финансијске природе у виду умањења пореза и доприноса за новозапослене раднике.

ОДНОС ПРИВАТНОГ И ПОСЛОВНОГ ЖИВОТА

Када је реч о усклађивању приватног и пословног живота, Марина је задовољна начином на који је ускладила та два аспекта. У време оснивања фирме била је у браку, и родила је двоје деце. У почетку јој је било тешко, али је имала велику подршку супруга. Када је започела посао, муж је радио у фабрици, па није могао много обавеза да преузме на себе, али су тада бака и дека доста помагали. На самом почетку велики део послова у домаћинству је обављала сама.

ЗАТО САМ ОСТАЛА ОВДЕ У ... СА ПОСЛОМ, ДА БИХ У 8 ИХ ОДВЕЛА У ВРТИЋ, У 2 ОТИШЛА ПО ЊИХ, МОГЛА САМ ДА УСКЛАДИМ СВОЈЕ ОБАВЕЗЕ. АЛИ БЕЗ ПОМОЋИ СВИХ, ТЕШКО ДА БИ ОВО ФУНКЦИОНИСАЛО.

Како истиче, породичне обавезе јој нису биле напорне, јер је волела да проводи време са децом и трудила се максимално да се њима посвети. Са друге стране имала је и пуно обавеза везаних за посао.

БИЛО ЈЕ ТЕШКИХ СИТУАЦИЈА... ДАНАС ЈА КАЖЕМ НЕ МОГУ НИШТА, АЈДЕ ТИ СВЕ ОДРАДИ ЈЕР ЈА НЕ МОГУ НИШТА. ОНДА ОН КАЖЕ – ОК, ДАНАС ЋЕМО ИЋИ НА РУЧАК ТАМО ИЛИ ОВАМО, ИЛИ НА ВЕЧЕРУ, ИЛИ ЋЕМО КОД БАКЕ. БУКВАЛНО ЈЕ БИЛО СИТУАЦИЈА ДА ЈА ПАР ДАНА НИШТА НИ НЕ РАДИМ У КУЋИ, У ЗАВИСНОСТИ ОД ТОГА КОЛИКО САМ НА ПОСЛУ АНГАЖОВАНА.

РОДНА ДИСКРИМИНАЦИЈА:

Марина истиче да никада није осетила да је дискриминисана, нити да је гледају другачије у односу на колеге. Обзиром да је делатност којом се бави једно од два предузећа „мушка“, многи су се питали због чега је изабрала тај тип посла, али тврди да није имала проблема да пронађе клијенте, нити да је имала другачији третман као жена у такозваном „мушком послу“.

6.2. ДАНИЦА – ПРЕДУЗЕТНИЦА ШАНСЕ

„ЈА НАЈВИШЕ ВОЛИМ КАД ОДЕМ НА ПОСАО, ДРЖИМ ЧАСОВЕ, ТО ЗА МЕНЕ НИЈЕ УОПШТЕ ПОСАО, ТО ЈЕ ЗА МЕНЕ ЗАДОВОЉСТВО, ОДМОР, ТО ЈЕ ЈЕДИНИ ДЕО ДАНА КАД ЈА ЗНАМ ГДЕ ЋУ БИТИ И ШТА ЋУ РАДИТИ И ТО МИ ЈЕ ЈЕДИНА КОНСТАТНТА, ОВО СВЕ ОСТАЛО РАДИШ УСПУТ.“

ПОЧЕТАК ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРИЈЕРЕ

Даница је власница и директорка школе за стране језике која је отворена 1999. године. Међутим, Даница ју је откупила 2001. године од претходне власнице за 2500 тадашњих немачких марака. Пре тога, Даница је била запослена у тој школи, али је уз то радила и у 2 државне школе (у средњој и у основној).

...ЈЕДНОСТАВНО ТО МИ НИЈЕ БИЛА ДОВОЉНА САТИСФАКЦИЈА. КАДА САМ ПОЧЕЛА ИМАЛА САМ ТОТАЛНО ДРУГУ ВИЗИЈУ КАКО ЋЕ ИЗГЛЕДАТИ ТО МОЈЕ ДРЖАЊЕ ЧАСОВА, ШТО НИСАМ ДОЖИВЕЛА У ШКОЛАМА У КОЈИМА САМ РАДИЛА, ЈЕДНОСТАВНО ЈЕ БИЛО ПРЕВИШЕ СТВАРИ КОЈЕ ТЕ СПУТАВАЈУ. ОД МАТЕРИЈАЛНИХ, ДА МОРАШ ДА ПИТАШ СВАКОГА ЗА СВЕ, ШТА ГОД ДА УРАДИШ УВЕК СЕ НАЂЕ НЕКО КО ЋЕ ДА ТЕ КРИТИКУЈЕ, ТО МЕНИ ЈЕДНОСТАВНО НИЈЕ ЛЕЖАЛО, НИСАМ СЕ ТУ ВИДЕЛА И КАД МИ ЈЕ ТА ЖЕНА ПРЕДЛОЖИЛА ДА ПРЕЂЕМ КОД ЊЕ ПУНО РАДНО ВРЕМЕ, ДА САМО КОД ЊЕ РАДИМ ЈА САМ РЕКЛА ДА ХОЋУ И ТО ЈЕ БИО ПРВИ ШОК У МОМ ОКРУЖЕЊУ. СВИ СУ РЕКЛИ, НАПУШТАШ ПОСАО У ШКОЛИ ДА БИ ИШЛА У НЕШТО ПРИВАТНО ДА РАДИШ ЗА НЕКОГ, ЈЕСИ ЛИ ТИ ЛУДА, ДОБИЛА СИ ПОСАО НА НЕОДРЕЂЕНО, ШТА ХОЋЕС, ПА ТО ЈЕ ЖИВОТНИ САН СВАКОГ ПРОФЕСОРА. ЈА САМ РЕКЛА, АКО САД НЕЋУ ДА РИЗИКУЈЕМ, КАД ЋУ... СА 23 ГОДИНЕ. И ТАКО ЈЕ ТО ПОЧЕЛО ЈЕДНО ПО ЈЕДНО.“

Пре него што је откупила школу, већ је решила да отвори своју школу, јер су је и сами ђаци већ питали зашто не отвори своју школу с обзиром да је све радила сама и да се претходна власница није уопште бавила тиме. Иако у то време нису били повољни услови да се упусти у ризике самосталног посла, она је ипак донела одлуку да отвори/откупи школу јер је већ фактички радила цео посао и то за плату. Спутavaо је једино недостатак материјалних средстава. Када се указала прилика да откупи школу у којој је већ радила, морала је да позајми новац од више људи, јер је за њу то био недостижан износ. У то време није могла да узме никакву позајмицу од банке, па је позајмљивала од пријатеља, познаника и рођака мале своте, не би ли прикупила читаву суму.

ПОСЛОВАЊЕ ФИРМЕ ДАНАС

Када је преузела фирму то је била једина школа страних језика у том месту. Данас постоји још једна школа страних језика и још 2-3 које се баве „*свиме и свачим*“ па имају и курсеве језика. Она сматра да она опстаје толике године зато што одржава квалитет, има добар тим професора који раде, труди се да користи савремене методе и да све у свему пружи најбољу услугу.

Када је преузела школу било је 40 ђака, да би врло брзо број полазника био удвостручен и наставио да расте. Данас школа има максимално попуњен капацитет од 200 полазника, што оцењује као оптималну меру. У једном периоду имала је и већи број полазника, али то је пренапрегло капацитете школе и претило је да умањи квалитет наставе. Тако је одлучила да задржи обим пословања на броју од око 200 полазника, јер је оценила да је то оптималан обим.

„ШТО ВИШЕ ЉУДИ, ТО ЈЕ И ВЕЋИ СТРЕС И ВИШЕ ПРОБЛЕМА И ВИШЕ ПРОФЕСОРА, ЈЕДНОСТАВНО САМ СХВАТИЛА ДА ЈА ОД ТОГА НЕМАМ НЕКЕ ВЕЋЕ ЗАРАДЕ, ИМАМ САМО ПРОБЛЕМЕ, ПА САМ ЈА ТО ОНДА РЕДУКОВАЛА НА НЕКИ НОРМАЛАН НИВО ДА БУДЕ КВАЛИТЕТНО.“

Када су у питању приходи, наводи да је дуго пословала на „некој позитивној нули“. Није било шансе да се добију кредити. Изнајмљивала је простор 5 година и сматрала је да би требало да купи свој простор како би обезбедила адекватније просторије за учионице. Пронашла је одговарајући простор у центру града. Покушала је на све могуће начине да добије кредит како би купила тај пословни простор, међутим није успела. Кредит је на крају подигао њен супруг на име своје плате који и даље отплаћују. Многе особе из њеног окружења су сматрале да чини грешку тиме што се задужује.

„СВИ СУ МИ РЕКЛИ ЗАШТО УЗИМАШ КРЕДИТ А НЕ КУПУЈЕШ СЕБИ КУЋУ ИЛИ СТАН НЕГО УЛАЖЕШ У ПОСАО, ТО СУ СВЕ КАО НЕНОРМАЛНЕ СТВАРИ, ЈА САМ РЕКЛА ТЕ ПАРЕ И ОВАКО И ОНАКО ОДЛАЗЕ... А ОВАКО ЈЕДНОГ ДАНА, НАДАМ СЕ ДА ЋЕ БИТИ МОЈЕ, ТО ЈЕ БИЛО ТАКВО ВРЕМЕ, КРЕДИТИ У ПОВОЈУ, НИЈЕ СЕ ЗНАЛО... АЛИ ЕВО ВЕЋ 8, СКОРО 9 ГОДИНА ТО ФУНКЦИОНИШЕ“.

ПРОБЛЕМИ

Као највећи проблем истиче као и велики број других предузетница, проблем наплате потрживања. Посебно истиче да је у мањем месту то јако непријатно, зато што је то мала средина и не може ни да испише ћака нити да запрети, јер сматра кад би то урадила да би то био крај њене каријере, јер не би наишло на одобравање у њеном месту.

Други проблем представљају порези. Она плаћа паушални порез и у децембру је добила решење од пореске службе по коме треба да плати разлику у порезу у износу од 120 хиљада динара ођедном. Након пола године опет су подигли износ пореза и опет је добила решење по коме треба да плати разлику од 40 хиљада динара. Сматра да оваква оптерећења гуше предузетничке иницијативе, али да за сада уз сва та оптерећења успева још увек да послује позитивно.

Истовремено сматра да је проблем у томе што не може да подигне цену услуге у садашњим условима. Истиче да подизање цене од 500 динара већ представља проблем за кориснике иако постоје и попусти за старе ћаке. Стога није подизала цене услуге током последњих 3 године иако су само трошкови грејања три пута поскупели.

Иако плаћа паушалне порезе има књиговођу који обрачунава плате, прати порезе и води рачуна да она не направи грешку. Често је помишљала да запосли неког личног асистента али не може финансијски да то поднесе у актуелним условима, а и не усуђује се да запосли некога ко ће имати комплетан увид у њене финансије.

ПРОШИРЕЊЕ ПОСЛА:

Отворила је курс за децу предшколског узраста када је схватила да они одлазе негде другде а да су то све будући полазници и кад је почела да губи полазнике. За сад јој је битно да ова компонента одржава саму себе, да приходи покривају трошкове, а за узврат је добила потенцијалне будуће полазнике.

ОДНОС ПРИВАТНОГ И ПОСЛОВНОГ ЖИВОТА

Усклађивање породичног живота са вођењем школе није нимало лако. Даница је родила двоје деце док је водила школу и наводи да је то било веома стресно.

„СВЕ ЈЕ ТО ВЕЛИКИ СТРЕС И СВЕ ЈЕ ТО БИЛО ОК ДОК НИСАМ ИМАЛА ДЕЦУ, ТАД ЈЕ СВЕ ФИНКЦИОНИСАЛО, ЈА САМ ПО ЦЕО ДАН РАДИЛА ОД УЈУТРУ ДО УВЕЧЕ И ТО ЈЕ БИЛО САСВИМ НОРМАЛНО. МЕЂУТИМ САД СЕ СВЕ ТО ПРОМЕНИЛО, ЈЕДНОСТАВНО ИМАШ СТО ДРУГИХ СТВАРИ О КОЈИМА БРИНЕШ. СКОРО САМ НЕГДЕ ПРОЧИТАЛА... И ТО ЋУ НЕГДЕ ДА ОКАЧИМ, КАЖЕ: ИЗА СВАКЕ УСПЕШНЕ ПОСЛОВНЕ ЖЕНЕ СТОЈИ МАЈКА КОЈА ЧУВА ДЕЦУ, ТО ЈЕ УСТВАРИ ПОЕНТА УСПЕХА ПОСЛОВНЕ ЖЕНЕ!...

6.3.

ГАБРИЈЕЛА – ПРЕДУЗЕТНИЦА НУЖДЕ

ПОЧЕТАК ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРИЈЕРЕ

Габријела је власница и главна менаџерка друштва ограничене одговорности, чија је главна делатност међународни транспорт. Она је и једина запослена у својој фирми.

Габријела је завршила Вишу економску школу. На почетку своје радне каријере радила је као књиговођа у једном државном предузећу, али због потребе фирме су је пребацили у други сектор, где је имала прилику да се бави међународним транспортом. Фирма је угашена, Габријела је остала без посла и да би решила проблем незапослености, одлучила се да оснује своју фирму. Навела је никада не би започела самостални посао да није дошло до распада фирме у којој је била запослена.

МНОГО ЈЕ ЛАКШЕ РАДИТИ У ДРЖАВНОЈ ФИРМИ ИЛИ БИЛО КОЈОЈ ДРУГОЈ ФИРМИ НЕГО БАВИТИ СЕ ПРИВАТНИМ ПОСЛОМ.

На доношење одлуке о оснивању фирме мотивисао ју је недостатак финансијских средстава као и познавање тржишта из делатности којом се њена фирма бави. Приликом започињања самосталног бизниса Габријела тврди да није наишла на било какве препреке административне природе. Када је реч о финансијским препрекама, она наводи да је у периоду оснивања фирме (2002. године) била јако добра финансијска ситуација у земљи и да је лако налазила клијенте.

ПОСЛОВАЊЕ ФИРМЕ ДАНАС

Од 2010. године долази до погоршања финансијске ситуације у земљи и Габријелин посао запада у кризу. Смањено се обим потражње за услуге које њена фирма нуди, док се истовремено јављају велики проблеми везани за наплату потраживања. Наводи да је данас њена фирма у јако лошој ситуацији и да се суочава са бројним проблемима.

ПРОБЛЕМИ:

Када говори о препрекама на које сада наилази указује најпре да је тржиште постало непријемчиво за класичне облике маркетинга и комуникације.

СВИ СУ ЗАТВОРЕНИ. МОЖЕТЕ ДА ПИШЕТЕ МЕЈЛ, БИЛО КОМЕ ДА НУДИТЕ, НИКО ВАМ НЕ ОДГОВАРА УОПШТЕ, КАО ДА СТЕ ВАЗДУХ. КОМЕ ГОД ДА ТРАЖИТЕ ПОСАО, ДА ШАЉЕТЕ МЕЈЛ, НУДИТЕ УСЛУГУ, НИ СА КИМ НЕ МОЖЕТЕ ДА ДОЂЕТЕ У КОНТАКТ. СВЕ ЈЕ ЗАТВОРЕНО, КОМПЛЕТНО ЗАТВОРЕНО ТРЖИШТЕ.

Поред проблема везаних за тржиште наводи проблеме везане за наплату потраживања.

ОН ВАМА ОБЕЋА ДА ЋЕ ДА ВАМ ПЛАТИ У РОКУ ОД 30 ДАНА. КОГА ПОСЛЕ ДА ТУЖИТЕ? ПЛАЋАТЕ ТАКСЕ, ПЛАЋАТЕ ТУЖБЕ И КАД ДОЂЕ ДО ИЗВРШЕЊА, ДОБИЈЕТЕ ИЗВРШНУ ПРЕСУДУ, ВИ НЕ МОЖЕТЕ ДА НАПЛАТИТЕ, КАКО ПРИВАТНО ТАКО И ПОСЛОВНО. СУД НЕ РАДИ СВОЈЕ, ИЗВРШИТЕЉИ НЕ РАДЕ СВОЈЕ И ТО ЈЕ МНОГО ТЕШКО. ЧОВЕК МОРА ДА ВОДИ РАЧУНА СА КИМ РАДИ И ДА ЛИ ЋЕ УОПШТЕ МОЋИ ДА НАПЛАТИ. ЈЕР ВАМА ДРЖАВА ТРАЖИ МЕСЕЧНЕ ДОПРИНОСЕ И НИКОГА НЕ ЗАНИМА ДА ЛИ СТЕ ВИ УРАДИЛИ НЕШТО ИЛИ НЕ, ВИ ЊЕМУ ДОПРИНОСЕ МОРАТЕ ДА ДАТЕ, А ДА ЛИ ЋЕТЕ ВИ ДА ИМАТЕ ПЛАТУ, ДА ЛИ ЋЕТЕ ИМАТИ ОД НЕЧЕГА ДА ЖИВИТЕ – ТО ДРЖАВУ НЕ ЗАНИМА УОПШТЕ, ЗАТО ЈЕ МНОГО ТЕШКО. ЗНАЧИ ВАМА НИКО НЕ ДОЛАЗИ, НИКО НЕЋЕ ДА ВАМ ПОМОГНЕ, НИКО. ЈЕДНОСТАВНО СВИ ГЛЕДАЈУ ДА СЕ НАПЛАТЕ И ИМАЈУ ВЕЛИКЕ ПЛАТЕ, ПУТОВАЊА, ДЕФИЦИТЕ У БУЏЕТУ, РАДИ СВОЈЕ И ШТА ЊЕГА БРИГА ДА ЛИ САМ ЈА РАДИЛА ИЛИ КОЛИКО САМ ЈА ЗАРАДИЛА И КОЛИКО САМ МЕСЕЧНО ИЗДАЛА ФАКТУРА И ДА ЛИ ЋУ ДА НАПЛАТИМ. ЈАКО ЈЕ ТЕШКО И НИКОМЕ НЕ БИХ ПРЕПОРУЧИЛА ДА ЗАПОЧНЕ ПОСАО, ОСИМ АКО НЕМА НЕКОГА ДА МУ ЈЕДНОСТАВНО СЕРВИРА ПОСАО.

ПРОШИРЕЊЕ ПОСЛА:

Габријела не планира да прошири посао, јер не може да запосли ни једног радника, зато што не зна да ли ће моћи да плати доприносе за запослене. Иако је имала амбицију да развије фирму у различитим аспектима, данашња финансијска ситуација и пословна клима у земљи јој то не дозвољавају.

Габријела сматра да држава не може да помогне ни њеној ни другим фирмама.

ПА НЕ МОЖЕ, ПРВО СВИ ВЕЛИКИ БИЗНИСМЕНИ НЕ ПЛАЋАЈУ ПДВ. СВАКИ ДАН У ДНЕВНОЈ ШТАМПИ ПИШЕ КОЛИКЕ СУ КРАЂЕ, А ОНИ САМО КАД БИ ТО ВРАТИЛИ, ПА ТАД БИ ОВА ДРЖАВА ЦВЕТАЛА...ЈА САД, КАО ПРИВАТНИК, КАД БИХ ОТИШЛА У БАНКУ ДА ТРАЖИМ КРЕДИТ, ПА ЈА НЕ ЗНАМ ШТА БИХ МОРАЛА ДА ДАМ ПОД ХИПОТЕКУ ДА БИ ДОБИЛА КРЕДИТ...ДРЖАВА ЈЕ ТА КОЈА НЕМА ПАРА НИ ЗА ШТА.

ОДНОС ПРИВАТНОГ И ПОСЛОВНОГ ЖИВОТА

Када је започињала бизнис породица јој је била велика подршка јер су сви живели од њене плате. Иако је оснивањем фирме имала више обавеза наставила је да обавља све кућне послове јер је тако желела и наводи: „...ја нисам морала ал сам их тако научила“. Супруг није преузео нове обавезе на себе, тако да је Габријела обављала све послове у домаћинству. Сматра да је успевала да доведе у равнотежу породични и професионални живот и није била у ситуацији да породица трпи због њеног посла, нити да посао трпи због породице.

ДИСКРИМИНАЦИЈА

У току своје предузетничке каријере Габријела тврди да није осетила другачији третман у односу на мушке колеге, иако се делатност којом се бави њена фирма сматра „мушком“. Када је започињала посао владала је велика колегијалност, финансијска ситуација у земљи је била одлична, била је велика потражња за услугама које је она нудила и клијентима није било битно што је она жена.

6.4. МИНА – ПРЕДУЗЕТНИЦА НАСЛЕДНИЦА

ПОЧЕТАК ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРИЈЕРЕ

Бизнис је започет пре сада већ тачно пола века јер је то породична фирма. Минин отац је оснивач фирме и она је цео свој живот проводила прилично времена у фирми и интересовала се за посао. Некако је природно пожелела да настави посао заједно са својом сестром са којом дели власништво над фирмом. Оне су преузеле бизнис пре око 10 година од када самостално управљају фирмом. Партнерство са сестром карактерише као изузетно добро, каже да се уопште се не раздвајају, чак и седе у једној канцеларији и јако се лепо слажу.

ПОСЛОВАЊЕ ФИРМЕ ДАНАС

Фирма се бави сервисирањем електронских уређаја, има углавном уговоре са произвођачима и спада у сервис гарантног рока. Фирма је средње величине са 40 запослених, а партнери су махом иностране компаније.

„НИЈЕ ЛАКО НАСЛЕДИТИ ФИРМУ КОЈА ТОЛИКО ДУГО ПОСТОЈИ СА СВИМ ТИМ ЉУДИМА, СА СВИМ ТИМ АРТИКЛИМА, СА СВИМ ПРОЦЕСИМА...“

Посао се суочава са проблемима од када је избила економска криза. У време истраживања, фирма је била у процесу селидбе – из простора од 1000м² преместила се у половину зграде и двоструко мањи простор како би смањила трошкове. Истовремено, изнајмила је нови пословни простор на у другом делу града, јер сматра да то повећава конкурентност фирме и већу доступност на локалном тржишту.

Мина истиче да је пословање оптерећено разним таксама и наметима, укључујући и ону за пуштање музике. Осећа се одговорном да мора одржати фирму и због 40 запослених о којима брине. У периоду тешкоћа у пословању размишљала је да прода или затвори фирму, али не може јер се ту увек умешају емоције, због тате, породичне традиције, зато што сви знају за ту фирму. Раније је фирма била јако успешна, пословала је на територији целе Југославије. Јако јој је жао јер је огромна енегрија уложена у то, а и поред тога истиче да је борац и не жели да се преда.

Посебни стрес јој представља први у месецу кад је потребно људима исплатити плате.

„КАД ДОЂЕ ПРВИ У МЕСЕЦУ, ТО ЈЕ ЈАКО СТРАШНО, ЗА ЉУДЕ КОЈИ СУ У БИЗНИСУ, ЈА ТРЕБА СЕБЕ ДА НАУЧИМ ДА БИХ СЕБЕ САЧУВАЛА ДА ЈЕ ТО БИЗНИС, И ДА ЈА РАДИМ СВЕ ШТО ЈА МОГУ У ЈЕДНОЈ ЈАКО НЕОБИЧНОЈ ЗЕМЉИ КАО ШТО ЈЕ СРБИЈА. И ТО ЈЕ ЈАКО ХРАБРО С МОЈЕ СТРАНЕ И СА СЕСТРИНЕ, ЈА САМ ТОГА СВЕСНА. АЛИ ЈА И ДАЉЕ НЕ УМЕМ, МОЖДА НИКАД НЕЋУ НИ НАУЧИТИ ДА МЕ БАШ БРИГА, НЕ У ЛОШЕМ СМИСЛУ, НЕГО ЈА НЕ МОГУ ДА СПАВАМ ТО УТИЧЕ НА ЦЕЛУ МЕНЕ.“

Каже да би јој било много лакше уколико би отпустила барем 5-6 радника, што би представљало велику уштеду на годишњем нивоу али да ипак то не може јер се осећа одговорном за егзистенцију тих радника.

ПРОБЛЕМИ:

Као проблеме у пословању истиче: не признавање квалитета рада, неправедну борбу на тржишту, превелику администрацију.

„Ми као послодавци нисмо заштићени, ми толике паре дајемо, то су немогући износи а немаш никакву подршку државе“.

ОДНОС ПРИВАТНОГ И ПОСЛОВНОГ ЖИВОТА

Мина истиче да није нимало лако ускладити породични живот и каријеру предузетнице. Погоотово онда када се предузетница мора посветити и материнству.

„НИСАМ УОПШТЕ УСКЛАЂИВАЛА, РАДИЛА САМ СВЕ ВРЕМЕ..У ДРУГОЈ ТРУДНОЋИ САМ РАДИЛА БУКВАЛНО ДО 9. МЕСЕЦА И ВРАТИЛА САМ СЕ У ФИРМУ КАД ЈЕ ЋЕРКА НАПУНИЛА 3 МЕСЕЦА ЈЕР ЈА НЕМАМ ИЗБОРА...ТИ КАД ИМАШ СВОЈУ ФИРМУ, НЕМА ТО ТРУДНА СИ, НА ОДМОРУ СИ, НЕМА ТО...ТО ЈЕ ЈЕДАН ЗАЧАРАНИ КРУГ, ТИ РАДИШ ОД ЈУТРА ДО МРАКА ЈЕР МОРАШ ДА РАДИШ А МОРАШ И ДА ЗАРАДИШ ЈЕР КАД РАДИШ МОРА НЕКО ДА ТИ ЧУВА ДЕЦУ. ТО ЈЕ ЈЕДНА ВРХУНСКА ОРГАНИЗАЦИЈА КОЈА УГЛАВНОМ ПИЈЕ ВОДУ.“

Имала је подршку и у оцу и сад у супругу. Посебно истиче супруга који има разумевања и каже да је то делом зато што није одрастао овде. Он је такође приваник, који много ради и бори се за опстанак како каже.

ДИСКРИМИНАЦИЈА

Мина истиче да она и сестра као жене, сваки дан доживљавају дискриминацију и у контакту чак и са крајњим корисницима.

„БЕСАН КОРИСНИК ТРАЖИ ДА ВИДИ ДИРЕКТОРА И ИЗАЂЕ ДИРЕКТОР И ОН И ДАЉЕ ТРАЖИ ДИРЕКТОРА ЈЕР УОПШТЕ НЕ ЖЕЛИ ДА РАЗГОВАРА СА ЖЕНОМ, НЕ МОЖЕ ДА ПОЈМИ ДА САМ ЈА ДИРЕКТОР, ЈОШ АКО САМ ЖЕНСКО КОЈЕ МОЖДА ИЗГЛЕДА МЛАДОЛИКО ИЛИ ТАЈ ДАН НИСАМ НАШМИНКАНА ИЛИ СЕ ВЕЋ НЕШТО ДЕСИЛО ТУ У ЊЕГОВОМ ПОИМАЊУ МЕНЕ. И НА ЊЕГОВО ИНСИСТИРАЊЕ ДА И ДАЉЕ ЖЕЛИ ДИРЕКТОРА ЈА САМ ВРЛО ЧЕСТО ПРИМОРАНА ДА КАЖЕМ: „МИЛАНЕ, МОЛИМ ТЕ ДОЂИ ТРАЖИ ТЕ ЧОВЕК“ И ЈА ОДЕМ У СВОЈУ КАНЦЕЛАРИЈУ. ИНАЧЕ, МИЛАН ЈЕ МОЈ ЗАПОСЛЕНИ, КОЈИ НИЈЕ ДИРЕКТОР АЛИ ЈЕ МУШКАРАЦ“.

Истиче и дискриминацију од стране партнера, посебно азијских компанија.

„ТАКО КАД ИДЕМ НА НЕКЕ САСТАНКЕ КОЈИ МОГУ ДА БУДУ, БОГАМИ, ОЗБИЉНИ ПА БУДЕ ПО ДВАДЕСЕТОРО ЉУДИ, ПА ДРЖ' НЕ ДАЈ ПРЕЗЕНТАЦИЈА, ЈА САМ НЕСИГУРНА ЈЕР СУ ТО СВЕ НЕКИ ЉУДИ ОКО МЕНЕ, НЕКИ С БРКОВИМА, КАО ПРВО ТО СУ СВЕ МУШКАРЦИ, ДРУГО ШТО У ТИМ ВЕЛИКИМ КОМПАНИЈАМА СЕ МНОГО ВОДИ РАЧУНА

ДА ТЕ ОНИ ЗАСТРАШЕ ДО ТЕ МЕРЕ, ЧАК И ЕНТЕРИЈЕРОМ ТО СУ ТИ ОГРОМНИ СТОЛОВИ ТО СВЕ ПРШТИ НА СВЕ СТРАНЕ ОД ПАРА, ОД ПОКАЗИВАЊА МОЋИ... А ОНДА ПОСЛЕ КАД СЕДНЕМ У НЕКОЈ ДРУГОЈ СИТУАЦИЈИ С ИСТИМ ТИМ ЉУДИМА ЈА СХВАТИМ БОЖЕ КОЈА САМ ЈА КРАЉИЦА У ОДНОСУ НА ЊИХ, МИСЛИМ ДА ЈА ЊИХ МОГУ ДА ПОЈЕДЕМ ЗА ДОРУЧАК. ЈА САМ ЗА 70% ТИХ ЉУДИ СА КОЈИМА СЕ СРЕЋЕМ ВРХУНСКИ СТРУЧЊАК САМО МОРАМ МАЛО ДА РАДИМ НА СЕЛФМАРКЕТИНГУ.“

Истиче да су она и сестра у Србији једине жене које се баве овим послом фактички. Сматра да можда има оних који се воде на папиру као власнице таквих фирми али каже да се оне не баве фактички вођењем тих фирми.

Што се тиче односа са запосленима, истиче да има „и више него диван однос“ са њима па се ту не осећа никаква дискриминација. Мада истиче да воли да ради са женама, да јој то прија иако су ту и сервисери који су махом мушкарци.

„КАКО ДА КАЖЕМ, ЈА ТАЈ ПОСАО ЗНАМ, У РЕДУ НЕ ЗНАМ ЈА ДА ПОПРАВЉАМ, НЕ ЗНАМ ДА ЗАЛЕМИМ НЕШТО, АЛИ РАЗУМЕМ ТАЈ ПОСАО И ЗНАЊЕМ СМО СЕ ДОКАЗАЛЕ ДА НЕМА РАЗЛОГА ЗА БРИГУ И ЗА СУПРОТСТВАЉАЊЕМ, МИ ЗАИСТА ЗАСЛУЖУЈЕМО ТО МЕСТО.“

ПРОГРАМИ ПОДРШКЕ

Мина сматра да би држава требало да подржи предузетице пажљивијом политиком пореза и доприноса.

„ДРЖАВА БИ МОРАЛА ДА **СМАЊИ ТЕ ПОРЕЗЕ И ДОПРИНОСЕ...**ТО ЈЕ ЈАКО СКУПО, ЈЕР ДРЖАВА НА СВАКОМ КОРАКУ ТЕРА ДА СЕ РАДИ У НЕКИМ СИВО ЦРНИМ ЗОНАМА. ЈА НАЖАЛОСТ ТАКО НЕ РАДИМ И ЗАТО ТАКО ЛОШЕ И ПРОЛАЗИМ, АЛИ СИСТЕМ КОЈИ СУ ОНИ СМИСЛИЛИ НИЈЕ ОДРЖИВ.“

Истиче и потребу уласка Србије у ЕУ због лакше сарадње са иностраним фирмама јер каже да је имала много проблема да усклади администрацију великих корпорација са српском администрацијом, да објасни да ми имамо царину јер нисмо у ЕУ.

6.5. ЗОРА – ПРЕДУЗЕТНИЦА РОМКИЊА

ПОЧЕТАК ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ КАРИЈЕРЕ

Зора је власница и директорка предузећа за откуп и продају стоке. Реч је о породичној фирми коју је Зори у наследство оставио свекар. Предузеће тренутно запошљава 3 формално запослена радника и 5 неформално запослених.

Зора има завршену само основну школу. Удала се веома рано, одмах након завршене школе. Она је у фирми радила административне послове. У почетку је помагала свекру око посла који је он започео, односно радила је као пословођа у продавницама које су тада имали, као и у послу трговине стоке. Сада продавнице држи њен девер, док се она и супруг баве откупом и продајом стоке. Када је свекар пренео фирму на њу, наставила је да се бави административним делом посла, док је њен супруг задужен за рад са странкама. Он купује робу од добављача и преговара са њима, а потом робу продаје. Зора све трансакције обрађује административно. Зора је раније са породицом живела у центру места, да би се касније преселили на обод, јер им је тамо било имање на коме су држали стоку. Они су продали свој стан и саградили нову кућу на том имању.

ПОСЛОВАЊЕ И ПРОБЛЕМИ

Зора сматра да имају више посла од кад су се преселили на имање. Она сматра да би имали још више посла, али их мучи наплата, па улазе у послове само са већ познатим и провереним клијентима. Имали су лоше искуство са великим кланицама.

Зора је управо као један од највећих проблема са којима се сусреће, навела проблем наплате од великих клијената.

КАДА СМО ПОЧЕЛИ РАДИТИ СА ... (ИМЕ ФИРМЕ) МОЈ МУЖ ЈЕ БИО ПРЕСРЕЋАН. УШЛИ СМО У ДОБРУ ФИРМУ, ВЕЛИКУ ФИРМУ, ОЗБИЉНУ ФИРМУ. ЈА САМ МУ РЕКЛА, САМО ДА НЕ БУДЕ ДА СУ У ГРЕЈС ПЕРИОДУ САДА ДОБРИ, ОНДА ДА ... (ПРЕСТАНЕ СА ПЛАЋАЊЕМ, ПРИМ. ИНТЕРВЈУЕРА)... ТАКО ЈЕ И БИЛО, БИЛО ЈЕ ЛЕПО ИСПОЧЕТКА, МЕЂУТИМ КАД СУ СТАЛИ, СТАЛИ СУ СКРОЗ (СА ПЛАЋАЊЕМ). ИМА ФИРМИ КОЈЕ СЕ ОТВАРАЈУ САМО ДА БИ ПРАВИЛИ ВЕЛИКИ ПРОМЕТ, ПА СЕ ОНДА ЗАДУЖЕ, ЗАТВОРЕ ФИРМУ, ПОСЕБНО ДОО.

ПРОШИРЕЊЕ ПОСЛА

Када су почели да раде, њихова идеја је била да се баве извозом коњског меса. То су радили све док није донешен закон који прописује одређене стандарде, који су они у стању да испуне, али им се када се испоштују ти стандарди за извоз (у земље ЕУ), извоз уопште не исплати. Они су иначе једини у земљи који имају објекат који је прошао те стандарде. Тренутно нигде не извозе, већ само продају у Србији и то мањим кланицама због сигурније наплате.

ЗА ТИХ 6 МЕСЕЦИ КОЈИ ПРОВЕДЕ У ТОМ ИЗВОЗНОМ ОБЈЕКТУ, КОЊ ПОЈЕДЕ ДВА ПУТА СЕБЕ (ВРЕДНОСТ КОЈА СЕ ПОТРОШИ НА ХРАНУ ЈЕ ДУПЛО ВЕЋА ОД ВРЕДНОСТИ КОЊА). И КОЈА ЈЕ ТУ РАЧУНИЦА? НЕМА ШАНСЕ ДА МИ ПРАВИМО ТОЛИКУ ЦЕНУ ЗА ИЗВОЗ.

Продају и месо. Кланице им раде услужно клање животиња и развозе месо на продајна места.

ИМАЛИ СМО ИДЕЈУ ДА ОТВОРИМО КЛАНИЦУ, АЛИ МИ ЈЕ ТРЕНУТНО ТО ЈАКО СКУПО. НЕ КАЖЕМ ДА СУТРА, ПРЕКОСУТРА НЕЋЕМО ОТВАРАТИ, АЛИ ЗА САДА ЋЕМО САМО ПРЕРАДУ. ВИШЕ СЕ ВИДИМ У ПРЕРАДИ, ТУ МИ ЈЕ ЈОШ БОЉА ЗАРАДА.

Зора је сигурна да ће неко време остати у преради, јер планирају да се удруже са једном фирмом из Италије, како би по њиховој рецептури извозили прерађено коњско месо у Русију.

Држава би, према Зорином мишљењу, требало да им омогући извоз и да кажњава оне који не извршавају своје обавезе на време.

ОДНОС ПРИВАТНОГ И ПОСЛОВНОГ ЖИВОТА

Када је реч о усклађивању приватног и пословног живота, Зора је задовољна како је организовала своје време и време својих укућана. Она кафицом у пола 8 окупља своје укућане и запослене и тада праве план рада за тај дан. Та „јутарња кафица“ је за њу јако битна, и она је поносна што је успела да на тај начин организује своје породичне и пословне обавезе. Како јој је фирма била у близини куће и с обзиром да је породична фирма, она није имала проблема са децом док су била мала.

Она је како каже за себе, осим директорке и хигијеничарка и куварица, јер она и чисти и кува и пере. Зора спаја свој породични и пословни живот и према својим радницама се понаша као према породици.

ЈА СЕ ПРЕМА РАДНИЦАМА ПОНАШАМ КАО ДА СУ МИ РОД. СВЕ СУ ОТИШЛЕ ОД МЕНЕ ИЗ НЕКОГ ДОБРОГ РАЗЛОГА, А НЕ ЗАТО ШТО СУ СЕ НАЉУТИЛЕ. ЈЕДНУ САМ ИСПРАТИЛА КАО РОЂЕНУ ЋЕРКУ.

ДИСКРИМИНАЦИЈА:

Зора је током интервјуа истакла да никада није осетила да је дискриминисана, нити да је неко гледао другачије. Она сама каже да позитивно дискриминише жене, јер како она каже „само пријављује женске“ (уплаћује порезе и доприносе).

6.6.

ТИЈАНА – МЕНАѢРКА У МАРКЕТИНГУ

Тијана је запослена у фирми за ПР услуге која има 53 запослена лица. Она је директорка операција и има 23 подређених запослених. Њој је надређен само генерални директор. Тијанина позиција подразумева управљање у два аспекта – финансијском и организационом. Финансијски аспект подразумева да се обезбеди са што мање средства већа финансијска добит, док се организациони аспект рада односи на сам квалитет рада и пословања фирме. На овој позицији се налази од марта 2014. године.

ДОЛАЗАК НА ДИРЕКТОРСКИ ПОЛОЖАЈ

Тијана је почела да ради као студенткиња у једној великој маркетиншкој фирми од које се касније и одвојила фирма у којој данас ради. У фирму је ушла као почетница и постепено је напредовала до данашње менаѢерске позиције. Добила је прву менаѢерску функцију у фирми након 5 година рада. У току каријере била је на неколико менаѢерских позиција: account manager (управљала са 5 људи), group account manager (11 подређених запослених), client service director (тим од 15 људи којим је руководила). Непосредно пре садашње позиције била је директорка службе за односе са клијентима (client service director). Позиција је захтевала рад са клијентима и надређени су јој били извршни и генерални директор. Када је дошло до реструктурирања фирме, у марту 2014. године, њу су пребацили на вишу – садашњу позицију.

Тијана сматра да оно што је допринело њеном напредовању у фирми јесте њено несебично давање. У периоду када је почела да ради, ПР је био у повоју, радило се јако пуно, и њена младост, комуникативност, енергија и жеља за знањем су јој омогућили да напредује и дође на садашњи посао.

Тијана се у току своје радне каријере сусретала са многим потешкоћама везаним за напредовање у фирми. То „спотицање“ је било везано за само радно окружење, односно за чињеницу да фирму 90% чине жене.

Она сматра да је јако тешко напредовати у таквом окружењу и наводи да су жене много амбициозније од мушкараца и све су продорне, комуникативне, желе више, обзиром да се ради са великим клијентима и улози су велики, па треба доста доказивања. Сматра да су већине препрека настајале због амбициозности других жена.

ИМАТЕ МНОГО НЕЛОЈАЛНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ У ОКВИРУ БИЛО КОЈЕ ФИРМЕ. И ПОГОВОРОМ КАД ДОЂЕТЕ МЛАДИ НА НЕКУ ПОЗИЦИЈУ, КАКО ГОД, ДРЖЕ ВАС КОЛИКО ГОД МОГУ ДОЛЕ, ПРОСТО НЕ ДАЈУ ДА НАПРЕДУЈЕТЕ. ЗАПРАВО ТО ЈЕ ЊИХОВИХ 5 МИНУТА НА ПОЗИЦИЈИ, А ОНДА КАДА ДОЂЕТЕ НА НЕКУ ВИШУ ПОЗИЦИЈУ, ИМА ВИШЕ ОДГОВОРНОСТИ И ДОЛАЗИ ДО ДРУГИХ КАМЕНА СПОТИЦАЊА.

Однос са надређенима је врло коректан. Дешавало се да имају различита мишљења, али свака страна је разговором бранила своје аргументе како би дошли до решења које је најбоље. Тијана прави разлику између надређених мушкараца и жена. Сматра да су жене аналитичније у процени рада запосленог, обазривије, неке ствари одуговлаче и држе запосленог дуго на некој позицији, све анализирају, и сам процес доношења одлука је спорији код жена. Са друге стране, према њеној оцени, мушкарци су практични, и немају дубински поглед на ствари. Бизнис им је најбитнији, имају свој циљ, у свему су брзи јер имају пуно посла, и желе неке ствари одмах, нема великог вагања. На крају закључује да мушкарци и жене надређени, обе категорије, имају своје и лоше и добре стране.

ПРЕТХОДНА КАРИЈЕРА

Када је реч о неким кључним моментима у каријери, Тијана истиче да никада није тражила унапређења, да су сва њена напредовања била спонтана, јер су надређени препознавали њен труд и рад. Сматра да јој је једна од прекретница у каријери био моменат када се вратила са породилског одсуства и када су је надређени унапредили, иако она то није ни очекивала. Као други битан моменат наводи период економске кризе у којем је дошло до отпуштања радника и многи људи су дошли до изражаја, па и она. Добила је нова задужења, преузела је поред управљачког и неки оперативни део посла, истакла се и напредовала.

Тијана тврди да није имала потешкоћа у напредовању у фирми зато што је жена. Штавише, сматра да је то била олакшавајућа околност. Сматра да су у сарадњи са новинарима њен женски шарм и социјалне вештине били од велике помоћи.

ОВАЈ ПОСАО БОЉЕ И СА ЛАКОЋОМ ОБАВЉАЈУ ЖЕНЕ. ЖЕНЕ СУ МУЛТИПРАКТИК, КАКО КАЖУ, У ДОМАЋИНСТВУ... МОГУ ДА РАДЕ ВИШЕ ПОСЛОВА ОДЈЕДАНПУТ, МОЗАК ИМ ФУНКЦИОНИШЕ НА ПЕТ СТРАНА.

У периоду када није имала децу Тијана је радила јако пуно и њен приватни живот је био подређен послу. Данас се то променило, јер има једно дете и друго је на путу. Она се добро организовала и ускладила породични и пословни живот, тако да је задовољна. Иако нема помоћ шире породице, заједно са мужем дели различите обавезе, па ако има различите обавезе око посла, или ће их завршити када дете заспи, или ће супруг бити са дететом док она ради. Обзиром да природа њеног посла захтева њено присуство на различитим догађајима викендима, или радним данима у вечерњим сатима, њен супруг преузима бригу око детета. На тај начин она неометано извршава све пословне обавезе.

У односу са клијентима сматра да јој је већи проблем био то што је млада него што је жена.

КАД ТЕ ЉУДИ ВИДЕ, ОНИ ОЧЕКУЈУ ИЛИ НЕКОГ ПУНО СТАРИЈЕГ ИЛИ МУШКАРЦА.

Сматра да су у Србији још увек на руководећим позицијама мушкарци, и да они воде преговоре, као што и у њеној фирми мушкарац – директор преговара. Такође наводи да је некада доживела омаловажавање, али од стране жена и то унутар фирме клијента са којим сарађује.

ДАНАШЊА ФУНКЦИЈА

Предузеће у којем Тијана ради данас лошије послује у односу на претходне године. Она сматра да је разлог томе лоша привредна ситуација у земљи, а не функционисање фирме. Сматра да је предузеће одрживо, али да ће морати да уведу нове услуге. Наиме, многим фирмама се смањују буџети за ПР и маркетинг и треба им нова услуга коју ће да нуде клијентима. Поред тога наглашава и кризу медија. Она наводи проблем самог опстанка медија због економске кризе. Од када је Тијана на садашњој позицији, предузеће није добило било какву подршку од стране државе.

ПОРУКА МЛАДИМ ЖЕНАМА КОЈЕ ЖЕЛЕ ДА БУДУ МЕНАѢРКЕ ПРЕДУЗЕЋА

МОРАЈУ ПУНО ДА РАДЕ И ДА УВЕК РАДЕ НА СЕБИ ПРЕ СВЕГА. ДА ИМАЈУ ОСЕЋАЈ ЗА ДРУГЕ ЉУДЕ. И ДА НЕ БУДЕШ УСМЕРЕНА САМО НА СЕБЕ, НА СВОЈ ЦИЉ... ОК, ЈА ЖЕЛИМ ДА ПОСТАНЕМ МЕНАѢР, АЛИ НЕ ТРЕБА ДА ГАЗИШ ДРУГЕ ЉУДЕ ОКО СЕБЕ ДА БИ ТО ПОСТАО, ЈЕР ПОСТОЈИ МНОГО ДРУГИХ НАЧИНА НА КОЈЕ МОЖЕШ ДА ПОСТАНЕШ. УКОЛИКО ТО ПОСТИГНЕШ СВОЈИМ РАДОМ МНОГО ЈЕ ОДРЖИВИЈЕ И МНОГО ИСПЛАТИВИЈЕ НА ДУЖЕ СТАЗЕ, НЕГО ОВАКО.

7.

ЗАКЉУЧЦИ И ПРЕПОРУКЕ

Закључци и препоруке груписани су у неколико кључних области: институционални оквир од значаја за положај жена у бизнису, социо-економски услови и пословна клима, профил жена у бизнису, предузетнички/менаџерски почеци, одрживост и успешност пословања, потенцијали и препреке.

7.1.
ЗАКЉУЧЦИ

ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР ОД ЗНАЧАЈА ЗА ПОЛОЖАЈ ЖЕНА У БИЗНИСУ

Институционални оквир за предузетништво у Србији се значајно развио последњих година. Сложен правни оквир и мрежа институција важни су због регулисања и подстицаја пословања и положаја жена у бизнису, али могу представљати и оптерећење у условима велике сложености и разуђености оквира.

- Развој институционалног оквира се остварује кроз успостављање и унапређивање различитих институција које су надлежне за регулисање пословног окружења или предузетништва и пословања непосредно, институција које пружају различите облике подршке, или интегришу мере и политике везане за предузетништво у друге области подстицања развоја и унапређења услова живота појединих друштвених група.
- Развој се остварује и кроз умножавање закона и прописа који регулишу области попут регистрације, пословања, услова за вршење различитих трансакција, сарадње и уговорних односа, намиривања обавеза према држави, запосленима, поштовање права запослених и регулисање социјалних дажбина, као и велики број услова везаних за стандарде и услове у заједници. Развој се, напokon, остварује и преко различитих стратешких и акционих планова, којима се операционализују политике усмерене на развој предузетништва као кључног покретача економског развоја.
- Умножавање законских и других прописа може да представља значајно оптерећење за предузетнице које су у већини случајева на челу микро предузећа па у том смислу немају могућности да се у административним аспектима пословања ослоне на друге запослене.
- У прописима и политикама непосредно усмереним на регулисање и развој предузетништва, родна перспектива није довољно интегрисана, па ови прописи и политике нити препознају неке специфичне проблеме и потребе жена у бизнису, нити омогућују специфичне облике подршке. У институционалном оквиру не могу се препознати службе које би биле посебно надлежне и програми који би били посебно усмерени на предузетништво жена. Осим тога, иако је Србија остварила значајан напредак у развијању функционалног оквира за пружање подршке предузетнишву, реализација подршке није кохерентна, довољно интегрисана и не финансира се адекватно из буџетских средстава.

СОЦИО-ЕКОНОМСКИ УСЛОВИ И ПОСЛОВНА КЛИМА

Социо-економски услови за предузетништво жена су неповољни, као и њихове перцепције пословне климе. Ипак, чини се да готово две деценије нестабилних социо-економских услова и велики проблеми незапослености жена, чине да су предузетнице у Србији мање уплашене од ризика него жене у уређенијим европским земљама.

- Економска криза која је избила 2008. године и која још увек погађа економију Србије, не представља повољно окружење за развој малих и средњих предузећа, а посебно за бизнис којим руководе жене, што се може закључити из веће стопе гашења предузећа на чијем се челу налазе предузетнице. Положај жена на тржишту рада иначе је неповољнији него положај мушкараца, па у ситуацији када услови за пословање малих предузећа нису повољни, њихови пословни подухвати су изложени и већим ризицима.
- Перцепција пословне климе међу женама из узорка истраживања је суштински неповољна. Испитанице оцењују да образовне институције не дају довољно подстицаја за предузетништво, да је имиџ предузетника у нашем друштву неповољан, да постоје тешкоће у започињању самосталног посла, да су велика административна и финансијска оптерећења и сл.

ЈАЗ ИЗМЕЂУ ЖЕНА И МУШКАРАЦА У БИЗНИС СЕКТОРУ

Јаз између жена и мушкараца у бизнис сектору се манифестује вишеструко: међу предузетницима у Србији жене чине тек нешто више од једне четвртине, њихова предузећа су чешће регистрована у форми радње, оне су више усмерене у делатности трговине и класичних услуга, а њихови бизниси су чешће осуђени на гашење. На врховима великих компанија, међу топ-менаџерима мало је жена и у том погледу Србија дели судбину са великим бројем земаља са неповољним стањем у овој области.

- Родни јаз у предузетништву је веома изражен – обим предузетништва међу женама је знатно мањи него међу мушкарцима, а у укупној популацији предузетника жене чине тек око четвртине.
- Подаци указују да су предузећа на чијем се челу налазе жене теже одржива, односно, одликује их већа стопа гашења.
- Родни јаз се јавља и у погледу секторске структуре предузетништва жена и мушкараца – жене се чешће окрећу трговини и сектору услуга, а мушкарци, секторима саобраћаја и грађевине. Више учешће пословања жена у области ИТ, финансија и некретнина, дугује се високом учешћу рачуноводствених и књиговодствених услуга.
- Регионалне разлике се испољавају у неколико аспеката: предузетници и предузетнице изван Београда знатно су мање склони да своје предузетничке подухвате остварују кроз правне форме привредних друштава него они из Београда; жене изван Београда још теже доспевају на водеће положаје у привредним друштвима, а секторска структура предузетничких подухвата жена се значајно разликује између Београда и других региона, јер су предузетнице изван Београда нешто склоније да послују у области индустрије, још више концентришу бизнисе у области трговине, док су жене из Београда склоније да послују у области информатичких технологија и кварталних услуга.
- Када су у питању компаративни подаци на основу којих се стање у Србији може упоредити са стањем у другим земљама, налази су противречни. Родни јаз у распрострањености предузетништва био у 2007. години најизраженији у Србији међу свим посматраним земљама док је заступљеност жена на највишим положајима одлучивања у компанијама према неким показатељима изнад (удео међу председницима УО) а према другим показатељима испод ЕУ просека (удео међу члановима УО).

ПРОФИЛ ЖЕНА У БИЗНИСУ

Жене у бизнис сектору не представљају хомогену категорију. Значајне разлике испољавају се између оних које су предузетнице, односно које поседују власништво над предузећем и њиме управљају и менаџерки које само управљају предузећем без оснивачких улога. Иако је њихов основни социо-демографски профил сличан, јер је реч о женама у средњим годинама, претежно породичним женама, разлике између њих се испољавају у образовању и пословном профилу:

- Предузетнице су најчешће жене средњег образовања, менаџерке су најчешће високо образоване.
- Менаџерке управљају предузећима која су просечно већа него што су предузећа предузетница,
- Предузећа менаџерки нешто мање се концентришу у сектору услуга и нешто више у производном сектору, него предузећа предузетница.
- Предузећа менаџерки чешће него предузећа предузетница послују на тржиштима ширим од локалних.

Запажене су и извесне регионалне разлике у погледу структуре предузећа према гранама делатности:

- Трговина нешто мање заступљена међу пословним женама у београдском региону, уз истовремено већи удео предузећа која пружају административне, социјалне услуге у овом региону.
- Предузећа која послују у сектору личних и класичних услуга највише су, пак, заступљена у региону Шумадије и Западне Србије.

ПРЕДУЗЕТНИЧКИ ПОЧЕЦИ

Предузетнички почеци обележени су јаком мотивацијом нужде, скромним располагањем ресурса који су од значаја за почетак самосталног бизниса, већом улогом подршке неформалних мрежа него стручних званичних служби и значајним претходним радним искуством у великом броју случајева.

- Предузетнице су у већини случајева основале саме садашње фирме, најчешће након неког претходног радног искуства (углавном за другог послодавца), те значајан број поседује не само претходно радно искуство у датој делатности, већ и управљачко искуство.
- Иако је у већини случајева предузетништво било мотивисано потребом да се обезбеди запослење, велику улогу у започињању самосталног посла имали су жеља за самосталношћу у раду, потреба да се реализују неке пословне идеје и сл.
- Предузетнице су при започињању самосталног посла ангажовале различите расположиве ресурсе, а најважнији су они које су поседовале у облику знања, посебно у вези са технологијом посла, као и финансијска средства. Овај последњи ресурс најчешће је потекао од приватних средстава било у форми породичне или личне уштеђевине.
- Ресурси из неформалних мрежа су преовлађујући ослонац у покретању посла, као и неформални извори информисања и пословне подршке у почецима, јер се предузетнице радије ослањају на познанике и пријатеље са сличним искуством него на релевантне државне службе.
- Као највећи проблеми при започињању самосталног посла најчешће су наведене тешкоће у вези са финансијским средствима и компликоване административне процедуре.

МЕНАѢЕРСКИ ПОЧЕЦИ

МенаѢерски успон жена одликује значајно претходно радно искуство, различити системи евалуације и канали промоције кроз које се крећу до директорских положаја, али и низ препрека које већином представљају примере родне дискриминације. Шансе за напредовање на управљачке положаје веће су у фирмама које запошљавају више женске радне снаге.

- МенаѢерке су попут предузетница претежно доспевале на руководећу позицију након претходног искуства.
- Канали регрутације су били различити и водили су ка нижим позицијама у истом предузећу, али и менаѢерским и не-руководећим положајима у другим предузећима.
- Већина менаѢерки била је „оцењивана“ при обављању претходних радних улога, па се промоција на више положаје догодила као „природна“ последица.
- Упркос високом образовању и претходном искуству, значајан број менаѢерки указао је да се на почетку обављања садашње улоге осећао несигурно да су им недостајала одређена знања, искуства и самопоуздање.
- Већина менаѢерки указала је да се приликом успона на руководеће положаје сусрела са препрекама које се могу означити као родна дискриминација. Морале су више да се доказују него мушке колеге, нису биле једнако награђиване и суочиле су се са неповерењем, а некад и омаловажавањем изван и унутар колектива. Ипак, не треба изгубити из вида да се већина интервјуисаних менаѢерки налази на челу предузећа која запошљавају већински женску радну снагу, што само потврђује тезу да је женама у условима када нису (су)власнице далеко теже да достигну највише руководеће положаје у предузећу.

ОДРЖИВОСТ И УСПЕШНОСТ ПОСЛОВАЊА

Слика о предузетништву жена је слика ситног, претежно микро-предузетништва, пословања у сектору услуга на локалном тржишту, са половином фирми које стагнирају или се суочавају са тешкоћама у пословању и опстанку. Слика о пословним подухватима менаѢерки указује на нешто крупнија предузећа, са нешто више производних фирми. Ипак, и код њих највећи број предузећа послује у области услуга. Утисак је да су предузећа менаѢерки нешто одрживија и успешнија.

- Предузетнице готово у потпуности имају микро предузећа, док менаѢерке управљају просчено нешто већим предузећима.
- Фирме предузетница а најчешће и менаѢерки запошљавају већински женску радну снагу, што указује да су у условима малих шанси за напредовање жена на директорске положаје онда када не поседују власништво над предузећем, шансе ипак нешто веће уколико предузеће запошљава више женске радне снаге генерално.
- Подаци указују да је у односу на период када је основано предузеће предузетница, односно, од доласка менаѢерки на садашње руководеће место, повећан број малих предузећа. Код предузетница је ово несумњиво добар тренд, јер се повећање броја малих предузећа (мада не масовно) одиграло на рачун смањења категорије микро предузећа, што говори о укупном мада веома благом тренду раста предузећа. Код менаѢерки је међутим, раст категорије малих предузећа последица противречних трендова раста микро предузећа и смањења средњих предузећа.
- Родна дискриминација је присутна у бизнису. Предузетнице, а посебно менаѢерке, сусретале су се са њеним различитим формама током своје каријере. Један облик родне дискриминације огледа се у неповерљивости пословног окружења, некада чак и одбијању да се посао склопи са женом. Други облик се испољава више унутар организације и са њим се често суочавају менаѢерке, онда када се сусрећу са препрекама при

унапређивању, када нису једнако награђене или када их сарадници и подређени „не схватају озбиљно“ због тога што су жене, омаловажавјући не само њихове компетенције, способност већ и личност.

- Када су у питању финансијски показатељи пословања, разлике су приметне између предузетница и менаџерки. Док су код првих изражени трендови опадања обрта, прихода и добити, код менаџерки се запажају чешће позитивне оцене финансијских перформанси. Међу њима је значајно више заступљена категорија испитаница која је прошлогодишњу добит оценила као „добру“ а није занемарљив ни удео оне категорије која је оценила добит као „одличну“.
- Судаћи према подацима из истраживања, предузећа жена из узорка нису довољно умрежена са другим организацијама. Предузетнице се најчешће повезују са снабдевачима сировина и полупроизвода, затим са фирмама са којима размењују информације, док су други облици повезаности присутни у мањем броју случајева. Када су у питању предузећа менаџерки, запажа се и већа присутност повезивања са клијентима, са другим компанијама којима продају сировине, производе или услуге, уз претходна два обрасца повезивања, која су присутна и код предузетница.
- И предузетнице и менаџерке највише иновирају производе и услуге, а уочена је и тенденција „нових“ предузетница и менаџерки да више него „старе“ предузетнице иновирају маркетиншке аспекте пословања. Предузетнице знатно мање улажу у обуку својих кадрова него менаџерке.
- Подаци о успешности предузећа на панел подзорку предузетница указују на извесне позитивне помаке. Смањен је удео категорије предузетница чија предузећа послују веома неуспешно, док је порастао удео категорије веома успешних предузећа.
- Анализа фактора успешности показала је да као значајне величину предузећа (мала предузећа у односу на микро предузећа имају десет пута веће шансе да буду успешна), улагање у знања и вештине предузетница, сарадњу са другим фирмама и то пре свега у форми стабилних веза са клијентом и иновације производа и услуга.
- У стратешком планирању будућности фирме, предузетнице су више оријентисане према опстанку, а менаџерке према развоју.
- Предузетнице чији су пословни подухвати били неуспешни разликују се у извесним карактеристикама од предузетница које су биле активне у време истраживања: нешто су просечно старије, па у складу са тим и чешће породичне жене, њихова предузећа су била искључиво мирко предузећа, најчешће у области трговине и личних и класичних услуга. Бивше предузетнице најчешће су то постајале из нужде, а предузећа су углавном саме гасиле брисањем из регистра АПР онда када више нису могла да намирују обавезе. Њихова перцепција пословне климе у Србији је изразито неповољна, али упркос томе, одређен, незанемарљив број, размишља о новом предузетничком покушају. Оне данас имају мање изражен конфликт између професионалног и приватног живота, али ипак, готово половина тврди да је била задовољнија онда када је имала сопствену фирму.

ПОТЕНЦИЈАЛИ И ПРЕПРЕКЕ

Потенцијали предузетништва жена се испољавају кроз високо изражене жеље за аутономијом у раду, за самосталним пословним подухватима, спремност да се преузму ризици, да се не одустаје лако, након првог покушаја, да се у самостални посао угради вредно претходно искуство и ресурси који им стоје на располагању. Главне слабости представљају чест улазак у предузетништво због пуког притиска економске нужде а без довољно развијених пословних идеја, док препреке представљају неповољни ресурси за старт-уп, а посебно недостатак финансијског капитала, велика конкуренција у рестриктивним економским условима након кризе, рањив положај малих фирми, тешкоће у наплати потраживања, као и препреке повезане са родном дискриминацијом.

- Пословна клима се и даље перципира као неповољна. Већина испитаница оценила да је у Србији тешко започети самостални посао због недоступности финансијског капитала, као и компликованих административних процедура.
- Као највеће препреке за одрживост и развојност предузећа истакнути су проблеми тржишта, конкуренције, неповољног положаја малих компанија, тешкоће у наплати потраживања, компликовани прописи и процедуре, недовољна доступност државних програма за развој.
- Испитанице сматрају да држава може да подстакне предузетништво жена пре свега унапређивањем разних видова финансијске помоћи, али и подршком у подизању знања и вештина жена у бизнису које им могу обезбедити бољу одрживост и веће пословне успехе.

УСКЛАЂИВАЊЕ ПРИВАТНОГ И ПРОФЕСИОНАЛНОГ ЖИВОТА

Пословне жене су претежно и породичне жене које се свакодневно суочавају са проблемима усклађивања пословних, породичних и индивидуалних аспеката живота. У великом броју случајева оне имају изражен конфликт између пословних и породичних обавеза, али их он најчешће не фрустрира. Напротив, сматрају да успевају добро да ускладе две сфере живота.

- Породични профил пословних жена показује да оне живе претежно у домаћинствима средње величине, са партнерима и имају децу. Поред тога, оне у просеку раде дуже од нормалног радног времена, што за већину жена значи да поред пословних, обављају и различите породичне улоге услед чега бивају двоструко оптерећене.
- Временски сукоб између посла, породице, контаката са пријатељима и личне доколице је изражен и за већину жена он се испољава као временско продирање пословне сфере у остале сфере, због чега жене имају осећај да се не посвећују довољно породици, пријатељима, а нарочито сопственој доколици. Овај конфликт кључних сфера живота испољава се не само као временски конфликт, већ и у смислу оптерећења, при чему поново најчешће посао омета обављање кућних и породичних обавеза, али и породичне обавезе ометају ефикасно и квалитетно обављање посла.
- Већина испитаница ипак сматра да је успела да оствари равнотежу између пословног и породичног живота и начелно је задовољна тим балансом. Мањи удео предузетница није задовољан начином усклађивања професионалног и приватног живота и због тога се осећа фрустрирано.
- Две трећине испитаница задовољно је тиме што остварују каријеру предузетнице, а једна трећина би данас да може изабрала другачију каријеру. Разлози за то су различити, а међу њима се јављају боља зарада, више слободног времена или занимање које је пожељније.

7.2. ПРЕПОРУКЕ

Потребно је још напоменути да је велики број препорука за унапређивање женског предузетништва дат у публикацији *Најважнији налази и препоруке из студије о предузетништву жена у Србији и родне анализе одабраих државних мера за подршку предузетништву* (Авлијаш, Бабовић, Владисављевић, Поповић-Пантић, 2012) која је проистекла на основу анализа које су SeConS и ФРЕН спровели уз подршку UN Women током истраживања предузетништва жена и њиховог приступа мерама подршке у 2011. години. Имајући то у виду није дошло до значајних промена у предузетништву жена након тог периода, препоруке које се односе на женско предузетништво у великој мери се преклапају са раније изложеним препорукама. Ипак, с обзиром да

је циљна група у овој студији шира, односно укључује и менаџерке, и препоруке су обухватиле поједине предлоге мера које би биле примереније таквој циљној групи.

Препоруке су изложене према аспектима положаја жена у бизнис сектору онако како су били анализирани у студији. То је учињено да би се лакше могле пратити препоруке кроз њихову повезаност са најважнијим налазима и препознатим проблемима и потенцијалима. С обзиром да поједине препоруке подразумевају иницијативу појединачних институција или других релевантних актера, док друге подразумевају симултано делање различитих актера, у појединачним препорукама је указано на то ко би требало да буду кључни носиоци предложене промене. Такође, треба имати на уму да је положај предузетница и менаџерки у појединим аспектима значајно различит (пре свега у области својинских аспеката, одговорности, започињања бизниса, оснивања предузећа и сл.), али и да у многим кључним аспектима нема битнијих разлика (могућности унапређивања пословања предузећа, сузбијање родне дискриминације у бизнису, и сл.), онда када није специфично наведено на коју се категорију препорука односи, треба подразумевати да се односи и на предузетнице и на менаџерке.

ПОТРЕБНО ЈЕ ДАЉЕ УНАПРЕЂИВАТИ ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ОКВИР ЗА ПРЕДУЗЕТНИШТВО ЖЕНА

1. Потребно је систематски стратешки приступити унапређивању положаја жена у бизнис сектору. То је могуће учинити на више начина: преко интегрисања родне перспективе у стратегије развоја предузетништва или стратегије развоја различитих привредних сектора (стратегије развоја индустријске производње, регионалног развоја и сл.), али и кроз дефинисање специфичних стратегија усмерених на подстицање женског предузетништва. На централном нивоу овакве иницијативе би требало да буду предузете од стране ресорних министарстава, попут Министарства привреде, Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања у чијој су надлежности питања родне равноправности, Министарства трговине, туризма и телекомуникација, и др. Да би стратешки приступ унапређивању положаја жена у бизнису био систематичан и конзистентан потребно је унапредити међуресорну сарадњу између релевантних министарстава. Министарство привреде би могло бити координатор оваквих иницијатива. Сличне стратешке иницијативе је потребно спроводити и на локалном нивоу, што значи да би развој предузетништва жена и стварање бољих шанси за жене да делују на позицијама менаџерки требало да буду интегралне компоненте локалних стратегија развоја и локалних стратегија унапређивања родне равноправности.
2. Потребно је преиспитати постојеће програме подршке са становишта специфичних потреба и проблема предузетница, те мере и програме прилагодити њиховим специфичностима. Овај процес унапређивања мера треба да буде партиципативан и да се одвија уз учешће удружења која заступају интересе предузетница. Корак у овом правцу треба да предузму ресорно Министарство привреде, као и институције које спровode програме подршке (НСЗ, НАРР, СИЕПА, ФЗР).
3. Потребно је у оквиру постојећих институција (Регионалне развојне агенције, привреде коморе, локалне канцеларије за економски развој) пронаћи могућност за успостављање локалних или регионалних центара за подршку предузетницама који би пружали подршку у области овладавања сложеним законским прописима, пружали саветодавне, информативне, едукативне услуге.
4. Потребно је поједноставити правне процедуре (мањи број прописа, мањи број потребних докумената, краћи рокови обављања административних послова, испуњавања обавеза, мањи трошкови и сл.) које су значајне за различите аспекте и фазе пословне активности. То би требало учинити у оквиру структурисаног дијалога између Министарства привреде и удружења пословних жена, а уз повремено учешће привредних комора, других релевантних министарстава, представника финансијских организација, правосудних органа и др. Кроз овај структурисани дијалог требало би темељно испитати постојеће прописе

у следећим областима: оснивању предузећа, финансијном пословању, радним прописима, прописима везаним за обавезе предузећа према заједници (еколошки, комунални и сл.), прописа на основу којих се приступа програмима подршке, финансијским тржиштима, реализују трансакције и обавезе са другим пословним актерима и сл. Читав процес унапређивања правног оквира треба да буде спроведен у складу са начелима политике предузетништва у ЕУ, исказаним у Повељи о малим предузећима и другим документима.

ПОТРЕБНО ЈЕ СМАЊИТИ ЈАЗ ИЗМЕЂУ ЖЕНА И МУШКАРАЦА У БИЗНИС СЕКТОРУ

1. Иако није могуће прописати „квоту“ предузетништва жена као у случају политичких партија и представника власти, можда је могуће мерама позитивне дискриминације при обухвату старт-уп програмима повећати удео жена са циљем повећања њиховог удела у укупном предузетништву.
2. У случају менаџерки, на располагању је већ више мера подстицаја за компаније или обавеза да смање родни јаз. Једна од таквих мера може бити обавеза великих компанија да периодично спроводе родну ревизију, процес оцене стања у погледу родних односа, што би укључивало и могућности напредовања на највише положаје одлучивања. Тиме би се поштрило и поштовање одредби Закона о равноправности полова.
3. Секторску сегрегацију могуће је умањити посебним програмима подршке за секторе у којима се жене ретко јављају у улози предузетница.
4. Програме менторства предузетника из сектора пословања у којима су жене ретко заступљене такође је могуће осмислити у циљу подстицања уласка жена у те секторе.
5. У циљу смањења стопе гашења предузећа жена, било би потребно обезбедити посебне програме подршке (менторске, саветодавне, информативне) за предузећа жена док не достигну старост преко 42 месеца.

ПОТРЕБНО ЈЕ УНАПРЕДИТИ ПОСЛОВНУ КЛИМУ

1. Да би се унапредила пословна клима потребно је промовисати позитивну слику о предузетницима и предузетништву. У том циљу потребно је унети одговарајуће садржаје у образовни програм којима се могу подстаћи и развој мотивације и културе постигнућа, па посебно оних предузетничких. Потребно је стварати и позитивну слику о предузетницима, као актерима који стварају економске вредности и подстичу развој и пружати младима позитивне примере насупрот негативним који подстичу негативне перцепције предузетника као особа које мисле само о сопственом профиту, које злоупотребљавају радну снагу, манипулишу државним ресурсима, који су корумпирани и сл. Овакве иницијативе би требало да се спроводе у сарадњи Министарства просвете, науке и технолошког развоја и Министарства привреде.
2. Потребно је унапредити информисање о могућностима и процедурама оснивања предузећа, посебно у мање развијеним општинама и окрузима. То се може учинити путем различитих медија – интернет презентација, брошура доступних у институцијама запошљавања, привредним коморама, у локалној самоуправи. Носиоци оваквих активности могу бити регионалне агенције за развој, привредне коморе, локалне канцеларије за економски развој, или друга тела у локалним самоуправама.
3. Потребно је унапредити правно окружење (важне економске, пореске, али пре свега правосудне институције, процедуре и процесе) у коме се одвија пословање, те умањити проблеме који настају као последица непоштовања уговорних обавеза, дуговања и сл., као што су смањена ликвидност предузећа, тешкоће да се намире различите финансијске обавезе, уплате доприноси, смањени капацитети да се иновирају различити аспекти пословања и тиме смање шансе за опстанак и успешност. Оваква иницијатива треба

да буде спроведена у координацији релевантних министарстава (Министарство привреде, Министарство финансија, Министарство правде) али уз учешће заинтересованих актера (пре свега удружења пословних жена).

4. Потребно је у јавности промовисати менаџерке, указивати на значај стварања већих шанси за напредовање жена на положаје одлучивања у бизнис сектору, приказивати позитивне примере успешних менаџерки и тиме повећати аспирације и самопоуздање других жена које би могле развијати каријеру у том правцу. Носиоци ових активности могу бити различите институције за подстицање привредног развоја, попут привредних комора, агенција за развој, али и удружења пословних жена, уз подршку државе.

ПОТРЕБНО ЈЕ УНАПРЕДИТИ ПОДРШКУ ПРИ УЛАСКУ У ПРЕДУЗЕТНИШТВО И НА САМОМ ПОЧЕТКУ

1. Обуке за предузетништво треба да обухвате већи број жена које су решиле да започну самостални посао. Основни пакет обука може да буде испоручен већем броју корисница него што је предвиђен број корисница које добијају финансијска средства за старт-уп. Министарство економије и Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања треба да размотри могућности за овакву интервенцију.
2. Потребно је обезбедити и финансијске облике подршке за новооснована предузећа жена, она која постоје тек неколико месеци. Ово је критичан период а програми су доступни или на оснивању или након извесног периода пословања, па првих 6 месеци бивају критични за доступност финансијске подршке. Оваква иницијатива треба да буде у надлежности Министарства привреде.
3. Потребно је посебно подстицати оснивање предузећа, као и одрживост и развој предузећа чије су власнице жене и којима управљају жене а која послују у гранама делатности у којима су жене иначе мање присутне, као што су производња, информатичке технологије, грађевинарство, саобраћај и сл. Овакве мере треба да буду у надлежности Министарства привреде, Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања, али их могу иницирати и реализовати и агенције за регионални развој, привредне коморе, као и локалне самоуправе.
4. Програме различитих облика подршке при оснивању предузећа потребно је усмерити и на запослене жене које желе да започну самостални посао и које имају добре пословне идеје. Министарство привреде и Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања треба да иницирају овакве програме.

ПОТРЕБНО ЈЕ ПРУЖИТИ ПОДРШКУ ПРЕДУЗЕТНИЦАМА КОЈЕ СЕ СУОЧАВАЈУ СА ТЕШКОЋАМА У ПОСЛОВАЊУ

1. Постојање центара који би могли да пружају индивидуализоване облике подршке, обликоване према конкретним потребама и ситуацијама, значајно би могле повећати капацитете жена у бизнис сектору и олакшати суочавање са тешкоћама. Одговарајући облици подршке били би менторски рад, саветовање у вези бизнис планова, пословних стратегија, решавања кризних ситуација и сл. Неки облици подршке, могли би бити пружени и телефонским путем, маилом, што би омогућило и женама из удаљенијих места да досегну овакву врсту подршке. Овакве иницијативе би најбоље могле бити реализоване од стране различитих удружења пословних жена, уз подршку државе одговарајућим ресурсима.
2. Потребно је омогућити програме подршке за поновљене почетке, у виду нових обука, менторског рада који би омогућио индивидуализовано испитивање погрешака приликом претходног покушаја, као и нова средства подршке. Иницирање оваквих мера требало би да буду у надлежности Министарства привреде и Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања.

3. Потребно је размотрити могућности за пореске олакшице у одређеном временском периоду у коме се предузеће суочава са финансијским тешкоћама (одуство промета, проблем у наплати), уз извесне заштитне процедуре које би смањиле злоупотребе. Овакве мере би требало да размотре Министарство привреде и Министарство финансија.
4. Потребно је доследније спроводити Закон о забрани дискриминације и осмислити или учинити ефикаснијим механизме путем којих предузетнице и менаџерке могу да потраже подршку у случајевима када су изложене дискриминацији. Носиоци оваквих иницијатива би требало да буду три надлежна министарства: Министарство привреде, Министарство правде и Министарство за рад, запошљавање, борачка и социјална питања.

ПОТРЕБНО ЈЕ ПРУЖИТИ ПОДРШКУ ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУЗЕЋА ЖЕНА

1. Потребно је унапредити образовне програме за обуке предузетница и менаџерки тако да могу да добију прецизнија знања и вештине која су примеренија њиховим потребама. Тако је рецимо потребно сачинити специфичне образовне програме намењене предузетницама и менаџеркама предузећа оријентисаних на раст, извоз, технолошко интензивним делатностима, онима које су оријентисане на коришћење франшиза као пословни модел, специфичне програме за породична предузећа и сл. Министарство привреде може дати смернице и подршку организацијама и институцијама које дају понуду едукативних програма за предузетништво и бизнис.
2. Потребно је постојеће саветодавне службе родно сензибилисати како би могли да пруже адекватнију подршку предузетницама. Ово би требало да буде задатак Одсека за родну равноправност у оквиру Министарства за рад, запошљавање, борачка и социјална питања.
3. Посебно би требало посветити пажњу развоју нефинансијских облика подршке у области извоза. Од пружања информација, преко различитих облика техничке подршке, формирања и подржавања бизнис кластера.
4. Потребно је подстицати даље удруживање предузетница, јер њихова непосредна размена искустава и међусобно информисање представљају посебну форму социјалног капитала који може ојачати њихово пословање. То се може учинити кроз организовање семинара, радионица, сајмова. Потребно је такође, унапредити регионално повезивање предузетница, како унутар Србије, тако и у ширем региону Балкана и Југоисточне Европе. Велики допринос томе може дати Регионални савет за сарадњу у Југоисточној Европи, али и мреже удружења пословних жена, регионалне развојне институције, привредне коморе у оквиру својих иницијатива за регионалну сарадњу и сл.
5. Потребно је побољшати приступ жена финансијским тржиштима. То је могуће учинити успостављањем посебних и повољнијих кредитних линија, инструмената гаранција и алтернативних извора финансирања предузетништва жена. Посебно је потребно да се обезбеде средства, делови фондова за ризични капитал намењен иновативним пројектима жена. Могуће је обезбедити микрокредитне програме утемељене на колективном гаранцијском моделу. Остваривост и одрживост ових различитих финансијских модела подршке треба да буде испитиван у сталном дијалогу са удружењима предузетница.

ПОТРЕБНО ЈЕ ОЛАКШАТИ УСКЛАЂЕНОСТ ПОРОДИЧНОГ И ПРОФЕСИОНАЛНОГ ЖИВОТА ПРЕДУЗЕТНИЦАМА

Потребно је унапредити услуге за бригу о породици које би омогућиле бригу о деци предшколског и школског узраста у нижим разредима основне школе, тако да буду више у складу са радним временом предузетница. То је могуће учинити на различите начине. Рецимо, могуће је субвенционисати коршћење обданишта за незапослене мајке које су укључене у програм самозапошљавања НСЗ, или које су у процесу оснивања предузећа. Могуће је организовати обуке за предузетнике/це који желе да покрену пословни подухват у подручју бриге о деци.

РЕФЕРЕНЦЕ

- Авлијаш, С, Бабовић, М, Владисављевић, М, Поповић – Пантић, С. (2012) *Најважнији налази и препоруке из студије о предузетништву жена у Србији и родне анализе одабраних државних мера за подршку предузетништву*, UN Women, Београд.
- Авлијаш, С, Владисављевић, М, Поповић–Пантић, С. (2012) *Родна анализа одабраних државних мера за подршку предузетништву*, UN Women, Београд.
- Бабовић, М. (2010) *Родне економске неједнакости у компаративној перспективи: ЕУ и Србија*, ISFF, SeConS, Београд.
- Бабовић, М. (2012) *Полазна студија о предузетништву жена у Србији*, UN Women, Београд.
- Благојевић –Хусон, М. (2011) *Жене и мушкарци у Србији: Шта нам говоре бројеви?* UNDP, UN Women, Београд.
- Directive 2010/41/EU of the European parliament and of the Council of 7 Julz 2010 on the application of the principle of equal treatment between men and women engaged in an activity in a self-employed capacity and repealing Council Directive 86/613/EEC, *Official Journal of the European Union*, 2010, L 180/1.
- European Commission (2010) Communication from the Commission A Strengthened Commitment to Equality between Women and Men. A Women`s Charter, COM(2010) 78 final, Brussels.
- European Commission (2008) Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, „Think Small First“ A „Small Business Act“ for Europe, COM(2008) 394 final, Brussels.
- ФРЕН, *Глобална економска криза и конкурентска позиција Србије*, приступљено 24.06.2014. године на адреси <http://www.fren.org.rs/sites/default/files/projects/attachments/lzve%C5%A1taj%202014%20Globalna%20ekonomska%20kriza%20i%20konkurentnska%20pozicija%20Srbije.pdf>
- International labour Organization (2012) *ILO Action Plan for Gender Equality 2010-2015*. Geneva.
- Министарство привреде РС (2014) *нацрт стратегије развоја предузетништва и конкурентности за период од 2014. до 2020. године*, приступљено 24.06.2014. године на адреси: http://www.privreda.gov.rs/UserFiles/File/1_PRIVREDA/Nacrt-strategije-preduzetnistvo-konkurentnost-9_6_2014.pdf
- United Nations Economic and Social Council (2014) *Challenges and achievements in the implementation of the Millenium Development Goals for women and girls*
- United Nations (1995) *Beijing Declaration and Platform for Action*
- United Nations (1979) *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women*

Светска банка (2013) Пословање 2014. Економски профил: Србија. Washington DC. Приступљено 24.06.2014. на адреси <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/~media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/SRB.pdf?ver=2>

World Bank (2013) Doing Business 2014. Economy Profile: Serbia. Washington DC.

ПРИЛОГ 1: ФАКТОРИ УСПЕШНОСТИ ПРЕДУЗЕТНИЦА

Зависна променљива: “индексуспехадummy”

Веома неуспешна, неуспешна и стагнантна предузећа = 0

Успешна и веома успешна предузећа = 1

Независне променљиве:

1. величинапредузеца: микро (1-9 запослених) (референтна), мала (10-49 запослених) (величинапредузеца 1), средња (50-249 запослених) (величинапредузеца 2)⁴¹
2. похађањекурсева: похађањекурсева (нису похађале – референтна), похађањекурсева 1 (похађале су курсеве)
3. сарадњасаклијенпредуз: сарадњасаклијенпредуз (нема сарадње) (референтна), сарадњасаклијенпредуз(1) (сарађују са другим предузећима који су им клијенти)
4. v104.1: в104.1 (уносе иновације производа услуга – референтна), в104.1(1) не уносе иновације производа или услуга

	Б	Станд. грешка	Wald	Степени слободe	п	Количник вероватн.
величинаоредузеца			8.727	2	0.013	
величинаоредузеца(1)	2.382	0.806	8.727	1	0.003	10.825
Величинаоредузеца (2)	20.443	40192.970	0.000	1	1.000	7.552E8
похађањекурсева(1)	0.789	0.256	9.510	1	0.002	2.201
Сарадњасаклиенпредуз(1)	0.769	0.350	4.815	1	0.028	2.157
V104.1(1)	-0.910	0.247	13.531	1	0.000	0.402
константа	-0.797	0.377	4.4369	1	0.035	0.451

41 У узорку предузетница није било великих предузећа.

